

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1.1.1 Profil Eiger Adventure Store

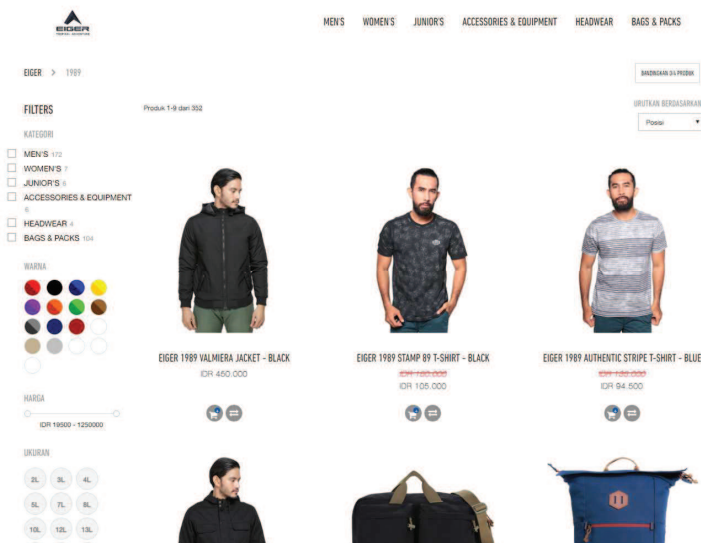
Eiger Adventure Store merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi pakaian dan aksesoris *outdoor*. Perusahaan ini didirikan oleh Ronny Lukito pada tahun 1979 di Bandung, Jawa Barat. Pada awal perusahaan berdiri, perusahaan ini hanya bermodalkan dua mesin jahit. Pada tahun 1992, Eiger Adventure Store Bandung mendapatkan penghargaan Upakarti dari pemerintah Indonesia. Eiger Adventure Store Bandung telah menjadi salah satu perusahaan industri *fashion* dengan kualitas terbaik yang bertaraf internasional.



Gambar 1.1 Logo Eiger Adventure Store  
*Sumber: Eigerindo, 2019.*

### 1.1.2 Produk Eiger Adventure Store

Eiger Adventure Store memiliki beragam produk *fashion* yang diberikan kepada pelanggan-pelanggannya seperti bandana, sepatu, sandal gunung, tas, *t-shirt* dan produk lainnya. Beberapa contoh dari produk Eiger Adventure Store dapat dilihat pada gambar berikut.



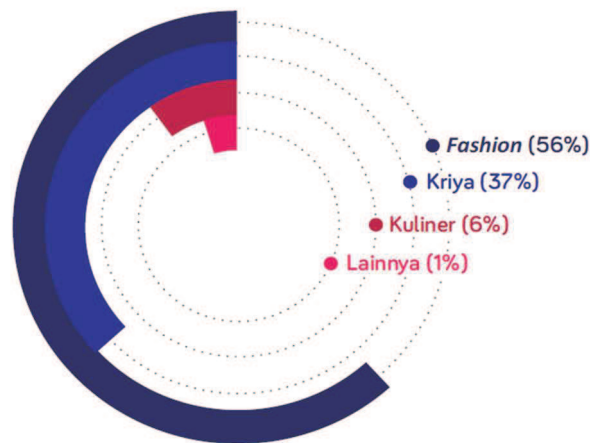
Gambar 1.2 Produk Eiger Adventure Store  
 Sumber: Eigerindo, 2019.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Kehidupan manusia tidak akan terlepas dari bisnis. Bisnis memanfaatkan kebutuhan dasar manusia seperti sandang, pangan dan papan. Kebutuhan dasar ini menjadikan bisnis *fashion* sebagai bisnis yang selalu dibutuhkan dan akan terus berkembang. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2017) di Indonesia, bisnis *fashion* masuk kedalam salah satu subsektor dari industri kreatif. Industri kreatif di Indonesia memiliki 16 subsektor yaitu kuliner, *fashion*, kriya, televisi & radio, penerbitan, *application & game developer*, periklanan, musik, fotografi, seni pertunjukan, desain produk, seni rupa, *design interior, film, visual communication design*. Menurut Kementerian Perindustrian (2014) mengatakan, Indonesia memiliki sumber daya manusia yang cukup banyak bagi perkembangan ekonomi kreatif, ini didukung oleh jumlah penduduk yang berusia muda sekitar 43%.

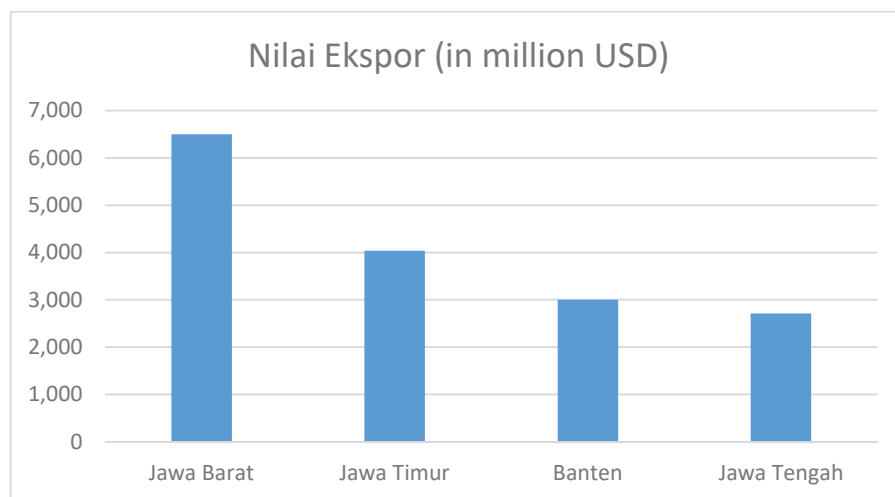
Pada tahun 2016, PDB ekonomi kreatif mempunyai pertumbuhan sebesar 4,95%. Pada PDB tersebut, subsektor *fashion* berkontribusi sebesar 18,01% (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2016).

## EKSPOR EKRAF MENURUT SUBSEKTOR



Gambar 1.3 Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor  
Sumber: Badan Ekonomi Kreatif, Maret 2017.

Berdasarkan gambar diatas subsektor *fashion* menyumbang 56% nilai ekspor dan menjadi subsektor dengan kontribusi terbesar di tahun 2015. Subsektor *fashion* memiliki potensi terbesar dibandingkan dengan subsektor lain pada bidang ekspor.



Gambar 1.4 Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Daerah  
Sumber: Badan Ekonomi Kreatif, Maret 2017.

Pada gambar diatas dilihat bahwa daerah Jawa Barat sebagai peringkat pertama menyumbang US\$6.499 miliar, disusul oleh daerah Jawa Timur menyumbang

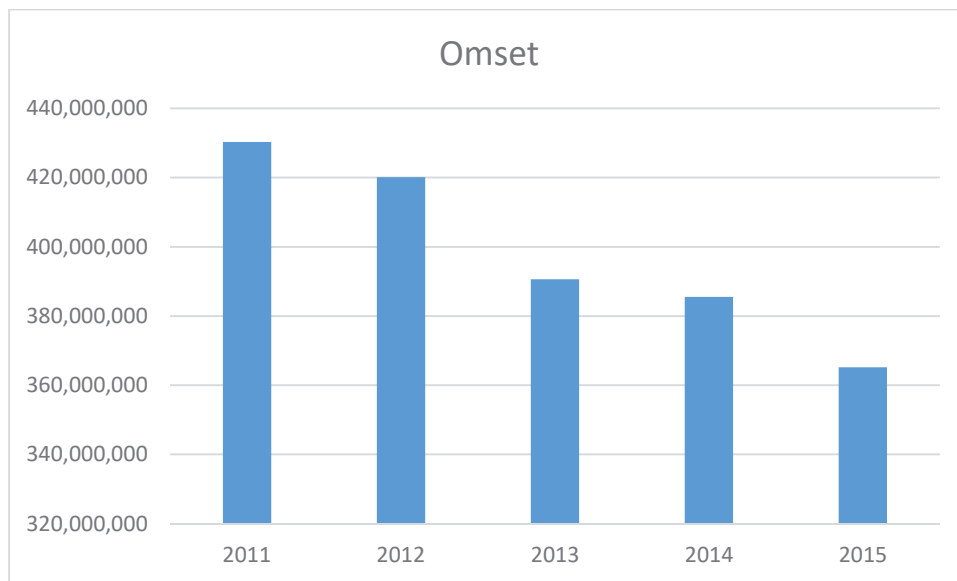
US\$4.037 miliar, lalu daerah Banten menyumbang US\$3.003 miliar, dan daerah Jawa Tengah menyumbang US\$2.714.

Bandung sebagai salah satu kota di Jawa Barat, mendapatkan penghargaan dari UNESCO sebagai salah satu kota kreatif. Kota Bandung masuk kedalam program UNESCO *creative cities* dari PBB karena diakui sebagai kota yang memiliki keunggulan di sektor kreatif (Fadhlurrahman, 2017). Kota Bandung terkenal dengan banyaknya industri *fashion* dan berhasil mengembangkannya, ini dapat dilihat dari meningkatnya pertumbuhan *factory outlet*, *clothing company*, dan *distribution store* sehingga *fashion* menjadi ikon Kota Bandung (Pratama & Aziz, 2018).

Di Bandung, banyak produk *fashion* yang dapat ditemukan. Salah satunya produk pakaian dan aksesoris *outdoor*. Kota Bandung yang sejuk menjadi salah satu alasan kenapa produk pakaian *outdoor* sangat disukai. Melihat potensi tersebut muncul banyak perusahaan yang memproduksi pakaian dan aksesoris *outdoor* seperti Consina, Rei dan Eiger.

Eiger Adventure Store Bandung sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi pakaian dan aksesoris *outdoor*. Perusahaan ini didirikan oleh Ronny Lukito pada tahun 1979 di Bandung, Jawa Barat. Pada awal perusahaan berdiri, perusahaan ini hanya bermodalkan dua mesin jahit. Pada tahun 1992, Eiger Adventure Store Bandung mendapatkan penghargaan Upakarti dari pemerintah Indonesia. Eiger Adventure Store Bandung telah menjadi salah satu perusahaan industri *fashion* dengan kualitas terbaik yang bertaraf internasional. Pelanggan Eiger memiliki minat beli yang tinggi karena tertarik dengan kualitas produk yang baik, tren positif ini menjadikan Eiger sebagai brand yang berkualitas dan menjadi brand yang terkenal di Indonesia hingga ke manca negara (Eigerindostore, 2017).

Berikut ini merupakan data omset penjualan Eiger Adventure Store Bandung mulai dari tahun 2011 hingga 2015.



Gambar 1.5 Data Penjualan Eiger Adventure Store Bandung  
*Sumber: Sirait, 2017.*

Berdasarkan grafik diatas omset penjualan Eiger Adventure Store Bandung dari tahun ke tahun mengalami penurunan ini di akibatkan oleh adanya pemalsuan produk Eiger yang menghancurkan citra produk dan perusahaannya. Terdapat pihak yang menjual produk-produk palsu yang mengatasnamakan Eiger, sehingga Eiger mendapatkan kerugian yang besar (Wage, 2014). Kuasa hukum Eiger, Eko Tanuwiharja mengatakan bahwa produk Eiger tiruan sulit dibedakan dengan produk Eiger yang asli. Mereka meniru semua aspek, dari mulai kemasan, logo, hologram persis (Pamungkas, 2014).

Kurangnya memberikan edukasi yang baik terhadap pelanggan membuat Eiger mengalami kesulitan akan adanya pemalsuan produk yang beredar. Masih banyak pelanggan yang tidak dapat membedakan produk Eiger asli dengan produk tiruan, sehingga pelanggan dan perusahaan mengalami kerugian. Fenomena ini terkait dengan *customer relationship*, karena Eiger harus menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan memberikan edukasi agar pelanggan dapat membedakan produk asli dengan produk tiruan. *Customer relationship* ini termasuk kedalam salah satu dari blok *business model canvas*. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan sebuah bahasa yang menjelaskan tentang visualisasi, penilaian, dan perubahan bisnis model. *Business Model Canvas* ini memiliki sembilan *building*

*blocks* yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships* dan *cost structure* (Osterwalder & Pigneur, 2012).

Kerangka kerja model bisnis *Business Model Canvas* ini terkenal lebih baik dan mudah dipahami seperti yang disampaikan oleh Rundupadang dan Priyadi (2018) bahwa *Business Model Canvas* menjadi pilihan terbaik karena telah teruji keberhasilannya dan sudah banyak diterapkan dalam perusahaan dalam maupun luar negeri dalam membuat perencanaan. BMC menciptakan pengetahuan umum dan bahasa yang dapat dibagikan, karena itu mudah untuk diinterpretasikan dan digunakan (Amanullah *et al.*, 2015). *Business Model Canvas* mempunyai sembilan komponen dari sebuah model bisnis. Alih-alih hanya mengurutkannya di sebuah baris, model bisnis diletakkan di dalam kanvas untuk men-visualisasi hubungan antar isu yang berbeda. Membantu pengguna untuk memetakan, mendiskusikan, merancang dan menciptakan bisnis baru (Ching & Fauvel, 2013). *Business Model Canvas* ini di terapkan untuk membantu membangun bisnis dengan baik. BMC digunakan untuk membantu mengembangkan bisnis. Saat perusahaan mengabaikan model bisnisnya, dapat kehilangan gambaran besar jika pelaku tersebut memiliki ide dan produk yang bagus (Jahandarpour, 2018).

Permasalahan Eiger berkaitan dengan kurangnya edukasi terhadap pelanggan mengenai perbedaan produk asli dan produk tiruan. Edukasi ini sangatlah penting untuk Eiger agar pelanggan dapat mengetahui dan membeli dengan bijak. Akan tetapi Eiger masih kurang memberikan penjelasan yang jelas. Eiger masih memiliki kekurangan pada model bisnisnya dan juga perlu dilakukannya perubahan proses bisnis di Eiger. Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang terjadi di Eiger Adventure Store Bandung diperlukan sebuah metodologi untuk merancang sebuah sistem pada blok *customer relationship* berdasarkan rekomendasi dari *business model canvas*. Terdapat dua metodologi yang dapat digunakan dalam merancang sebuah sistem yaitu metodologi terstruktur dan berorientasi objek. Setiap metodologi mempunyai alat berupa pemodelan untuk membantu merancang sistem (Laudon & Laudon, 2019a).

Metodologi terstruktur memiliki pemodelan yang bernama *data flow diagram* (DFD). Menurut Laudon dan Laudon (2019b) *Data Flow Diagram* merupakan diagram alur data yang menampilkan model grafik yang logis dari suatu alur informasi, proses pembuatan sistem dibagi kedalam modul-modul yang menunjukkan level rincian dari masing-masing aktivitas sistem. Metodologi berorientasi objek juga memiliki pemodelan yang bernama *unified modeling language* (UML). *Unified Model Language* merupakan bahasa visual untuk menentukan, membuat, dan mendokumentasikan artefak dari sebuah sistem melalui model dan diagram, dan menawarkan kerangka kerja yang baik (Abdeldjebbar & Azeddine, 2012).

UML dipilih sebagai pemodelan untuk merancang sebuah sistem pada blok *customer relationship*. UML menjadi pilihan karena sangat fleksibel yang memungkinkan berbagai jenis permodelan seperti alur kerja pemodelan proses bisnis dan urutan acara. UML menjadi standar untuk pemodelan perangkat lunak. Model ini menyediakan *blueprint* untuk *developers* sehingga tahu persis apa yang dibutuhkan untuk membangun (Ibrar, 2013). UML juga memfasilitasi teknik pemodelan yang komprehensif untuk menggambarkan model sistem dan digunakan untuk berbagai aplikasi, terutama untuk keperluan dokumentasi (Uke & Thool, 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan penelitian *Business Model Canvas* Eiger Adventure Store. Membuat rekomendasi bisnis model serta membuat perancangan model bisnis menggunakan *Unified Model Language* berdasarkan *Business Model Canvas* dan membuat *mock up* pada rekomendasi proses bisnis Eiger. Maka penelitian ini berjudul: **“PERANCANGAN MODEL BISNIS MELALUI KOLABORASI BMC DAN UML DI EIGER ADVENTURE STORE BANDUNG”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Kurangnya memberikan edukasi terhadap pelanggan membuat Eiger mengalami kesulitan akan adanya pemalsuan produk yang beredar. Masih banyak pelanggan yang tidak dapat membedakan produk Eiger asli dengan produk tiruan. Eiger mendapatkan kesulitan karena adanya pemalsuan produk dan kurangnya

edukasi terhadap pelanggan. Eiger mengalami penurunan penjualan dari tahun ke tahun. Fenomena ini berkaitan dengan blok *customer relationship* yang merupakan salah satu blok dari sembilan blok *business model canvas*.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka diperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *business model canvas* Eiger Adventure Store yang sedang terjadi?
2. Bagaimana rekomendasi perbaikan *business model canvas* pada Eiger Adventure Store?
3. Bagaimana perancangan *unified modeling language* untuk rekomendasi proses bisnis, berdasarkan *business model canvas* pada blok *customer relationship*?
4. Bagaimana perancangan bentuk Mockup User Interface pada rekomendasi proses bisnisnya?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian dilaksanakan untuk memperoleh data dan informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan yang ada. Tujuan penelitian yang ingin dicapai merupakan sebagai berikut:

1. Membuat bisnis model yang sedang terjadi pada Eiger Adventure Store menggunakan *business model canvas*
2. Membuat rekomendasi perbaikan *business model canvas*
3. Merancang *unified modeling language* untuk rekomendasi proses bisnis berdasarkan *business model canvas* pada blok *customer relationship* untuk diagram *use case diagram*, *use case scenario*, *activity diagram*, *sequence diagram*, dan *class diagram*.
4. Membuat *mock up user interface* pada rekomendasi proses bisnis Eiger

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Dilihat dari segi akademis, praktis, dan teori. Kegunaan penelitian ini diantaranya, sebagai berikut:



1. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen bisnis yang saat ini sedang berkembang. Hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pada penelitian berikutnya serta diharapkan dapat membantu penelitian yang berfokus dalam proses bisnis, *business model canvas*, dan *unified modeling language* (UML).

2. Bagi Praktisi

Sebagai masukan terhadap para pelaku bisnis maupun pihak – pihak lain yang berhubungan dengan bisnis produk fashion di Indonesia dalam menentukan manajemen data model bisnis pada bidang produk fashion yang ada di Indonesia.

3. Bagi Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan keilmuan dalam bidang pendidikan khususnya tentang perancangan *unified modeling language* untuk rekomendasi proses bisnis berdasarkan *business model canvas*.

### **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan untuk mengetahui *Business Model Canvas* yang diterapkan oleh Eiger Adventure Store dan merancang proses bisnis model tersebut menggunakan *unified modeling language* (UML) yang meliputi *use case diagram*, *use case scenario*, *activity diagram*, *sequence diagram*, dan *class diagram* pada blok *customer relationship* dalam *business model canvas*. Penelitian ini dilakukan pada Eiger Adventure Store yang terletak di Jl. Sumatera No.23, Bandung, Jawa Barat.

### **1.8 Sistematika Penelitian Tugas Akhir**

Agar dapat memberikan gambaran yang sesuai mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

## **1. BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai obyek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

## **2. BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini merupakan penjelasan mengenai hasil kajian pustaka yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti. Di dalam bab ini terdapat uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, penelitian terdahulu dan juga kerangka pemikiran.

## **3. BAB III. METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

## **4. BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

## **5. BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain