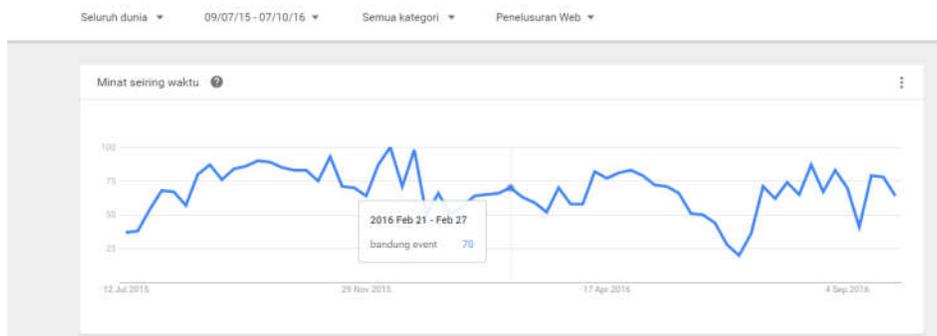


BAB I PENDAHULUAN

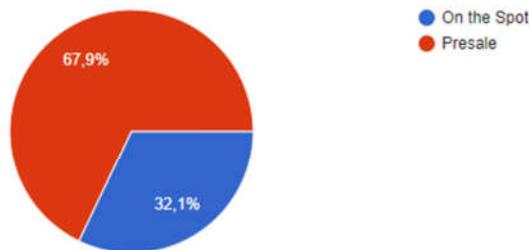
I.1 Latar Belakang

Bandung dikenal sebagai kota kreatif, hal ini dapat dilihat dari banyaknya kegiatan kreatif yang diselenggarakan. Kota Bandung memiliki banyak penyelenggara kegiatan yang didalamnya terdapat orang yang bekerja di industri kreatif. UNESCO mengumumkan bahwa Kota Bandung termasuk *UNESCO Creative Cities Network* (UCNN) yang terdiri dari 47 kota dari 33 negara karena walikota Bandung Ridwan Kamil mengirimkan buku argumentasi (Dossier) tentang bukti kreatifitas yang ada di Bandung (Bokova, 2015). Kegiatan di Kota Bandung semakin banyak diselenggarakan sebab didukung oleh visi dan misi. Sesuai dengan misi Kota Bandung poin pertama yaitu “Mewujudkan Bandung nyaman melalui perencanaan tata ruang, pembangunan infrastruktur serta pengendalian pemanfaatan ruang yang berkualitas dan berwawasan lingkungan” (Bandung, 2005). Hal ini yang menjadi bukti dukungan pemerintah Kota Bandung tentang penyelenggaraan kegiatan, terbukti dengan banyaknya jumlah ruang kreatif berupa taman kota maupun ruang kreatif yang dapat digunakan oleh penyelenggara kegiatan untuk menyelenggarakan sebuah kegiatan di tempat tersebut. Jumlah kegiatan di Kota Bandung meningkat seiring dengan pembangunan ruang kreatif yang digalakan oleh Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung juga mempermudah perizinan penyelenggaraan kegiatan acara untuk menarik jumlah turis lokal maupun mancanegara untuk datang ke Kota Bandung. Berikut hasil data yang didapatkan dari *google trends* dengan menggunakan kata kunci “Bandung *Event*”.



Gambar I-1 Grafik kegiatan di Bandung (Sumber : *googletrends.com* diakses tanggal 17 Februari 2017)

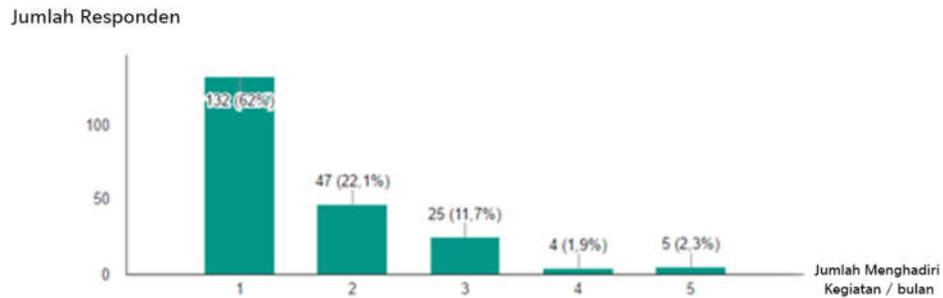
Berdasarkan Gambar I-1, statistik kegiatan di Bandung fluktuatif, tetapi selalu ada setiap bulannya. Grafik tersebut merupakan penilaian terhadap dua pelaku dalam setiap kegiatan yaitu pelanggan dan penyelenggara kegiatan.



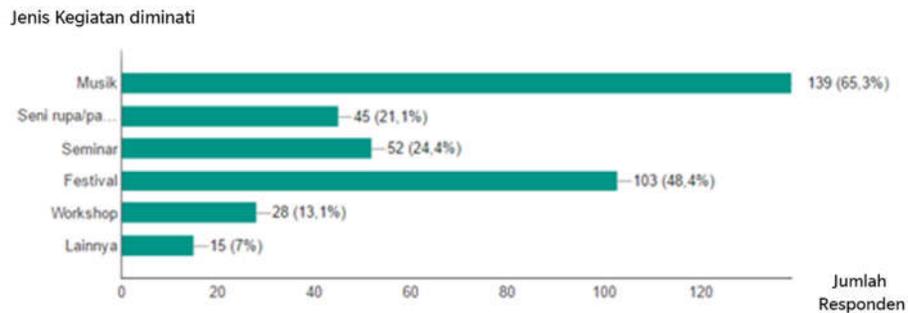
Gambar I-2 Rekapitulasi Hasil Transaksi Tiket Secara Manual

Berdasarkan Gambar I-2 dari 215 responden, 67,9% memilih transaksi pembelian tiket secara *pre-sale* dan 32,1% responden memilih transaksi pembelian tiket secara *on the spot*. Maka, pembelian tiket secara *presale* memiliki presentase paling besar dari pada *onthespot*. Namun, pembelian tiket *presale* disini masih dilakukan secara manual yang memiliki kekurangan yaitu harus menghubungi kontak pihak penyelenggara untuk mengetahui informasi tentang tiket, tempat diselenggarakan acara, penukaran tiket harus menemui pihak penyelenggara. Sehingga, kekurangan tersebut membuat warga Kota Bandung harus melakukan banyak proses untuk mendapatkan tiket atau tidak praktis.

Untuk mengetahui tingkat ketertarikan warga Kota Bandung untuk menghadiri acara kegiatan di Kota Bandung, dilakukan survey kepada 200 orang rentang usia 18-45 tahun didapatkan hasil sebagai berikut (Gambar1-3)



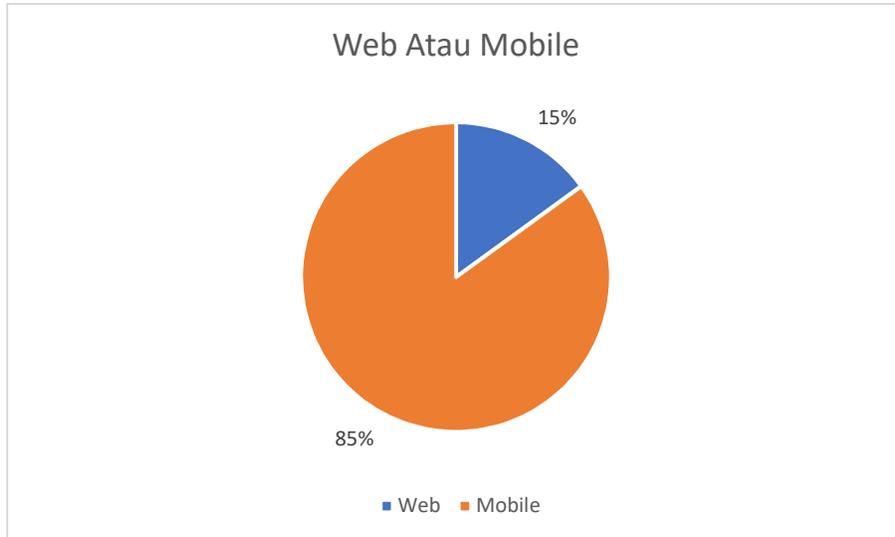
Gambar I-3 Menghadiri kegiatan dalam satu bulan



Gambar I-4 Kegiatan yang paling diminati

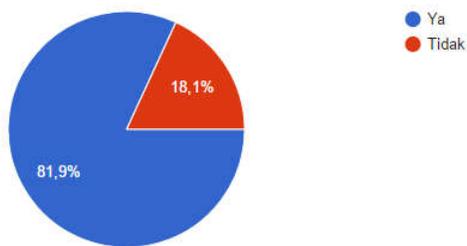
Berdasarkan Gambar I-3 sebanyak 2,3% menghadiri sebuah kegiatan sebanyak lima kali dan sebanyak 62% menghadiri acara sebanyak satu kali. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar warga Kota Bandung setidaknya menghadiri kegiatan sebanyak satu kali dalam satu bulan. Pada Gambar I-4 didapatkan hasil dari analisis pasar dan minat dengan menggunakan metode kuesioner dengan memberikan 12 pertanyaan tentang minat menghadiri berbagai jenis kegiatan. Hasil

yang didapat tersebut menunjukkan banyak kegiatan yang diikuti oleh masyarakat adalah kegiatan musik dan festival. Hal ini karena kegiatan tersebut sering diselenggarakan di Kota Bandung.



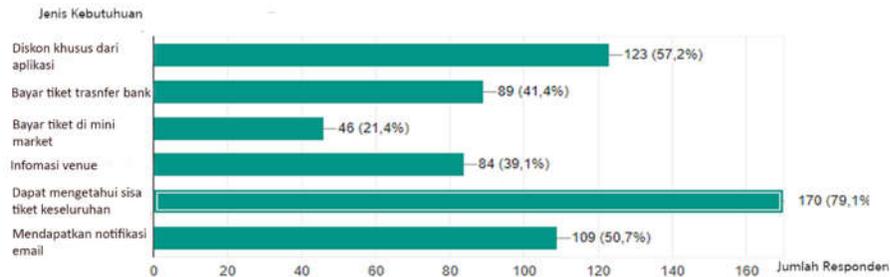
Gambar I-5 Penggunaan aplikasi masyarakat Kota Bandung

Gambar I-5 merupakan data tentang penggunaan aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat Kota Bandung. Sebesar 85% masyarakat lebih senang mengakses melalui aplikasi *mobile* karena lebih praktis dan sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Menggunakan aplikasi *mobile* akan membantu dan memudahkan dalam melakukan pemesanan serta transaksi tiket. Berikut merupakan hasil rekapitulasi data dari responden tentang ketertarikan untuk menggunakan aplikasi.



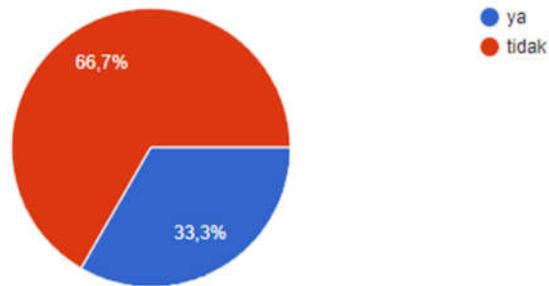
Gambar I-6 Minat Terhadap Aplikasi

Pada Gambar I-6 didapatkan sebanyak 81,9% responden berminat menggunakan aplikasi untuk melakukan transaksi tiket kegiatan secara *online*. Berdasarkan hasil survei didapatkan informasi bahwa responden lebih ingin menggunakan aplikasi jika didalamnya terdapat fitur tentang berbagai kegiatan yang diselenggarakan di Bandung beserta lokasi kegiatan berlangsung.



Gambar I-7 Hasil rekapitulasi data dari responden untuk fitur yang diharapkan

Pada Gambar I-7 dapat dilihat hasil rekapitulasi dari responden untuk fitur yang diharapkan oleh masyarakat. Hasil rekapitulasi menunjukkan bahwa fitur tentang informasi jumlah tiket kegiatan yang tersedia sangat penting, dan memiliki persentase yang paling besar diantara fitur yang lain yaitu sebesar 79,1%. Informasi jumlah tiket membantu masyarakat dalam memprediksi jumlah tiket yang akan dibelanjakan.



Gambar I-8 Sampel pengetahuan masyarakat tentang jumlah tiket yang tersedia

Gambar I-8 menjelaskan bahwa masyarakat Kota Bandung memiliki masalah mengenai informasi jumlah tiket yang disediakan secara keseluruhan. Hal ini disebabkan kurangnya fitur tentang informasi ketersediaan tiket yang dijual hanya tertera jika tiket terjual habis. Penulis juga melakukan *interview* terhadap salah satu penyelenggara kegiatan yaitu Akselera *Organizer* di Kota Bandung. Dua tahun lalu Akselera mengadakan sebuah kegiatan musik di Kota Bandung dengan data penjualan tiket sebagai berikut:



Gambar I-9 Grafik Penjualan Tiket Kegiatan Musik

Gambar I-9 menjelaskan bahwa tiket yang ditargetkan terjual sebanyak 2480 tiket sedangkan rencana target penjualan sebanyak 4500 tiket. Maka target penjualan dari penyelenggara kegiatan dalam menyelenggarakan kegiatan musik di Kota Bandung tidak terpenuhi dengan persentase target penjualan. Melalui *interview* tersebut didapatkan informasi bahwa pihak mitra membutuhkan aplikasi tiket *online*. Jika penyelenggara kegiatan sendiri yang menjalankan bagian *ticketing*, maka akan mengalami penambahan biaya, kurangnya terhadap promosi dan penambahan sumber daya. Bantuan pihak ketiga dapat membantu menyelesaikan masalah promosi kegiatan dan pencapaian target yang diharapkan oleh pihak penyelenggara kegiatan.

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, terdapat masalah pada pihak *user* yaitu membutuhkan aplikasi *mobile* dalam bertransaksi tiket serta melihat informasi kegiatan. Pihak mitra membutuhkan aplikasi untuk mempromosikan dan melancarkan kegiatan berlangsung.

Saat ini terdapat beberapa aplikasi pemesanan tiket secara *online* diantaranya tiket.com dan go-tix. Kedua aplikasi tersebut merupakan aplikasi berbasis *mobile* untuk membantu konsumen dalam mendapatkan tiket secara mudah, memilih kategori kegiatan, dan melakukan pembayaran. Tetapi mempunyai kekurangan yaitu tidak dapat mempunyai ketersediaan total jumlah tiket yang tersedia sehingga *user* tidak dapat memperkirakan tiket yang akan dipesan.

Pada tugas akhir ini aplikasi dirancang untuk memudahkan warga Kota Bandung dalam melakukan transaksi pembelian tiket kegiatan dengan bantuan aplikasi. Selain itu, aplikasi ini dapat membantu penyelenggara kegiatan dalam memenuhi target penjualan tiket secara *online* pada kegiatan yang diselenggarakan.

Ticketaka merupakan *mobile apps startup* yang bertujuan untuk memudahkan pengguna melakukan transaksi tiket kegiatan secara *online* di Kota Bandung. Pada aplikasi Ticketaka akan menghadirkan aplikasi berbasis android yang memudahkan pengguna dalam pemesanan tiket secara *online*. Dibangun dengan metode *iterative incremental* karena mempunyai kelebihan dapat dikerjakan dengan satu atau dua orang dan model manajemen yang sederhana. Selain tiket *online*, aplikasi menyediakan informasi kegiatan yang akan diselenggarakan di Kota Bandung. Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, Ticketaka akan membantu

menyelesaikan masalah tersebut dengan membuat aplikasi *android* yang menyediakan fitur unggulan, diantaranya fitur penanda kegiatan yang diminati konsumen, jumlah tiket yang tersedia, serta petunjuk lokasi kegiatan diselenggarakan. Aplikasi tersebut akan secara signifikan dapat memudahkan masyarakat Bandung dalam mendapatkan tiket suatu kegiatan pertunjukkan secara *online* dan menunjukkan lokasi kegiatan tersebut diselenggarakan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibahas diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Model bisnis seperti apa yang dapat meningkatkan minat konsumen dalam mengikuti kegiatan pertunjukan serta melakukan transaksi pembelian tiket secara mudah untuk mengikuti kegiatan?
2. Fitur *mobile apps* seperti apa yang dapat membantu konsumen dan penyelenggara kegiatan dalam meningkatkan minat terhadap kegiatan yang diselenggarakan di Kota Bandung?

I.3 Tujuan Masalah

1. Menghasilkan model bisnis untuk meningkatkan minat konsumen terhadap pembelian tiket untuk mengikuti kegiatan.
2. Menghasilkan aplikasi Ticketaka untuk memudahkan pengguna dalam transaksi tiket serta membantu penyelenggara untuk mencapai target pengunjung.
3. Menghasilkan aplikasi untuk mempermudah pelanggan dengan menampilkan informasi kegiatan, dan dapat melihat jumlah tiket tersedia.

I.4 Manfaat

1. Memudahkan pengguna membeli dan membayar tiket secara *online* dengan *platform* android untuk mengikuti kegiatan yang diselenggarakan di Kota Bandung.
2. Memudahkan pengguna untuk mengetahui informasi tentang daftar kegiatan yang diselenggarakan di Kota Bandung.

3. Memudahkan mitra kegiatan untuk mempromosikan kegiatan yang diselenggarakan di Kota Bandung.

I.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada Tugas Akhir adalah :

1. Studi kasus hanya berlaku pada pasar bawah Kota Bandung.
2. Hanya berlaku untuk kegiatan yang terdaftar pada aplikasi Ticketaka.
3. Pembayaran tiket sementara melalui menu nomor rekening pribadi.
4. Proses sampai dengan *invoice*.
5. Proses iterasi hanya dilakukan sebanyak dua iterasi.
6. Menu admin berbentuk *mobile* dan hanya berfungsi untuk menambahkan pertunjukan.
7. Tiket yang ditampilkan berbentuk contoh tiket sementara.

I.6 Sistematika Laporan

Untuk memahami laporan tugas akhir ini, maka akan dikelompokkan materi menjadi beberapa bab dan sub bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan informasi umum tentang tugas akhir yaitu latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, waktu dan tempat penelitian, metodologi penelitian, dan sistem penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisikan tentang teori-teori sebelumnya untuk mendukung perbandingan teori dalam penelitian. Adapun perbandingan teori lainnya yang masih satu tema dengan metode yang dipakai

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tiga terdapat langkah-langka sistematika penelitian serta metode konseptual dengan tujuan mengembangkan produk sampai selesai

BAB IV : ANALISIS DAN DESAIN

Bab empat menjelaskan bagaimana isi dari produk dimulai dari kebutuhan bisnis, metodologi, rancangan sistem yang dipakai sehingga menjadi produk yang bertahapan menggunakan metode-metode pengembangan. Analisis dan desain diterangkan di bab ini.

BAB V : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil pengujian yang telah dikembangkan dengan proses bab sebelumnya. Maka terdapat pengujian sistem yang mempunyai hasil sehingga terlihat hasil yang telah dikembangkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab enam menjelaskan akhir dari semua proses yang dibangun dari awal sampai akhir sehingga terbentuknya solusi serta hasil yang diinginkan. Adapun saran untuk menutupi kekeurangan pada sistem.