

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut KBBI, cenderamata adalah pemberian (sebagai kenang-kenangan, sebagai pertanda ingat, dan sebagainya); atau tanda mata. Cenderamata didapatkan atau dibeli oleh seseorang untuk diberikan kepada diri sendiri sebagai simbol pengalaman mereka. Bagi masyarakat Indonesia, cenderamata tidak hanya sebagai barang yang dibeli untuk menjadi kenang-kenangan bagi diri sendiri, tapi untuk keluarga, teman kerja, dan orang-orang terdekat.

Barang dan makanan yang dijadikan oleh-oleh merupakan sesuatu yang khas dari daerah yang dikunjungi. Contohnya seperti Yogyakarta yang terkenal dengan bakpia, gudeg kering, dan kaus dagadu. Di Makassar, barang dan makanan yang sering dijadikan oleh-oleh adalah sambal kuning, markisa, kain sutra sengkang, kain tenun dan sarung khas bugis. Di Bandung sendiri, yang dikenal sebagai kota kreatif ini, terdapat barang dan makanan khas yang pilihannya sangat beragam.

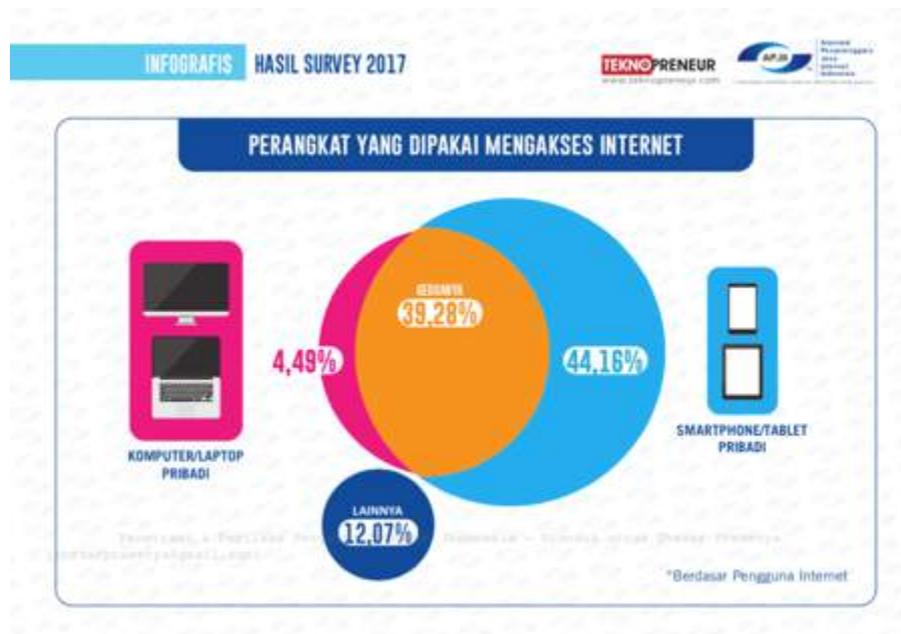
Dengan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh beberapa wisatawan, seperti pegawai yang melakukan meeting sekaligus wisata, mereka tidak dapat melihat dan mencoba tempat oleh-oleh di Bandung satu persatu. Terlebih wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi, hal ini akan menyita waktu dan membuat biaya transportasi menjadi banyak. Selain itu, membawa oleh-oleh juga merepotkan wisatawan dalam membawa barang tersebut dan menambah berat bagasi jika bepergian naik pesawat.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung, kunjungan wisatawan selama 2017 berjumlah 6,9 juta wisatawan, meningkat sekitar 30% dibanding tahun 2016 yaitu 5 juta wisatawan. Di tahun 2018 ini, Disbudpar Kota Bandung menargetkan kunjungan wisatawan sekitar 7,5 juta. Hal ini merupakan peluang yang besar bagi masyarakat Bandung dan dapat menjadi roda penggerak perekonomian lokal.

Solusi alternatif yang ada selama ini bagi para wisatawan yang memiliki waktu terbatas dan ingin praktis adalah memesan oleh-oleh melalui layanan Go-

Food dari Gojek. Tetapi aplikasi ini tidak memiliki kategori khusus oleh-oleh yang terorganisasi dengan baik dan masih kurang jenis oleh-oleh yang diproduksi oleh UKM lokal. Solusi alternatif lainnya adalah memesan oleh-oleh melalui website Oleh-Oleh Ti Bandung. Oleh-Oleh Ti Bandung juga belum memiliki kategori yang terorganisasi dengan baik, kurangnya jenis oleh-oleh produksi UKM, tidak memiliki versi *mobile* serta pesanan tidak dapat diantarkan langsung seperti layanan Go-Food dari Gojek.

Dari hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017, perangkat yang paling banyak digunakan untuk mengakses internet adalah *smartphone* dan tablet yaitu sebesar 44,16% dari pengguna internet. Sedangkan komputer dan laptop yang digunakan untuk mengakses internet yaitu sebesar 4,49%



Gambar 1. 1: Perangkat yang digunakan untuk mengakses internet (Sumber : APJII)

Berdasarkan permasalahan di atas dan semakin berkembangnya teknologi secara pesat, maka diperlukan suatu media yang dapat memudahkan proses pembelian oleh-oleh tanpa harus menyita waktu wisatawan. Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki *smartphone*, maka muncul gagasan penulis untuk merancang suatu aplikasi yang dapat memudahkan proses pembelian oleh-oleh khas Bandung yang dilengkapi dengan kategori oleh-oleh bagi para wisatawan.

Sejauh ini, belum terdapat *startup* dan aplikasi pemesanan oleh-oleh di kota Bandung yang terkurasi dan melibatkan UKM potensial yang dapat dipesan melalui *smartphone*, Selain memudahkan, hal ini juga dapat mengurangi kemacetan di Kota Bandung.

Dengan itu, maka penulis mengangkat permasalahan ini sebagai tugas akhir desain komunikasi visual dengan judul "PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI *MOBILE* DAN MODEL BISNIS UNTUK PEMESANAN OLEH-OLEH KHAS BANDUNG".

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan sebagai berikut.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang timbul dari latar belakang di atas, antara lain:

1. Kurang praktisnya proses pembelian oleh-oleh, terlebih jika membeli lebih dari satu tempat.
2. Kurangnya produk UKM Bandung dalam aplikasi alternatif yang ada
3. Belum adanya aplikasi pemesanan khusus oleh-oleh dengan kategori yang terorganisasi.
4. Belum adanya *startup* khusus pemesanan oleh-oleh yang dapat mengantarkan pesanan langsung kepada konsumen di kota Bandung.
5. Belum adanya model bisnis untuk *startup* yang ingin dirancang.

1.2.2 Rumusan Masalah

Permasalahan utama yang akan penulis angkat dalam tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana merancang sebuah aplikasi *mobile* yang dapat memudahkan wisatawan dalam membeli oleh-oleh yang diproduksi oleh UKM di Bandung?
2. Bagaimana menentukan model bisnis yang tepat untuk *startup* pemesanan oleh-oleh khas Bandung?

1.3 Ruang Lingkup

Agar pembahasan tugas akhir ini lebih terfokus, penulis memberikan ruang lingkup masalah pada perancangan ini. Adapun ruang lingkup tugas akhir ini sebagai berikut.

1. Apa

Perancangan aplikasi *mobile* untuk pemesanan oleh-oleh khas Bandung.

2. Bagaimana

Untuk membuat *prototype* aplikasi *mobile* ini, penulis akan mengorganisasi toko oleh-oleh di Bandung dan melakukan perencanaan bisnis yang dapat mengantarkan pesanan kepada konsumen langsung jika berada di kota Bandung, ataupun mengirimkan oleh-oleh yang dipesan melalui ekspedisi jika berada di luar kota Bandung.

3. Siapa

Target *audience* dari perancangan ini adalah wisatawan yang pergi ke Bandung maupun orang di luar Bandung dengan *range* usia 19-35 tahun sesuai dengan survey pengguna *smartphone* terbanyak di Indonesia.

4. Kapan

Pengumpulan data, analisis, dan perancangan tugas akhir ini dilakukan pada jangka waktu Januari hingga Agustus 2018.

5. Dimana

Pengumpulan data dilakukan di Kota Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah untuk membuat sebuah aplikasi *mobile* dan model bisnis yang memberikan kemudahan bagi para wisatawan dan mempersingkat waktu dalam proses pembelian oleh-oleh.

1.5 Cara Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada tugas akhir ini adalah:

1. Studi Pustaka

Menurut Nazir (1998:112), studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dimana seorang peneliti mencari teori yang berkaitan dengan topik penelitian serta mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dari kepustakaan terkait. Sumber-sumber kepustakaan diperoleh dari buku, majalah, jurnal, internet, koran, dan hasil penelitian (tesis dan disertasi).

Penulis mencari data dan informasi tentang aplikasi *mobile*, pariwisata di kota Bandung serta daftar UKM pada Dinas KUMKM, membaca artikel terkait, buku tentang *user experience*, *user interface* dan *mobile apps*.

2. Pengamatan (Observasi)

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati lingkungan atau situasi yang setelah itu dicatat secara akurat (Rohidi, 2011:182).

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap subyek yang diteliti yaitu toko oleh-oleh di Bandung dan juga ke Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah kota Bandung.

3. Wawancara

Menurut Rohidi (2011:208), wawancara adalah teknik memperoleh informasi tentang hal yang tidak dapat diamati dan dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung. Dilakukan dengan proses tanya jawab lebih dari satu orang.

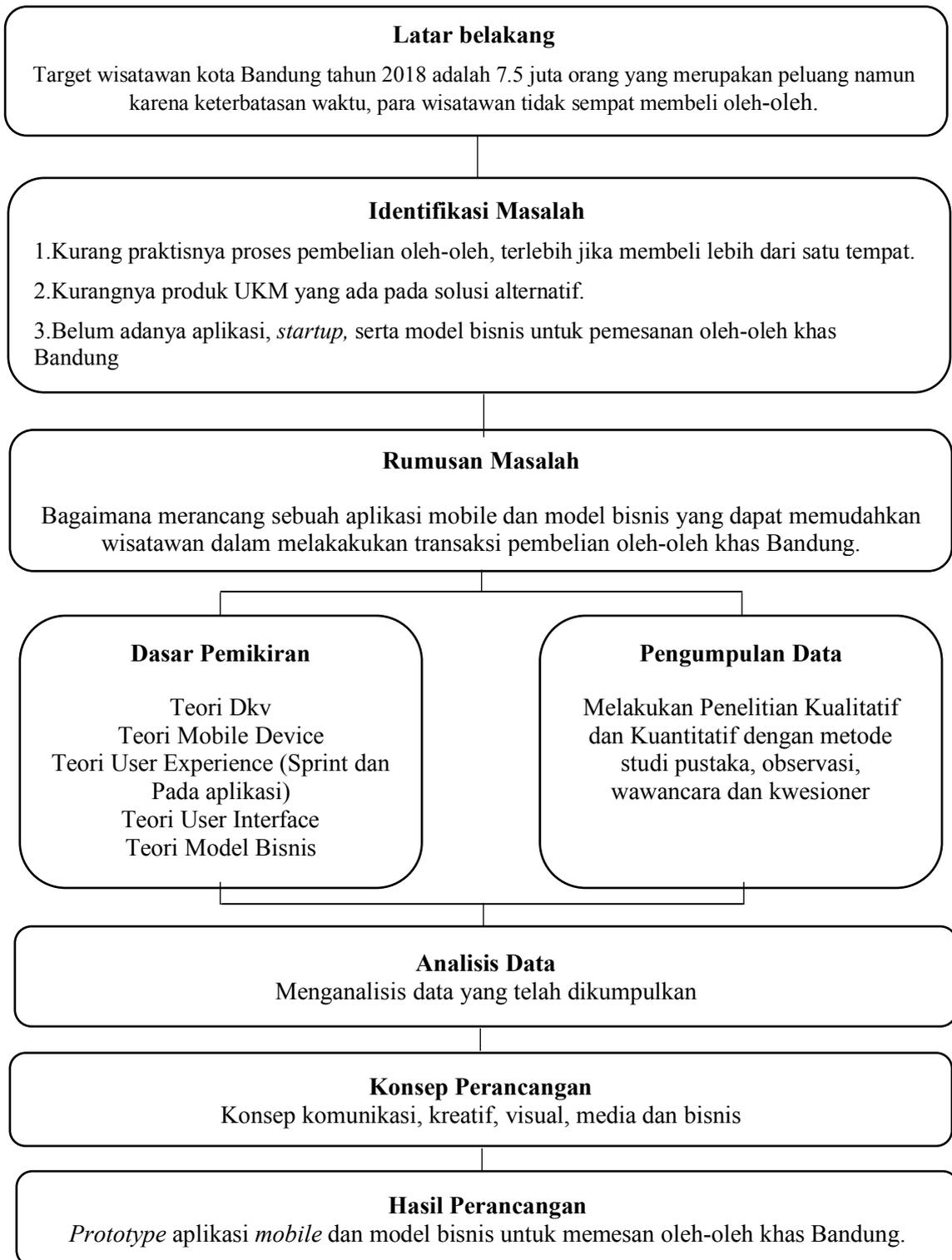
Penulis melakukan tanya jawab dengan narasumber, berkaitan dengan permasalahan penelitian yang diangkat, Penulis melakukan wawancara kepada salah satu *expert* dibidang *user experience* yaitu Bella Dwi Jayanti dan kepada Rikrik Sukmanurrahmi yang merupakan Kasi Fasilitasi UKM Dinas KUMKM Kota Bandung.

4. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2008:199), angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden.

Penulis memberikan daftar pertanyaan kepada responden dalam pada saat menentukan target audience dan *user test*.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 2: Kerangka Perancangan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

1.7 Pembabakan

1. BAB 1 : Pendahuluan

Memuat latar belakang dan fenomena-fenomena yang mendasari penelitian tugas akhir perancangan aplikasi ini, permasalahan yang ada, batasan-batasan masalah, tujuan dari perancangan ini dengan menjelaskan metode yang digunakan dan kerangka perancangan serta pembabakannya.

2. BAB 2 : Dasar Pemikiran

Memuat teori-teori terkait dalam merancang aplikasi dan juga dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan, dimulai dengan teori-teori *dkv*, *design sprint*, *user experience*, *user interface*, serta teori bisnis.

3. BAB 3 : Data dan Analisis Masalah

Memaparkan data-data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan kuesioner dalam merancang serta analisis dari data-data tersebut untuk menghasilkan konsep rancangan.

4. BAB 4 : Konsep dan Hasil Perancangan

Memuat konsep perancangan aplikasi *mobile* yang di antaranya adalah konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual, konsep bisnis serta hasil rancangan yang dibuat sebagai solusi atas masalah yang dibawa.

5. BAB 5 : Penutup dan kesimpulan

Memuat kesimpulan dan saran dari dosen pembimbing dan penguji yang didapatkan pada saat sidang akhir.