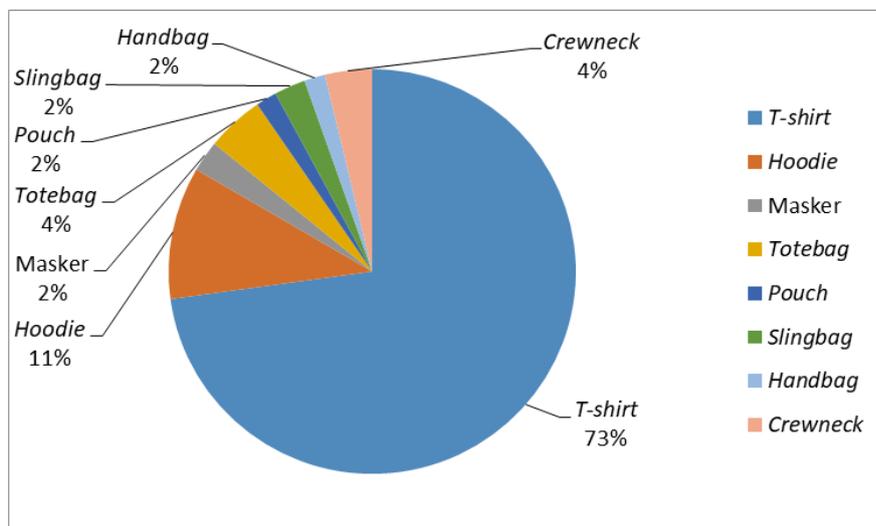


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

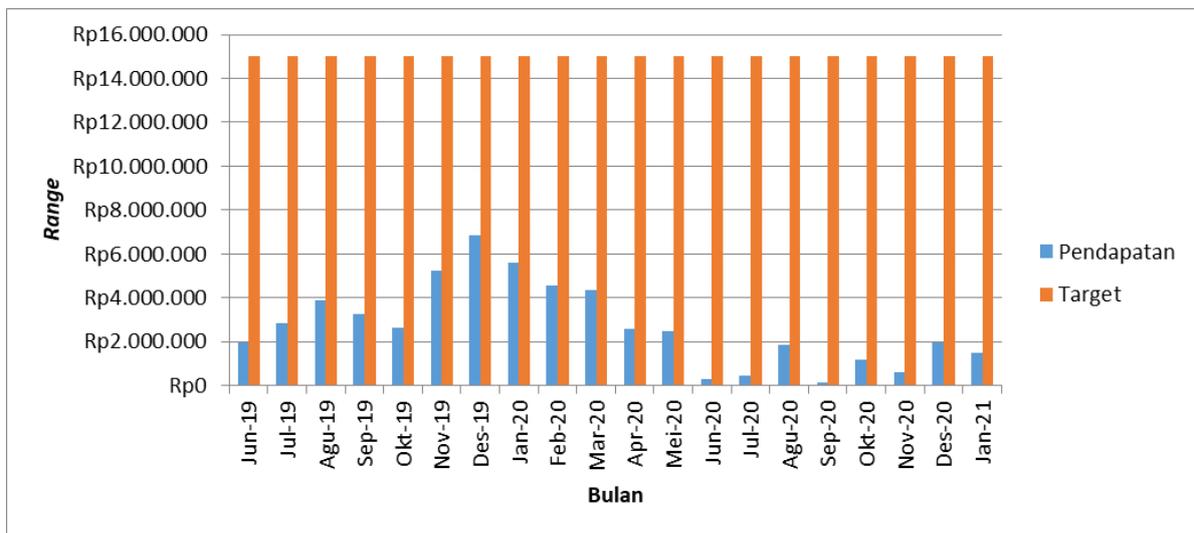
Winterxsvmmer adalah salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak dibidang *fashion* yang terletak di Kabupaten Bandung Barat. Winterxsvmmer didirikan oleh Uli Chandra Raya pada tanggal 25 Mei 2019. Saat ini, lokasi produksi Winterxsvmmer terletak di Jl. Jayagiri No.21 Lembang. Winterxsvmmer menjual produk secara *online* maupun *offline*. Untuk penjualan *online* Winterxsvmmer memasarkan produknya melalui Instagram, Tokopedia, Shopee, dan *Website*. Penjualan *offline*, konsumen bisa langsung datang ke lokasi produksi dan Winterxsvmmer juga mendistribusikan produknya ke toko yang telah melakukan kerjasama dengan pihak Winterxsvmmer.

Produk yang ditawarkan oleh Winterxsvmmer saat ini yaitu *T-shirt*, *Hoodie*, *Slingbag*, *Handbag*, *Totebag*, *Pouch*, *Crewneck* dan Masker. Winterxsvmmer mengusung konsep *streetwear* yang desainnya mengangkat tema negara-negara yang terdapat musim dingin dan musim panas, dan disetiap desainnya terdapat kotak kosong sebagai ciri khas agar dapat memudahkan konsumen untuk mengingat *brand* Winterxsvmmer. Target pasar dari Winterxsvmmer yaitu remaja yang berusia kisaran 16 tahun hingga 25 tahun.



Gambar I. 1 Data Penjualan Produk Winterxsvmmer Jun 2019 – Jan 2021
(Sumber: Data Internal Winterxsvmmer, 2021)

Gambar I.1 di atas menunjukkan bahwa produk *T-shirt* Winterxsvmmmer merupakan salah satu jenis produk yang paling banyak diminati oleh konsumen Winterxsvmmmer jika dibandingkan dengan produk lainnya sehingga dapat disimpulkan bahwa produk *T-shirt* Winterxsvmmmer merupakan produk unggulan yang memiliki potensi besar. Hasil wawancara dengan pemilik Winterxsvmmmer pada tanggal 5 Februari 2021, pendapatan perbulan produk *T-shirt* Winterxsvmmmer tidak stabil. Data tersebut dapat dilihat pada gambar I.2 dibawah ini.



Gambar I. 2 Data Pendapatan *T-shirt* Winterxsvmmmer Jun 2019 – Jan 2021
(Sumber: Data Internal Winterxsvmmmer, 2021)

Gambar I.2 mengilustrasikan nilai pendapatan *T-shirt* Winterxsvmmmer dari bulan Juni 2019 hingga bulan Januari 2021. Data di atas menunjukkan hasil pendapatan *T-shirt* yang tidak pernah mencapai target sebesar 15 juta rupiah, untuk mengetahui penyebab pendapatan yang tidak sesuai dengan target maka perlu dilakukan wawancara dengan pihak Winterxsvmmmer mengenai keluhan produk *T-shirt* Winterxsvmmmer. Berdasarkan hasil wawancara terdapat keluhan dari konsumen, kemudian untuk menggali keluhan tersebut peneliti melakukan wawancara terhadap 14 orang yang telah membeli dan menggunakan *T-shirt* Winterxsvmmmer. Tujuan dari wawancara untuk mengetahui *Voice of Customer* tentang produk *T-shirt* Winterxsvmmmer. Hasil wawancara dapat dilihat pada Tabel I.1 dibawah ini.

Tabel I. 1 Keluhan *T-shirt* Winterxsvmmmer

No	Keluhan Konsumen	Persentase
1	Warna <i>T-shirt</i> kurang bervariasi	86%
2	Warna <i>T-shirt</i> mudah pudar	36%
3	Bahan <i>T-shirt</i> tipis	57%
4	Sablon mudah rusak	29%
5	<i>Fitting T-shirt</i> kurang bervariasi	57%
6	Model <i>T-shirt</i> kurang bervariasi	71%
7	Motif <i>T-shirt</i> kurang bervariasi	64%

(Sumber: Wawancara *Online*)

Berdasarkan hasil dari survei pendahuluan pada Tabel I.1 menunjukkan keluhan terkait produk *T-shirt* dari Winterxsvmmmer. Keluhan tersebut dapat membuat seseorang enggan untuk membeli *T-shirt* Winterxsvmmmer. Keluhan konsumen dapat berdampak serius pada kelangsungan penjualan Winterxsvmmmer sendiri, sehingga perusahaan perlu memperhatikan hal tersebut untuk menjaga minat konsumen.

Dalam memenuhi keinginan konsumen pihak Winerxsvmmmer perlu mempertimbangkan preferensi konsumen atas produk *T-shirt* yang akan diproduksi oleh Winterxsvmmmer. Winterxsvmmmer harus mengetahui preferensi konsumen agar *T-shirt* Winterxsvmmmer dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

I.2 Perumusan Masalah

Preferensi konsumen terhadap produk adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian *T-shirt* Winterxsvmmmer. Untuk mengetahui preferensi tersebut maka perlu dilakukan identifikasi mengenai atribut dan level atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Merujuk pada penelitian Zhou dan Xu (2019) dan penelitian Codini (2020) sebelumnya, *conjoint analysis* digunakan untuk mengevaluasi dan

mengukur preferensi konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apa saja atribut dan level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen *T-shirt Winterxsvmmer*?
2. Apa saja perbandingan antara atribut eksisting *T-shirt Winterxsvmmer* dengan preferensi konsumen?
3. Apa saja rekomendasi perbaikan produk *T-shirt Winterxsvmmer* yang tepat agar semakin diminati konsumen?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi atribut dan level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen *T-shirt Winterxsvmmer*.
2. Membandingkan antara atribut eksisting *T-shirt Winterxsvmmer* dengan preferensi konsumen.
3. Menyusun rekomendasi perbaikan produk *T-shirt Winterxsvmmer* yang tepat agar semakin diminati konsumen.

I.4 Batasan Tugas Akhir

Agar penelitian dapat lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, maka batasan pada penelitian ini adalah:

1. Data yang digunakan pada penelitian ini terhitung mulai dari bulan Juni 2019 hingga Januari 2021.
2. Responden pada penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk *T-shirt Winterxsvmmer*.
3. Pada penelitian ini hanya sampai tahap pemberian rekomendasi perbaikan atribut produk *T-shirt* berdasarkan preferensi konsumen, tidak sampai tahap implementasi.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang akan didapatkan pada penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi perusahaan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *T-shirt*.
2. Mengetahui prioritas atribut dan level atribut Winterxsvmmmer, yang menjadi masukan bagi pihak Winterxsvmmmer agar semakin diminati konsumen.
3. Dapat dijadikan referensi literatur untuk penelitian *conjoint analysis* selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, batasan tugas akhir, manfaat tugas akhir dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang menjadi landasan teori untuk penelitian yang dilakukan pada *T-shirt* Winterxsvmmmer.

Bab III Sistematika Penyelesaian Masalah

Bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah penelitian secara rinci. Bab ini mencakup dua sub bagian, yaitu pengembangan model konseptual dan sistematika penyelesaian masalah.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab ini dilakukan pengumpulan dan pengolahan data penelitian. Dimulai dari pengumpulan data kuesioner dan pengolahan data hasil kuesioner.

Bab V Analisis dan Evaluasi Hasil Perancangan

Bab ini dijelaskan analisis hasil perancangan atribut dan dilengkapi dengan rekomendasi perbaikan atribut *T-shirt* Winterxsvmmmer sesuai preferensi konsumen terhadap produk yang diinginkan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.