

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Barbershop merupakan bisnis yang sedang meroket. Mengambil momentum kembalinya tren rambut era Elvis Presley alias klimis alias gaya pomade, fenomena menjamurnya *barbershop* seolah tak terbendung. Tak hanya di Ibu kota, di daerah daerah kecil di beberapa provinsi bermunculan gerai-gerai tempat cukur rambut yang bergaya unik dan keren. Lokasinya pun tersebar dari yang di dalam mall hingga yang memiliki gerai khusus sendiri. *Barbershop* muncul menjadi sebuah tren dalam bidang gaya rambut pria dan juga bisnis. Berbeda dibanding salon dan pangkas rambut, *barbershop* tampil dengan kesan yang lebih maskulin di banding salon dan lebih tertata dan bersih disbanding pangkas rambut pinggir jalan. Kemampuan tukang cukurnya dalam mengolah berbagai gaya rambut pria yang kekinian juga menjadi keunggulan *barbershop*. Gaya rambut *undercut*, *mohawk*, dan *pompadour* sebagai tren masa kini seperti yang dipopulerkan oleh David Beckham akan sulit dilakukan oleh pemangkas rambut konservatif (Novianto, 2016).

Fenomena *barbershop* sendiri di Indonesia tidak lepas dari tren rambut pria dengan gaya *undercut* di hampir seluruh penjuru dunia. Gaya *undercut* sendiri sebenarnya telah ada sejak era 1920, 1930, 1940, 1990 yang didominasi kalangan pria. Gaya rambut ini memiliki ciri yaitu rambut di bagian atas kepala panjang dandi kedua sisi serta belakang kepala hanya disisakan sedikit rambut. Di Indonesia, terdapat beberapa gaya rambut yang menjadi fenomenater sendiri. *Trend* gaya rambut sendiri biasanya menjadi booming karena seseorang yang menjadi *trendsetter*. Gaya rambut yang menjadi *trend* seperti Gaya Rambut *Fade* atau biasa

disebut dengan *Fade Haircut* merupakan potongan rambut yang memotong hingga tipis bagian samping dan belakang kepala dan juga membiarkan rambut bagian atas tetap Panjang. Gaya rambut *Short Back and Sides* memiliki potongan yang panjang pada bagian atas, Pompadour pada umumnya ditandai dengan volume rambut yang tebal pada bagian atasnya, dan yang terakhir adalah gaya rambut *Undercut* Memang dewasa ini tampil rapi dan menarik tidak lagi hanya kebutuhan wanita. Kini, para pria juga ingin selalu tampil menawan dalam setiap kesempatan. Banyak hal yang kaum adam perhatikan terkait penampilannya, salah satunya adalah gaya rambut. Ini membuat kebutuhan akan jasa pangkas rambut atau *barbershop* pun semakin menjamur. Usaha *barbershop* di Indonesia memiliki peluang yang sangat baik, terbukti dengan berdirinya puluhan atau bahkan ratusan *barbershop* yang tersebar di seluruh penjuru tanah air.

Di zaman digital plus metroseksual ini, kian banyak lelaki yang mendambakan penampilan elok dan rapi. Hal ini terbukti dengan membludaknya *barbershop* untuk ketampanan para lelaki agar permintaan kaum adam tersebut dapat terpenuhi. Agar tak dicap feminisme, *barbershop* untuk lelaki didesain dengan nuansa maskulin yang amat kental, mulai dari desain interior yang bertema pria, sumber daya manusia atau tukang cukur yang juga pria serta hanya melayani pengunjung pria. Dengan banyaknya permintaan jasa pangkas rambut masyarakat khususnya pria di dewasa ini berdampak terhadap persaingan gerai-gerai *barbershop* pria yang memang melayani jasa potong rambut pria untuk memenuhi permintaan konsumen yang beragam. Pemilik *barbershop* pria akhirnya dituntut untuk selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan terbaik agar konsumen merasa puas terhadap gerai *barbershop* tersebut. Apabila kualitas

pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya (Alma, 2007).

Di kota Bandar Lampung sendiri semakin marak dengan banyaknya *barbershop* pria yang berdiri dan tersebar di wilayah Bandar Lampung, namun tidak semua *barbershop* pria di Bandar Lampung banyak dikunjungi oleh pelanggan, karena hanya *barbershop* tertentu saja yang di ketahui, di karenakan masih banyak *barbershop* di kota bandar lampung yang masih kurangnya informasi untuk pelanggan *barbershop*. Hal itu terjadi karena adanya pengaruh harga, lokasi, promosi, maupun pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal dengan memberikan informasi *barbershop* dan pelanggan bisa memilih *barbershop* yang sesuai keinginannya. Sekitar 41 sampel dengan metode sloving, informasi sangat di butuhkan bagi pelanggan di bandar lampung, melihat dari fakta-fakta di atas, maka munculah sebuah solusi, yakni dengan membangun aplikasi berbasis android yang menyediakan informasi *barbershop* dengan menggunakan metode *geolocation* dan *jQuery Latest*.

Pada penelitian *Invalid source specified*. telah dilakukan pengembangan sebuah Aplikasi Pencarian Lokasi Fasilitas Umum Berbasis *Foursquare APIv2* pada Sistem Operasi *Android* yang dapat memberikan pencarian lokasi fasilitas umum di sekitar pengguna dengan memanfaatkan teknologi layanan berbasis lokasi. Aplikasi ini memanfaatkan data dari *Foursquare*. Pencarian lokasi fasilitas umum terdekat pada perangkat mobile dengan penentuan posisi user menggunakan Cell ID telah dibangun untuk ponsel *Sony Ericsson*. Sistem mengambil data Cell ID

berformat XML dari basis data laboratorium *Ericsson* untuk mendapatkan informasi lokasi. Selanjutnya sistem meminta data pada *Google Maps* untuk menampilkan lokasi pengguna pada peta. Setelah itu, sistem mengambil lokasi fasilitas umum dari basis data sistem (Rokham, 2013).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menerapkan metode untuk pencarian *barbershop* di Kota Bandar Lampung agar pelanggan dapat mengetahui informasi dan *barbershop* yang sesuai dengan ke inginan pelanggan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah Membuat sistem pencarian lokasi *barbershop* di Kota Bandar Lampung dengan metode *geolocation* dan *jQuery Latest*.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas tentang pencarian lokasi dan informasi *barbershop* yang ada di Bandar Lampung menggunakan teknologi informasi berbasis aplikasi *android* dengan penerapan metode *geolocation* dan *jQuery Latest*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di dapat dari penelitian ini adalah :

1. Memudahkan konsumen untuk mencari lokasi *barbershop* di Kota Bandar Lampung.
2. Memudahkan pelanggan untuk mengetahui informasi *barbershop* dan bisa melakukan pemesanan cukur di *barbershop* Kota Bandar Lampung.