

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini sangat cepat dan hamper menyeluruh disemua kalangan dan semua bidang, hal ini ditandai dengan banyaknya pengguna komputer dan *smartphone*, baik untuk kepentingan perusahaan, pendidikan dan kesehatan. Informasi berperan sangat penting pada era globalisasi pada saat ini. Semua aktivitas dalam kehidupan membutuhkan informasi, sehingga semua aktivitas teknologi yang dijalankan dituntut untuk pelayanan kepada masyarakat (Ramadhani, Rusdianto and Yahya, 2019).

Pelayanan yang berbasis teknologi informasi dalam pekerjaan maka akan dapat memberikan kemudahan dalam penyelesaian pekerjaan. Salah satu bentuk dari kemajuan teknologi informasi adalah aplikasi *chatbot*. *Chatbot* adalah sebuah program komputer yang dirancang untuk menstimulasikan sebuah percakapan atau komunikasi yang interaktif kepada pengguna (manusia) baik melalui *text*, suara ataupun visual (Hormansyah *et al.*, 2018). *Chatbot* adalah karakter bahasa alami yang berkomunikasi dengan penggunanya, atau orang-orang yang sedang chatting di messenger, web instan, email, usenet, forum web, atau bahkan melalui komunikasi suara seperti telepon (Harahap and Fitria, 2020). *Chatbot* ini dapat diterapkan pada kegiatan pelayanan informasi produk yang dijual pada Parfumecorner.Bdl.

Parfumecorner.Bdl adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang distributor dan penjualan parfume yang beralamatkan di Jl Sutan H. No 80, Sepang Jaya Kecamatan Kedaton Bandar Lampung. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik Parfumecorner.Bdl dalam melakukan pelayanan mengenai informasi

produk yang dijual telah menggunakan media social atau pelanggan dapat langsung datang dan menghubungi via telephone. Tetapi masih banyak masyarakat yang tidak tahu mengenai informasi produk parfume yang dijual dikarenakan penyebaran informasi kurang lengkap serta jika menghubungi via telephone terkadang pemilik atau admin lama dan terkadang tidak sempat melakukan pembasan *chatting* dikarenakan admin melayani pelanggan yang datang langsung. Serta jika pelanggan datang langsung cukup membuang waktu dan biaya untuk mengetahui informasi produk yang dijual oleh Parfumecorner.Bdl.

Sebelumnya sistem *chatbot* pelayanan informasi telah diteliti oleh Benedictus, Wowor and Sambul (2017) meneliti tentang Rancang Bangun *Chatbot Helpdesk* untuk Sistem Informasi Terpadu Universitas Sam Ratulangi. Menghasilkan aplikasi *Chatbot Helpdesk* yang bisa membantu user dengan menjawab pertanyaan seputar penggunaan aplikasi-aplikasi dalam Sistem Informasi Terpadu Universitas Sam Ratulangi. Selanjutnya penelitian Safitri and Rosadi (2021) meneliti tentang Rancang Bangun Penyedia Layanan Informasi Pelayanan Masyarakat Kantor Kecamatan Pandaan Menggunakan *Chatbot*. Hasil penelitian yaitu *chatbot* berjalan dengan baik namun masih ada delay dengan rata-rata waktu 58,54 detik sebagaimana terlihat dari pengujian *blackbox testing*.

Berdasarkan masalah di atas maka dalam penelitian ini akan di dibangun aplikasi *chatbot*, untuk meningkatkan pelayanan pda Parfumecorner.Bdl. khususnya pada pemberian informasi produk yang dijual. Sistem ini akan dibangun menggunakan metode AIML yang merupakan subset dari *Extensible Markup Language* (XML) namun dengan fungsi yang mendetail. Salah satu fungsinya adalah membuat sistem input pertanyaan-balasan berbasis pengetahuan, pada

AIML tag dapat diartikan berbeda sesuai dengan fungsi masing-masing (Wallace, 2018). Sistem yang dibangun dapat mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi seputar informasi Parfumecorner.Bdl secara cepat dan tepat tanpa harus datang langsung ke toko. Serta mempermudah Parfumecorner.Bdl menginformasikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan secara cepat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana membangun aplikasi pusat informasi menggunakan *chatbot* berbasis web pada Parfumecorner.Bdl.?”

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas yaitu

1. Sistem yang dibangun hanya memberikan informasi mengenai produk yang dijual.
2. Sistem hanya dibatasi khusus untuk penginformasian tidak dapat melakukan transaksi pemesanan.
3. Metode chatbot yang diterapkan adalah AIML
4. Sistem ini akan diuji menggunakan ISO 25010 dengan aspek *functionality* dan *reliability*.

1.4. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu mempunyai tujuan dan sasaran. Tujuan dalam penelitian ini adalah ”membangun aplikasi pusat informasi menggunakan *chatbot* berbasis web pada Parfumecorner.Bdl”.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Membantu Parfumecorner.Bdl dalam memberikan informasi kepada pelanggan
2. Mempermudah pelanggan untuk dapat mengetahui informasi produk secara cepat
3. Dapat mempermudah dalam penginformasian produk yang dijual secara cepat.