

Bab I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi berkembang semakin pesat dan semua ke arah serba digital. Di era yang serba digital ini menuntut semua manusia menjadi pengguna aktif yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat elektronik. Mengingat dengan pesatnya perkembangan teknologi menjadi sebuah tantangan untuk mampu bersaing menghadapi berbagai perubahan zaman yang semakin dinamis. Keberadaan teknologi yang berkembang sangat pesat sudah menjadi sebuah kebutuhan yang harus ada pada beberapa sektor, dari sektor perusahaan, sektor perdagangan, serta sektor pendidikan, dan lain sebagainya.

Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Semakin meningkatnya kemampuan perusahaan dalam hal komunikasi bisnis membuat perusahaan tersebut dapat menjangkau target pasarnya, dan berusaha untuk memaksa konsumen supaya selalu mengingat layanan yang perusahaan tersebut berikan. (Irmawati, 2013)

Pengguna *gadget* saat ini sudah menjadi target bagi pelaku usaha. Hal ini membuat pebisnis berusaha untuk masuk ke dunia bisnis *e-commerce* yang mempunyai konsep mengedepankan kemudahan, kecepatan dan kesederhanaan dalam bertransaksi dengan menjual segala sesuatu yang dibutuhkan oleh konsumen. Semakin berkembangnya teknologi sangat memacu persaingan yang semakin ketat, diantara pengelola bisnis yang menerapkan *technopneurship* sebagai inkubator bisnis berbasis teknologi mereka, dimana teknologi memiliki peranan sebagai penggerak bisnisnya. Perkembangan dan penerapan *technopneurship* telah membawa banyak dampak perubahan pada sektor bisnis. (Lupita, 2015)

Maraknya perkembangan teknologi yang dimanfaatkan sebagai peluang usaha, banyak masyarakat yang menggunakan sosial media sebagai

alat penghubung antara penjual dan pembeli dengan cara mudah. Hal ini di manfaatkan juga oleh sebagian kaum remaja untuk membuka peluang usaha seperti jasa dekorasi *party planner*, para pembuka jasa dekorasi *party planner* ini menggunakan sosial media seperti instagram untuk menjangkau konsumen dengan mudah melalui mengunggah hasil foto dari dekorasi ruangan atau pesta yang mereka buat. Terkadang konsumen bingung dalam memilih dekorasi *party planner* untuk acara yang mereka inginkan, karena banyaknya pemilik *party planner* hanya menggunakan instagram sebagai alat penjualan mereka.



Gambar I. 1 Hasil Survei Media Promosi Penyedia Jasa Dekorasi

Dapat terlihat pada Gambar I.1 bahwa media promosi yang digunakan oleh para pemilik jasa dekorasi menggunakan media sosial instagram sebagai penghubung antara pemilik dengan konsumen. Meskipun media sosial instagram menjadi media promosi terbanyak, tetapi konsumen tidak dapat mengetahui detail harga dan fasilitas yang didapatkan. Karena yang ditampilkan di instagram hanyalah hasil dari pekerjaan yang telah dibuat oleh para jasa dekorasi.

Berdasarkan hasil riset di atas, sehingga dibutuhkan sebuah aplikasi atau sistem informasi yang dapat membantu konsumen dalam menentukan dekorasi yang diinginkan. Maka, diciptakan sebuah inovasi untuk pelanggan

yang ingin memilih dekorasi secara mudah, dan dapat melihat detail barang apa saja yang akan didapatkan beserta detail harganya.

Balon partner merupakan sebuah aplikasi yang menyediakan jasa dekorasi *party planner* dalam bentuk website yang dapat mempermudah masyarakat untuk memilih dekor yang sesuai dengan keuangan dan mengetahui fasilitas apa saja yang akan di dapatkan oleh konsumen tersebut. Konsumen bisa langsung memilih tema mana yang mereka mau dan berapa *budget* yang harus mereka sediakan, mereka juga bisa mengajukan permohonan jika dekorasi ada yang perlu dihilangkan atau pun ditambahkan. Sehingga dengan menggunakan layanan yang di berikan oleh Balon Partner ini bisa menjadi solusi layanan aplikasi yang diharapkan untuk memecahkan permasalahan konsumen dalam bentuk pemilihan dekorasi yang pas untuk sebuah acara. Implementasi *e-commerce* merupakan suatu peluang yang menjanjikan untuk memperluas sektor usaha sehingga Balon Partner dapat bersaing dengan jasa dekorasi lainnya.

I.2 Rumusan Masalah

Berikut masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini :

1. Bagaimana mengembangkan aplikasi Balon Partner berbasis *website* untuk memudahkan konsumen dengan menggunakan pendekatan *scrum* ?
2. Fitur apa saja yang dapat mendukung pengguna aplikasi Balon Partner dalam melakukan pemesanan jasa dekorasi ?
3. Rancangan bisnis seperti apa yang memudahkan konsumen pada *startup* Balon Partner?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengembangkan aplikasi berbasis *website* jasa dekorasi yang memudahkan konsumen dalam memilih tema dan harga yang sesuai dengan *budget*.

2. Memberikan fitur yang dibutuhkan pengguna untuk memenuhi keperluan jasa dekorasi menggunakan aplikasi Balon Partner berbasis *website*.
3. Merancang perencanaan bisnis dalam pembuatan *startup* Balon Partner

I.4 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. *Software* yang digunakan untuk mengelola konten/isi dalam *website* menggunakan wordpress
2. Sistem yang akan dibuat hanya menangani pemesanan sesuai dengan yang ditampilkan pada halaman menu.
3. Pembayaran dilakukan melalui transfer dengan bank yang bersangkutan.
4. Analisis model bisnis menggunakan *lean canvas*.
5. Pengembangan aplikasi menggunakan metode *scrum*.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat bagi konsumen adalah :

1. Memudahkan dalam menentukan tema yang ingin digunakan.
2. Memudahkan dalam kesesuaian *budget*.
3. Memiliki rasa kepercayaan dalam bertransaksi *online*.

Manfaat bagi Balon Partner adalah :

1. Sebagai produk awal yang dihasilkan
2. Sebagai sarana publikasi kepada masyarakat
3. Dapat melihat perkembangan pasar dalam pemilihan jasa dekorasi.

I.6 Sistematika Penelitian

Guna memahami lebih jelas laporan tugas akhir ini, dilakukan pengelompokan materi menjadi beberapa bab dan sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bagian kedua membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tiga, penjelasan mengenai metode konseptual dari penelitian serta sistematika penelitian hingga rencana pengembangan produk.

BAB IV : ANALISIS DAN DESAIN

Pada bab ini berisi bagaimana penulis menjelaskan tentang hasil analisis penelitian serta perancangan sistem yang akan dibangun atau dikembangkan. Desain dari hasil analisis dan perancangan pun dijelaskan pada bab ini.

BAB V : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Pada bab lima ini berisi tentang hasil implementasi dari sistem yang sudah dianalisis dan di rancang pada bab sebelumnya. Setelah dilakukannya implementasi, di lakukan pula pengujian terhadap sistem yang akan diimplementasi.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini ymerupakan bab terakhir, berisi kesimpulan dari hasil penelitian dari awal mula masalah, terbentuknya solusi, analisis sistem hingga implementasi sistem yang di lanjutkan dengan saran tentang sistem yang diharapkan dapat dikembangkan.