

BAB I PENDAHULUAN

II.1 Latar Belakang

Internet pada saat ini dapat dikatakan sebagai kebutuhan primer yang tidak bisa dilepaskan dari banyak aspek kehidupan sehari-hari. Sebuah survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi negara ini. Tahun 2013 angka itu diprediksi naik sekitar 30 persen menjadi 82 juta pengguna dan terus tumbuh menjadi 107 juta pada 2014 dan 139 juta atau 50 persen total populasi pada 2015. Dalam hal jumlah pengguna internet, Indonesia menempati urutan kedelapan di seluruh dunia. Pengguna internet global sendiri, menurut International Telecommunication Union (ITU) mencapai angka 2,421 miliar pada 2011 dari 2,044 miliar pada tahun sebelumnya. Data survei APJII memperlihatkan jumlah terbesar pengguna internet di Indonesia berada di pulau Jawa, tetapi angka penetrasi internet di pulau ini relatif sama dengan daerah-daerah lain. Survei dilakukan di 42 kota di 31 propinsi antara April hingga Juli 2012, dengan jumlah responden 2.000 orang¹.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang mulai merambah ke berbagai bidang usaha seperti jasa pengiriman barang. Aktivitas yang dilakukan oleh usaha jasa pengiriman barang pada saat ini. Saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman barang seperti *jne.co.id* dan *tiki-online.com* contohnya yang menyediakan layanan simulasi perhitungan biaya pengiriman serta *tracking* barang secara *online* tanpa mengeluarkan biaya untuk menghubungi *customer service* dan aksesibilitas 24 jam terus-menerus tanpa henti.

¹ sumber: <http://tekno.kompas.com/read/2012/12/13/10103065/2013.pengguna.internet.indonesia.bisa.tembus.82.juta>

Perusahaan *cargo* yang diangkat menjadi objek penelitian ini adalah Baraya. Baraya merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi dan jasa pengiriman barang dengan menggunakan *Shuttle Travel* atau alat transportasi khusus lainnya. Baraya berdiri pada bulan Oktober 2005 bersamaan dengan Baraya Travel, didirikan oleh H. Bambang Nurachmadi sebagai pemilik perusahaan, dengan mengajukan proposal bisnis kepada sembilan saudaranya dan didorong rasa sosial untuk membantu masyarakat, maka berdirilah PT. Nurachmadi Bersama sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi dan jasa pengiriman barang. Terbatasnya modal yang tersedia, yaitu hanya sebesar Rp50.000.000,00 dan dua mobil elf. Dengan keterbatasan di atas, maka perusahaan memfungsikan mobil elf tersebut untuk mengangkut penumpang dan mengirim barang. Barang-barang penumpang di letakkan di dalam bagasi bersamaan dengan barang kiriman customer Baraya. Bila barang tidak mencukupi untuk dikirim melalui *shuttle travel*, maka barang tersebut dikirim dengan alat transportasi khusus melalui persetujuan customer. Baraya mulai beroperasi melayani customer dengan rute pengiriman Jakarta-Bandung. Locket penjualan tiket travel bersamaan dengan loket pengiriman barang, dimana tersedia pada saat itu hanya tiga 3 loket yaitu Jalan Lombok yang terletak di Bandung, Sarinah dan Melawai yang terletak di Jakarta. Seiring dengan waktu yang berjalan, animo masyarakat untuk menggunakan jasa pengiriman barang Baraya semakin besar, karena harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan daya beli masyarakat, serta waktu pengiriman barang yang relatif singkat. Perlahan namun pasti, perusahaan ini pun berkembang dan mulai mendirikan loket-loket baru agar dapat menjangkau masyarakat dengan mudah.

Outlet Baraya untuk kawasan Bandung pertama kali didirikan di Jalan Lombok yang juga merupakan pusat dari Baraya, lalu pada tahun 2009 *Outlet* Baraya yang terletak di Jalan Lombok ditutup dan mulai beroperasi di Jalan Surapati dengan lahan yang lebih luas. Hingga saat ini Baraya telah memiliki 211 armada dan 14 loket penjualan. Sebagai perusahaan yang sudah berdiri selama puluhan tahun, Baraya sampai saat ini belum memiliki situs yang dapat diakses oleh pelanggannya. Oleh karena itu, akses pelanggan untuk mengetahui informasi mengenai Baraya seperti rute, jam pengiriman barang, perhitungan biaya

pengiriman barang, status keberadaan barang, alamat *outlet*, promosi, dan perubahan harga pun kurang tercapai dengan baik. Saat ini perhitungan biaya pengiriman barang dan status pengiriman barang hanya dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu langsung mendatangi *outlet* dan menghubungi *call center* Baraya. Dengan banyaknya jumlah telepon masuk perharinya, pencarian informasi mengenai barang yang dikirim menjadi sulit dan beresiko mengalami *human error* pada operator *call center*.

Keterbatasan cara mengakses informasi menyebabkan pelanggan tidak dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan secara cepat dan tepat. Informasi mengenai barang yang telah atau belum dikirim, barang yang telah sampai, serta barang yang mengalami *delay* keberangkatan pun sulit diketahui oleh pelanggan karena tidak tersedianya pusat informasi yang relevan. Lalu banyak keluhan dari pelanggan karena *call center* sering sibuk ketika dihubungi. Selain itu memakan biaya perbulan yang cukup besar bagi perusahaan hanya untuk menelepon *outlet* Baraya lainnya. Pada bulan Februari tahun 2013, tagihan telepon *call center* Baraya Bandung mencapai Rp1.046.348,00.

Data-data perusahaan mengenai pengiriman barang tidak tersusun teratur dan data-data pada setiap *outlet* tidak dapat diunggah secara otomatis sehingga *outlet-outlet* Baraya kesulitan dalam penggunaan data-data tersebut. Hal lain terkait transparansi data *cargo* di Baraya sering menjadi masalah, terutama perihal manipulasi data yang pada saat ini sering dikhawatirkan. Pada proses bisnis Baraya saat ini hal tersebut di atas belum dapat ditanggulangi. Maka dari itu dilakukan survey terhadap pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang Baraya seperti pada Tabel I.1 di bawah ini.

Tabel I. 1 Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan Baraya

Indikator	Pelanggan yang berlangganan internet	Pelanggan yang tidak berlangganan internet
Jenis Kelamin		
Pria	53%	4%
Wanita	34%	8%
Pekerjaan		
Pegawai Negeri	5%	0%
Pegawai Swasta	12%	3%
Wirusaha	14%	0%
Mahasiswa	42%	3%
Pelajar	5%	1%
Lainnya	8%	5%
Pengeluaran/Bulan		
< 1jt	14%	7%
1 - 3jt	52%	3%
3 - 5jt	19%	1%
5 - 10jt	3%	1%
> 10jt	0%	0%
Durasi penggunaan Internet		
Tidak Pernah	0%	7%
< 1jam	12%	1%
1 - 3jam	26%	3%
3 - 8jam	30%	1%
8 - 12jam	12%	0%
> 12jam	7%	0%
Cara mengakses Baraya		
Menelepon	56%	11%
Datang Langsung ke Outlet	32%	1%
Kepuasan proses eksisting		
Puas	45%	12%
Tidak Puas	42%	0%
Pembuatan web Baraya		
Setuju	75%	10%
Tidak Setuju	12%	3%

Tabel I.1 di atas ini merupakan hasil survey yang dilakukan kepada 73 koresponden yang pernah menggunakan jasa layanan pengiriman barang. Hasil survey menjelaskan bahwa 88% koresponden berlangganan internet dan terdiri dari 53% pria dan 34% wanita. 42% koresponden adalah mahasiswa. Lebih dari setengah total koresponden berpenghasilan satu sampai tiga juta rupiah per bulannya. Kisaran waktu penggunaan internet oleh koresponden yang berlangganan internet paling banyak dalam kurun waktu tiga sampai delapan jam per hari, atau sekitar 30% dari seluruh koresponden. 67% koresponden yang berlangganan maupun tidak berlangganan internet menggunakan *call center* untuk akses informasi mengenai Baraya. Hal ini mengakibatkan *traffic call center* menjadi padat, serta biaya telpon perusahaan meningkat. Hasil survei menjelaskan

bahwa 57% koresponden puas dengan proses eksisting yang ada saat ini, namun mereka semua setuju jika dibangun sebuah aplikasi yang memudahkan mereka dalam penggalian informasi. 85% koresponden merasa lebih dimudahkan dalam proses *tracking*, simulasi perhitungan tarif, ataupun perolehan informasi lain mengenai Baraya apabila perusahaan menerapkan aplikasi *web cargo* di Baraya.

Hasil observasi menyimpulkan bahwa permasalahan utama yang sedang dialami Baraya saat ini adalah Baraya belum dapat memasukan, menyimpan, mengolah, dan menggunakan data-data perusahaan secara otomatis dan tersusun teratur, sehingga data keluaran yang dibutuhkan perusahaann ataupun pelanggan tidak tepat sesuai kebutuhan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut di atas maka dibutuhkan sistem yang memproses data menjadi sebuah informasi yang tersusun rapih yang kemudian dapat diintegrasikan ke seluruh *outlet* Baraya, sehingga informasi-informasi yang diberikan bersifat relevan. Oleh karena itu akan dibangun sistem informasi *cargo* pada Baraya.

Dalam membangun aplikasi Baraya Cargo ini, metode yang digunakan untuk mengembangkannya adalah metode *rational unified process*. Metode *rational unified process* sebenarnya adalah metode *iterative incremental*, tetapi dipopulerkan dengan nama *rational unified process*. Dengan metode *iterative and incremental*, setiap aplikasi yang dihasilkan dari suatu iterasi dapat dievaluasi, hasil evaluasi menjadi *feedback* untuk iterasi berikutnya. Model *iterative* dan *incremental* digunakan untuk menjawab kelemahan yang terdapat dalam model air terjun (*waterfall*) seperti tidak adanya iterasi pada setiap tahapan model sehingga jika terjadi kesalahan di awal perancangan maka akan berdampak pada tahapan-tahapan selanjutnya hingga pada tahapan akhir. Model ini bermula dari suatu proses perencanaan dan berakhir pada proses penempatan (*deployment*), dimana terjadi interaksi didalamnya. Teknik dari model *iterative* dan *incremental* adalah teknik yang direkomendasikan untuk seluruh aplikasi, mulai dari aplikasi yang sangat kecil hingga ke aplikasi yang sangat besar. Teknik ini telah digunakan dan direkomendasikan oleh banyak *programmer* profesional di dunia.

Alasan pemilihan metode ini terkait pada kelebihan-kelebihannya. Aplikasi yang dibangun berorientasi pada perusahaan sehingga besar

kemungkinan terjadi perubahan pada saat pengembangan. Untuk itu dibutuhkan metode yang memiliki kemampuan adaptasi terhadap perubahan seperti *iterative and incremental*. Selain itu metode ini juga banyak dipakai oleh *programmer-programmer* dunia karena menjawab kelemahan pada metode *waterfall*, yaitu tidak dapat beradaptasi pada perubahan.

II.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana proses bisnis *cargo* yang berjalan di Baraya?
2. Bagaimana aplikasi yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Baraya terkait perolehan akses informasi?

II.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi proses bisnis yang berjalan di Baraya agar proses bisnis perusahaan berjalan lebih optimal.
2. Membangun *website cargo* yang menyediakan layanan akses informasi untuk pelanggan Baraya.

II.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut.

1. *Website* dapat mempermudah pelanggan untuk memperoleh informasi mengenai proses ataupun status pengiriman barang melalui Baraya di dalam *website* tersebut.
2. Aplikasi *cargo* dapat mempermudah perusahaan dalam memasukan, menyimpan, menggunakan, dan mengintegrasikan data-data Baraya.

3. *Website* Baraya diharapkan dapat meningkatkan *sales* perusahaan.
4. Dapat mengetahui feedback dari pelanggan atas jasa yang telah diberikan oleh perusahaan sebagai bahan evaluasi untuk perusahaan.

II.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian dilakukan di kantor pusat Baraya Bandung yang berlokasi di Jalan Surapati karena informasi yang didapat lebih lengkap dan akurat.
2. Pengiriman barang hanya dilakukan menggunakan *shuttle travel*
3. Barang yang dapat dikirim adalah barang pada tahun 2014 hanya dokumen, makanan, dan parcel.
4. Proses pengerjaan penelitian ini tidak mencakup *maintenance* aplikasi yang telah selesai dibuat.