



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis melalui media sosial semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia (Permata, 2017). Saat ini media sosial menjadi sarana penjualan terbaik bagi perintis suatu bisnis kecil-kecilan seperti *online shop* yang ada di kalangan masyarakat. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *online shop* sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan (Sukwadi, Inderawati, & Indah, 2016).

Online shop sendiri harus siap sedia ketika ada calon pembeli yang ingin bertanya lebih dalam mengenai produk yang dijual melalui *chat* pribadi. Namun, akan menjadi tantangan tersendiri jika calon pembeli yang datang sangat banyak jumlahnya. Tentu, pemilik akan mengalami kesulitan dalam mengetik jawaban yang berulang untuk membalas pertanyaan pelanggan satu per satu. Belum lagi, jika pertanyaan satu calon pelanggan ke calon pelanggan yang lain memiliki jumlah yang banyak dan memiliki kemiripan, maka pemilik akan sangat sulit mengetik ulang jawaban untuk membalas semua *chat* dari mereka (Elmorshidy, Mostafa, El-Moughrabi, & Al-Mezen, 2015). Menjawab semua pertanyaan secara manual ini dapat diatasi dengan kehadiran teknologi *chatbot* di mana pertanyaan seseorang dapat di jawab secara otomatis oleh *bot*.

Komunikasi antar pengguna dan pemilik *online shop* dipermudah dengan munculnya aplikasi-aplikasi *instant messaging* gratis dimana pengguna dapat mengunduhnya tanpa membeli. Salah satunya adalah aplikasi *instant messaging* LINE, aplikasi *instant messaging* LINE ini banyak menarik perhatian pengguna *smartphone* sebagai aplikasi pesan cepat lintas *platform*. Aplikasi *instant messaging* LINE merupakan aplikasi pesan yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Kemudahan dan keunikan *sticker* yang ditawarkan oleh aplikasi ini yang membuat banyaknya masyarakat menggunakan aplikasi *instant messaging* LINE (Irianto, 2015).

Chatbot adalah program komputer yang menyimulasikan percakapan manusia menggunakan bahasa alami. Berbagai macam istilah telah digunakan termasuk *chatterbots*, *virtual assistants*, *virtual agents*, *intelligent agents* atau *web-bots* (Wang & Petrina, 2013).

Chatbot juga disebut sebagai *virtual assistants*. Ini adalah bentuk dasar dari perangkat lunak kecerdasan buatan yang dapat meniru percakapan manusia. *Chatbot* dapat dianalisis dan ditingkatkan. Ini dapat digunakan di berbagai bidang seperti pendidikan, bisnis, *chatting online*, dan lain-lain (Dahiya, 2017). Saat ini *chatbot* masih terus berkembang dan dilatih untuk menjadi lebih baik lagi karena di masa mendatang *chatbot* mungkin dapat diandalkan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan oleh pengguna.

Platform yang akan digunakan pada implementasi penelitian ini adalah Platform Kata.ai. Pada waktu melaksanakan penelitian ini, dirasa belum ada buku atau jurnal yang membahas *Platform* Kata.ai yang dapat dijadikan referensi untuk

penelitian ini, tetapi *Platform* Kata.ai memiliki fitur yang berguna untuk mendukung implementasi *chatbot* pada penelitian ini. Kelebihan atau fitur yang dimiliki oleh *Platform* Kata.ai, diantaranya mendukung pembuatan *flow* yang sangat fleksibel dan adanya fitur *emulator* sehingga developer dapat langsung melakukan testing pada *console*.

Oleh karena itu, topik tentang implementasi *chatbot* dengan menggunakan *Platform* Kata.ai untuk *online shop* pada *Platform* LINE ini akan diimplementasikan untuk menyelesaikan permasalahan di atas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana cara merancang dan membangun sistem *chatbot* untuk *online shop* plum pada *Platform* LINE?
2. Bagaimana cara *chatbot* dapat menjawab masukan / *input* dari pengguna?
3. Bagaimana sistem *chatbot* dapat diimplementasikan ke *Platform* LINE?
4. Berapa banyak pertanyaan yang berulang dapat dijawab oleh *chatbot*?

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini akan meliputi beberapa hal, antara lain:

1. Media sosial yang digunakan hanya LINE, sehingga hanya menggunakan API LINE.
2. *Chatbot* yang dibuat hanya digunakan untuk pemilik *online shop* plum @Kuydietin.
3. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode RAD.
4. Pengembangan sistem *chatbot* dimulai dari pengenalan produk sampai pemesanan produk.
5. Tidak memiliki *dashboard* untuk *admin*, di mana *admin* dapat melihat *chat history* dengan pelanggan.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui cara merancang dan membangun sistem *chatbot* untuk *online shop* plum pada Platform LINE.
2. Untuk mengetahui cara *chatbot* dapat menjawab masukan / *input* dari pengguna.
3. Untuk mengetahui cara implementasikan sistem *chatbot* ke Platform LINE.
4. Untuk mengetahui banyak pertanyaan yang berulang dapat dijawab oleh *chatbot*.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, manfaat yang akan didapatkan adalah :

1. Dapat memudahkan pemilik *online shop* plum dalam menjawab pertanyaan calon pembeli.
2. Dapat menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan karena tidak butuh waktu lama dalam menjawab pertanyaan dari calon pembeli.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA