

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beragam inovasi dapat memberikan manfaat untuk berbagai bidang, khususnya pada perkembangan teknologi. Salah satu manfaat perkembangan teknologi, yaitu dalam membantu kinerja karyawan pada suatu perusahaan. Suatu perusahaan harus memiliki sistem yang baik untuk meningkatkan pelayanannya terhadap *customer*. *Marketing Kit*, merupakan salah satu inovasi untuk meningkatkan performa karyawan di suatu perusahaan. Teknik *marketing* yang tepat berperan penting sebagai penentu kesuksesan suatu bisnis. *Marketing* sangat diperlukan untuk membantu memperoleh pelanggan, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan (Mahalaxmi & Ranjith, 2016).

Perancangan *Prototype* merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam merancang sebuah produk. Dengan adanya metode *prototype*, *developer* dapat memahami prioritas yang dibutuhkan user sebagai pengguna produk, sehingga proses pembuatan suatu produk dapat lebih cepat. Model *prototype* merupakan sebuah metode yang dilakukan seorang *developer* perangkat lunak dengan membuat sebuah *mockup* berupa model aplikasi. Pembuatan *prototype* dapat membantu pada situasi saat pengguna tidak dapat menyampaikan informasi mengenai kebutuhan dan permasalahan yang sedang dihadapi (Yoko, Adwiya, & Nugraha, 2019).

Perkembangan teknologi aplikasi tes kepribadian dapat membantu memudahkan dalam mengkategorikan tipe kepribadian dalam suatu instansi untuk kepentingan sebuah perusahaan. Melakukan pengelompokan tipe kepribadian dapat memudahkan pelaku bisnis dalam memahami kebutuhan serta keinginan *customer*. Pengelompokan kepribadian juga dapat membantu pelaku bisnis yang baru memulai untuk dapat menentukan posisi dan karir yang sesuai dengan mereka (Br Ginting, Ezhar, Dean, Faiza, & Maryati, 2021). Salah satu teknologi yang digunakan untuk memahami tipe kepribadian yaitu *DiSC Assessment*. Melakukan pengujian DISC bertujuan untuk membantu seseorang memahami kepribadian dan berbagai macam perilaku, sehingga suatu individu dapat lebih

baik dalam memahami potensi dalam dirinya serta perilaku orang lain (Bonnstetter & Suiter, 2007). Dalam suatu buku yang berjudul *Emotions of Normal People*, kepribadian seseorang di kategorikan dan diidentifikasi dalam empat tipe kepribadian yang dikenal sebagai DISC atau singkatan dari *Dominance, Influence, Steadiness, dan Compliance* atau *Conscientiousness* (Marston, 1928). Setiap kepribadian memiliki karakteristik dan perilaku yang berbeda-beda, sebagai contoh pada tipe kepribadian *Conscientiousness* yang memiliki karakteristik yang cenderung akurat dan teliti serta memiliki pemikiran yang analitis dan memiliki standar tinggi dan cenderung perfeksionis. Dalam suatu pekerjaan, tipe kepribadian *Conscientiousness* dapat diandalkan dalam memecahkan suatu masalah, sifat analitis dan teliti pada kepribadian ini dapat menjadikannya seorang *troubleshooter* yang baik. Namun, mereka dengan tipe *Conscientiousness* merupakan seseorang dengan kepribadian *introvert* dan cenderung suka mengerjakan tugasnya sendiri. Tipe ini juga sulit untuk dapat menerima ide dan masukan dari orang lain, serta cenderung terkesan anti kritik. Mereka perlu banyak belajar untuk lebih bersosialisasi dalam berhubungan dengan orang lain. Dibalik sifatnya yang tertutup, tipe kepribadian *Conscientiousness* cenderung takut untuk mengambil risiko tinggi dan memilih untuk menjauhi konflik (Marston, 1928).

Selain tes kepribadian DISC, penelitian yang berjudul *Confirmation of Personality Types Using Visual Evoked Potential with User Interface Design Stimulus* oleh Ilham perdana, membahas mengenai penggunaan *Visual Evoked Potential* (VEP) sebagai suatu klasifikasi tipe kepribadian. VEP merupakan suatu respon dari gelombang otak dalam menanggapi stimulasi visual. Berdasarkan penelitian tersebut, didapatkan fakta bahwa 93,75% VEP diklasifikasikan berdasarkan tipe kepribadian seseorang. Sehingga, tipe kepribadian dapat dijadikan suatu pertimbangan dalam memenuhi *user persona* pada tahap memahami kebutuhan pengguna (Perdana, Santosa, Setiawan, & Wimbari, 2021).

PT. Dayamitra Telekomunikasi Mitratel menjadi perusahaan yang bergerak dalam pengadaan infrastruktur telekomunikasi, khususnya sebagai lembaga penyewaan tower. Mitratel telah mengelola 34.000 menara komunikasi yang ada di Indonesia.

Mitratel memiliki dua *portfolio* utama yaitu penyewaan menara dan bisnis lain terkait menara. Untuk portofolio penyewaan menara memiliki spesifik meliputi *Macro Cell, Small Cell, Colocation, Reseller, dan Tower Solution*, serta pada bisnis lain terkait menara memiliki spesifik meliputi *Project Solution, Managed Service, Digital Service, Tower Fiberisation, dan Edge Infra Solution*. Adapula permasalahan yang ditemukan pada internal perusahaan Mitratel, khususnya pada *unit Marketing & Sales*, antara lain yaitu, proses *approaching* kepada *customer* yang masih menggunakan metode manual sehingga kurang efisien dan memakan banyak waktu. Lalu sebagai perusahaan besar yang memiliki andil dalam penyewaan tower telekomunikasi proses kalkulasi *Tower Leasing* masih dilakukan secara manual yang memerlukan waktu 3-4 hari untuk perhitungan biayanya. Permasalahan terakhir yaitu belum adanya data *customer & company profile* yang lengkap dan terorganisir. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah tersebut, unit kerja *Product Development* memiliki rencana untuk membuat suatu *Website Marketing Kit*, segala kebutuhan menu dan fitur untuk keperluan *website* telah dirangkum dalam bentuk *Business Requirement Details*.

Dari identifikasi masalah yang ditemukan pada unit *Marketing & Sales* Mitratel, untuk membantu merealisasikan rencana pembuatan *website Marketing Kit* yang diusulkan oleh unit kerja *Product Development*. Maka, hasil akhir penelitian ini akan membantu untuk membuat suatu rancangan *prototype Website Marketing Kit* yang berpedoman pada *Business Requirement Details* yang telah ditetapkan oleh Mitratel. Selain itu, untuk menguatkan teori dari penelitian yang berjudul *Confirmation of Personality Types Using Visual Evoked Potential with User Interface Design Stimulus*, rancangan *UI/UX Website Marketing Kit* akan dibuat berdasarkan tipe kepribadian DISC. Penelitian ini akan fokus pada tipe *Conscientiousness* untuk mencari keterkaitan *design UI/UX* terhadap tipe kepribadian.

Berdasarkan surat keputusan nomor : S.Ket608/HC0/DKA-13000/XII/2022, PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. atau Mitratel menyetujui kebutuhan pembuatan rancangan *UI/UX* pada *Website Marketing Kit* sebagai *website* yang akan digunakan oleh *Marketing & Sales Unit*. Dengan membuat suatu rancangan *website* yang di kategorikan berdasarkan tipe kepribadian DISC, unit *Marketing*

& Sales PT Dayamitra Telekomunikasi dapat menggunakan inovasi dari teknologi pada penelitian ini, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan dan pengalaman pengguna. Sehingga, dapat membantu kinerja dan menumbuhkan niat kerja unit *Marketing & Sales* yang dapat mempengaruhi peningkatan hasil penjualan produk dan jasa pada perusahaan ini.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana membuat *prototype design* untuk *Website Marketing Kit* berdasarkan preferensi pengguna bertipe kepribadian *Conscientiousness* dengan menggunakan metode *design thinking*?
2. Bagaimana cara menghubungkan *prototype design* dengan kebutuhan sistem perusahaan yang sudah ditetapkan dalam *Business Requirement Details* (BRD) dengan menyesuaikan desain sesuai preferensi pengguna bertipe kepribadian *Conscientiousness* untuk menunjang kinerja pengguna dalam menjalankan proses bisnis penyewaan tower?
3. Bagaimana cara mengembangkan *Prototype Marketing Kit* menjadi sebuah *front-end website* interaktif yang dapat menunjang kinerja pengguna dalam menjalankan proses bisnis penyewaan tower menggunakan *framework* ReactJS?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Membuat *Prototype Design* untuk *Website Marketing Kit*, dengan menyesuaikan desain berdasarkan preferensi pengguna bertipe kepribadian *Conscientiousness* menggunakan metode *design thinking*.
2. Membuat *Prototype Design* yang dapat menampilkan kebutuhan sistem yang telah ditetapkan dalam *Business Requirement Details* (BRD) dengan menyesuaikan desain sesuai preferensi pengguna bertipe kepribadian *Conscientiousness* untuk menunjang kinerja pengguna dalam menjalankan proses bisnis penyewaan tower.

3. Mengembangkan *Prototype Marketing Kit* menjadi sebuah *front-end website* interaktif yang dapat menunjang kinerja pengguna dalam menjalankan proses bisnis penyewaan tower menggunakan *framework* ReactJS.

1.4 Batasan Penelitian

Untuk lebih fokus pada pengerjaan penelitian ini, serta tidak keluar dari topik rumusan masalah, maka penelitian ini dibatasi untuk fokus pada:

1. Pembuatan rancangan *design UI/UX Website Marketing Kit* yang sesuai dengan preferensi tipe kepribadian *Conscientiousness*.
2. Penelitian ini hanya sampai tahap *front-end*, pengembangan lebih lanjut akan dilakukan oleh pihak Mitratel.
3. Tahap *Usability Testing* dilakukan untuk validasi penyesuaian *Prototype UI/UX* sesuai kebutuhan perusahaan, tahap *testing* tidak sampai membuktikan pemilihan preferensi *design* sesuai tipe kepribadian *Conscientiousness*.
4. Tidak semua informasi pada *Website Marketing Kit* menampilkan produk Mitratel, hanya sebagian produk yang di tampilkan sebagai contoh untuk perancangan *prototype*, seperti *Macro Cell (Product Catalogue)*, *Tower Leasing Calculator (Business Calculator)*, dan *tenant* Telkomsel yang menjadi contoh pada menu *Costumer & Company Profile*.
5. Pembuatan *prototype design* dibatasi untuk fokus pada pembuatan *website desktop*, tidak termasuk pembuatan untuk versi *mobile* dan *responsive layout*.
6. Tidak diterapkannya tahapan *hosting* pada implementasi *frontend*.
7. Penelitian tidak membahas tentang analisis proses bisnis penyewaan tower pada unit *Marketing & Sales*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya topik penelitian ini, maka penelitian ini bermanfaat untuk berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Mitratel, penelitian ini memberikan inovasi untuk pengembangan teknologi serta membantu dalam keberlangsungan proses bisnis khususnya pada divisi *Marketing & Sales*.

2. Bagi Universitas Telkom, hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi yang bermanfaat dalam meningkatkan efisiensi proses bisnisnya sehingga mahasiswa dan dosen dapat lebih produktif dalam kegiatan akademis.
3. Bagi pengembang yang bergerak dalam sistem informasi, penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan lebih lanjut, sehingga dapat menjadi sebuah acuan dalam penelitian yang akan dirancang dikemudian hari.