

## BAB 1 PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Persaingan dunia industri saat ini berkembang semakin pesat dan perkembangan teknologi menjadi salah satu aspek penting. Industri bisnis, pendidikan, kesehatan, dan lainnya membutuhkan suatu hal yang dapat mendukung setiap prosesnya agar menjadi lebih efisien. Hampir seluruh aspek industri membutuhkan transaksi secara cepat, informasi yang mudah didapatkan, dan komunikasi tanpa batas. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pelaku industri membutuhkan suatu media *online*, dimana transaksi, informasi, dan komunikasi akan dengan cepat dilakukan dan disampaikan. Hal ini dapat dilakukan dengan penggunaan internet.



Gambar I. 1 Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan Gambar I.1 penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 terdapat 171,17 juta pengguna internet dari seluruh jumlah populasi penduduk Indonesia yaitu 2,64,16 juta. Fenomena ini menjadi sebuah potensi untuk melakukan bisnis dengan media internet. Internet memberi kemudahan bagi pihak industri untuk dapat memasarkan produk atau jasa yang mereka hasilkan secara lebih luas dan mudah,

serta bagi pelanggan akan lebih mudah mencari informasi mengenai produk atau jasa yang diinginkan.

Perkembangan salah satu industri bisnis terdapat pada bidang *fashion* di Indonesia yang cukup pesat. Kondisi ini sejalan dengan berkembangnya kesadaran masyarakat akan *fashion* yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana. Hal ini dapat dikatakan bahwa kebutuhan *fashion* pada saat ini bukan hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai saran berkomunikasi dan menunjukkan gaya hidup serta identitas pemakainya. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan *fashion* saat ini dipermudah dengan berkembangnya teknologi informasi yang menyediakan layanan pembelian secara *online* atau yang biasa dikenal dengan *E-Commerce* tanpa memandang batasan tempat, waktu, jenis kelamin, dan usia.

Tabel I. 1 Presentase jual beli melalui *E-Commerce* di Indonesia Tahun 2018

Produk	Penjual (%)	Pembeli (%)
<i>Gadgets, computers &amp; accessories</i>	24,48	26,58
<i>Fashion &amp; accessories</i>	30,75	41,73
<i>Health and beauty</i>	10,46	15,95
Lainnya	32,22	15,74

Sumber: Katadata Insight Center

Berdasarkan Tabel I.1 diketahui bahwa penjualan dan pembelian pada kategori *fashion* dan *accessories* di Indonesia memiliki presentase yang besar, yaitu 30,75% pada penjual dan 41,73% pada pembelian. Hal ini menunjukkan potensi yang besar bagi industri *fashion* untuk mengembangkan produknya melalui *E-Commerce*.

Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi pusat *fashion* di Indonesia. Cukup banyak *brand fashion* lokal ternama berasal dari Bandung. Banyaknya *brand fashion* di Bandung ini menyebabkan persaingan antar pebisnis dibidang serupa semakin ketat. Berikut merupakan beberapa *brand fashion* ternama dengan tema *streetwear* yang berasal dari Bandung.

Tabel I. 2 Brand lokal ternama berasal dari Bandung

Brand	E-Commerce	Keterangan
Ouval Research	<a href="https://www.schofficial.com/en">https://www.schofficial.com/en</a>	Berdiri sejak 1997
Cosmic	<a href="https://cosmicclothes.net/">https://cosmicclothes.net/</a>	Berdiri sejak 2001
Bloods	<a href="http://bloods-industries.co/">http://bloods-industries.co/</a>	Berdiri sejak 2002
Screamous	<a href="https://www.screamous.com/">https://www.screamous.com/</a>	Berdiri sejak 2004
Black ID	<a href="https://blackidclothing.com/">https://blackidclothing.com/</a>	Berdiri sejak 2004
Kick Denim	<a href="https://kickdenim.com/">https://kickdenim.com/</a>	Berdiri sejak 2010
Applecoast	<a href="https://www.applecoast.co.id/">https://www.applecoast.co.id/</a>	Berdiri sejak 2013

Applecoast.co merupakan salah satu industri *fashion* yang berpusat di kota Bandung yang menjual berbagai macam barang seperti kaos, kemeja, topi, jaket, tas, dompet, serta celana. Target pasar dari Applecoast adalah anak muda, usia 18-30 tahun, dan pengembangan dari pakaian gaya keseharian yang dinamis serta *streetwear*. Applecoast telah berdiri sejak 2013 dan terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Berdasarkan *interview* yang dilakukan terhadap *owner* pada tanggal 5 Desember 2018, penjualan pada Applecoast dilakukan menjadi dua, yaitu *online* dan *offline* dengan tujuan memenuhi target penjualan yang telah diterapkan Berikut merupakan rekapitan pendapatan Applecoast periode Januari - November 2018.

Tabel I. 3 Data hasil penjualan Applecoast periode Januari-November 2018

Bulan	Pendapatan		Total	Target Penjualan
	Online	Offline		
JANUARI	Rp 8.050.624	Rp 193.214.976	Rp 201.265.600	Rp 133.213.333
FEBRUARI	Rp 3.743.640	Rp 89.847.360	Rp 93.591.000	Rp 133.213.333
MARET	Rp 4.191.336	Rp 100.592.064	Rp 104.783.400	Rp 133.213.333
APRIL	Rp 2.350.324	Rp 56.407.776	Rp 58.758.100	Rp 162.498.600

Tabel I.3 Data hasil penjualan Applecoast periode Januari-November 2018

Bulan	Pendapatan		Total	Target Penjualan
	<i>Online</i>	<i>Offline</i>		
MEI	Rp 3.633.568	Rp 87.205.632	Rp 90.839.200	Rp 162.498.600
JUNI	Rp 13.515.940	Rp 324.382.560	Rp 337.898.500	Rp 162.498.600
JULI	Rp 8.533.664	Rp 204.807.936	Rp 213.341.600	Rp 122.448.467
AGUSTUS	Rp 3.881.640	Rp 93.159.360	Rp 97.041.000	Rp 122.448.467
SEPTEMBER	Rp 2.278.512	Rp 54.684.288	Rp 56.962.800	Rp 122.448.467
OKTOBER	Rp 2.821.504	Rp 67.716.096	Rp 70.537.600	Rp 603.833.267
NOVEMBER	Rp 8.318.868	Rp 199.652.832	Rp 207.971.700	Rp 603.833.267

Gambar I. 2 Data hasil penjualan Applecoast periode Januari-November 2018

Berdasarkan Tabel I.2, dapat disimpulkan hasil penjualan Applecoast tidak konsisten dan terdapat beberapa bulan yang hasil penjualannya tidak mencapai target yang ditentukan. Perbedaan hasil penjualan antara *online* dan *offline* yang didapatpun cukup jauh. Berdasarkan *interview* yang dilakukan terhadap *owner* dari Applecoast menjelaskan bahwa penjualan produk lebih dominan dengan media *offline* dibandingkan *online*. Selain itu menurut *owner* Applecoast, penjualan *online* yang didapat hanya sekitar 4% dari pendapatan total setiap penjualan per bulannya, sedangkan pendapatan dari penjualan *offline* didapat sekitar 96% dari pendapatan total setiap penjualan per bulannya. Target yang diharapkan dari penjualan *online* mencapai angka 50% dari target penjualan.

Semakin tingginya *trend E-Commerce* ini dapat dijadikan sebuah strategi yang harus dioptimalkan demi mencapai target dari penjualann. Kebutuhan akan *E-Commerce* menjadi sebuah prioritas berdasarkan pengguna internet yang setiap tahunnya meningkat. Karakteristik dari pelanggan saat ini yang sudah masuk ke dunia *digital* ini harus segera disesuaikan dengan fasilitas dari sebuah bisnis *fashion*.

Pada penelitian ini dilakukan juga survei pendahuluan dengan *Depth Interview* terhadap dua belas narasumber dengan tujuan mengetahui keluhan mengenai

layanan *website* dari sudut pandang konsumen. Narasumber yang dipilih adalah narasumber yang belum pernah menggunakan *website* Applecoast dan pernah menggunakan *website* serupa.

Tabel I. 4 Hasil interview narasumber

No	Aspek yang Harus Diperhatikan	Presentase
1	Proses registrasi, pengorderan, dan pengkategorian produk belum ada jaminan keamanan serta kurang sederhana.	25%
2	Admin <i>customer service</i> lambat dalam memberi respon.	25%
3	<i>Customer service</i> dan jenis transaksi tidak lengkap (tidak meliputi berbagai media).	33%
4	Design web kurang menarik.	33%
5	<i>Website</i> kurang <i>optimized</i> menyebabkan sering <i>delay</i> .	33%
6	Informasi pada <i>website</i> kurang lengkap mengenai produk.	75%
7	Gambar dan detail produk kurang akurat dengan produk nyatanya.	42%

Pada tabel I.4 dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan beberapa keluhan dari responden. Hasil dari *interview* terhadap narasumber menyimpulkan bahwa hal-hal yang menjadi keluhan mengenai layanan *website* harus diperhatikan dan ditingkatkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan adanya analisa kebutuhan dengan memperhatikan seluruh kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi sebagai langkah awal dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas *website* Applecoast.

## I.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diangkat pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa saja atribut kebutuhan calon pelanggan layanan pada *website* Applecoast berdasarkan dimensi *E-Servqual*?
2. Bagaimanakah hasil pengukuran dan klasifikasi atribut kebutuhan *website* Applecoast berdasarkan tingkat kepentingan calon pelanggan dengan metode *E-Service Quality*?

3. Bagaimana hasil dari klasifikasi atribut kebutuhan calon pelanggan terhadap layanan Applecoast pada model *Refined Kano*?
4. Apakah atribut kebutuhan yang perlu dikembangkan dan diprioritaskan pada *website* Applecoast?
5. Apa saja atribut kebutuhan yang menjadi *True Customer Needs* pada *website* Applecoast?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan calon kebutuhan pada layanan *website* Applecoast berdasarkan dimensi *E-Servqual*;
2. Mengukur dan mengklasifikasikan atribut kebutuhan *website* Applecoast berdasarkan tingkat kepentingan calon pelanggan dengan metode *E-Servqual*;
3. Menentukan klasifikasi atribut kebutuhan pelanggan Applecoast berdasarkan kategori model *Refined Kano*;
4. Menentukan atribut kebutuhan yang perlu dikembangkan dan diprioritaskan pada Applecoast agar menarik minat calon pelanggan dan membentuk kepuasan pelanggan;
5. Menentukan atribut yang menjadi *True Customer Needs website* Applecoast.

### **I.4 Batasan Masalah**

Batasan permasalahan dari ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup responden merupakan calon konsumen dari Applecoast.
2. Penelitian ini meliputi peningkatan layanan penjualan pada perusahaan Applecoast.
3. Data perusahaan yang digunakan merupakan pada periode tahun 2018.
4. Penelitian hanya sampai tahap *True Customer Needs*.
5. Penelitian ini tidak mencapai tahap implementasi.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan referensi kepada pihak Applecoast mengenai atribut kebutuhan yang perlu dikembangkan dan dapat menjadi keunggulan kompetitif diantara kompetitor.
2. Memberikan referensi kepada pihak Applecoast mengenai atribut kebutuhan yang perlu diprioritaskan untuk dapat menarik minat target pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan Applecoast.
3. Menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### **BAB I           Pendahuluan**

Pada bab berisi uraian tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, batasan-batasan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II           Landasan Teori**

Pada bab ini berisi literatur yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian. Pada bab ini membahas teori, penelitian terdahulu, dan alasan pemilihan metode yang digunakan pada penelitian.

### **BAB III         Metode Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian, data yang dibutuhkan untuk penelitian, dan metode yang digunakan untuk mengolah data yang didapatkan.

### **BAB IV         Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini berisikan tentang data-data yang dikumpulkan guna mendukung proses penelitian. Data dikumpulkan dengan melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian dan dari data informasi yang dimiliki perusahaan. Jika data yang dibutuhkan sudah terkumpul, maka data tersebut akan diolah sesuai dengan metode penelitian.

**BAB V Analisis**

Bab ini berisi uraian analisis secara *detail* setiap hasil pengumpulan dan pengolahan data pada bab sebelumnya.

**BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan secara menyeluruh mengenai penelitian yang telah dilakukan. Kemudian dilakukan pemberian saran yang ditujukan kepada perusahaan yang dijadikan objek penelitian serta saran kepada penelitian selanjutnya.