

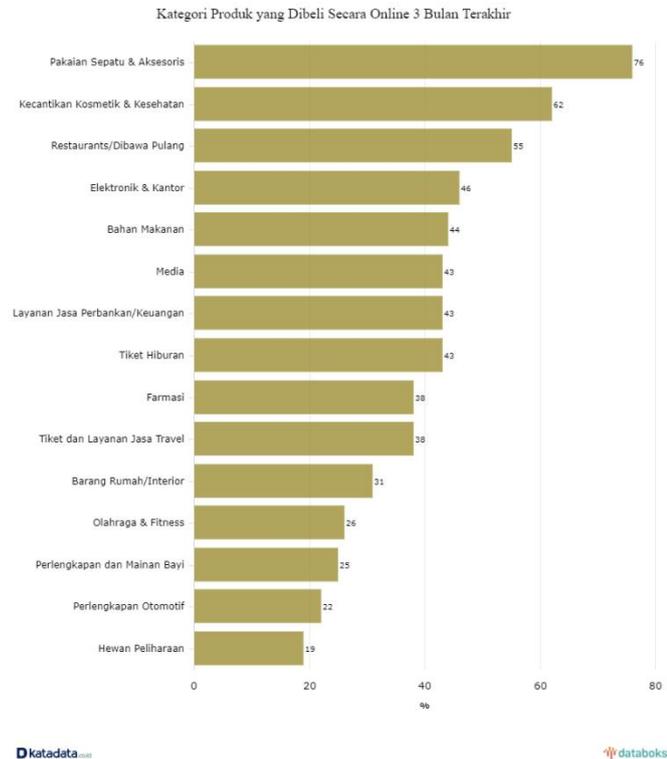
BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai konteks permasalahan, latar belakang permasalahan, perumusan masalah yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah, tujuan masalah, batasan masalah tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan. Pada latar belakang menjelaskan gap target penjualan dengan total penjualan setiap bulannya. Selanjutnya mengidentifikasi penyebab terjadinya gap tersebut dengan menggunakan fishbone agar dapat terlihat akar permasalahan dari gap tersebut. Setelah mengidentifikasi akar permasalahannya, dapat dirumuskan beberapa alternatif solusi, dan penulis akan memilih alternatif solusi terbaik untuk menyelesaikan permasalahan eksisting Avaro.

I.1 Latar Belakang

Keberadaan *fashion* di Indonesia akan terus berkembang mengikuti arus modernisasi. Evolusi ini membuat masyarakat menjadi selektif dalam menentukan jalan hidupnya. Gaya hidup erat kaitannya dengan *fashion*, karena *fashion* akan membantu penampilan menjadi lebih menarik dan menjadi tren di masyarakat. Produk *fashion* merupakan produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka waktu yang lama karena produk tersebut digunakan secara normal selama satu tahun. Produk *fashion* meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dll. Persaingan bisnis di industri *fashion* semakin ketat, para pedagang berlomba-lomba menawarkan produk dengan berbagai cara untuk menarik konsumen terhadap produknya. Banyak pedagang yang mencoba hadir dengan produk *fashion* terbaru yang mengikuti tren dengan menggunakan bahan berkualitas, desain yang dibuat khusus untuk toko atau fitur toko mereka sendiri, dan bahkan menawarkan harga yang relatif murah. Maka dari itu dibutuhkan kreativitas yang tinggi agar menciptakan suatu inovasi produk, karena dengan adanya inovasi agar mampu membuat perusahaan bertahan dalam persaingan dengan pesaing. Selain memberikan inovasi, perusahaan harus melihat keadaan tren pasar serta keinginan pelanggan pada saat itu agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pasar.

Penggunaan teknologi internet juga merupakan salah satu inovasi yang dimanfaatkan saat ini dalam bertransaksi jual-beli. Dengan menggunakan internet dapat mempermudah masyarakat dalam pembelian kebutuhan secara *online*. Tren pasar tersebut juga dapat dibuktikan oleh data *rapyd.net* yang terlihat pada Gambar I.1 sebagai berikut:

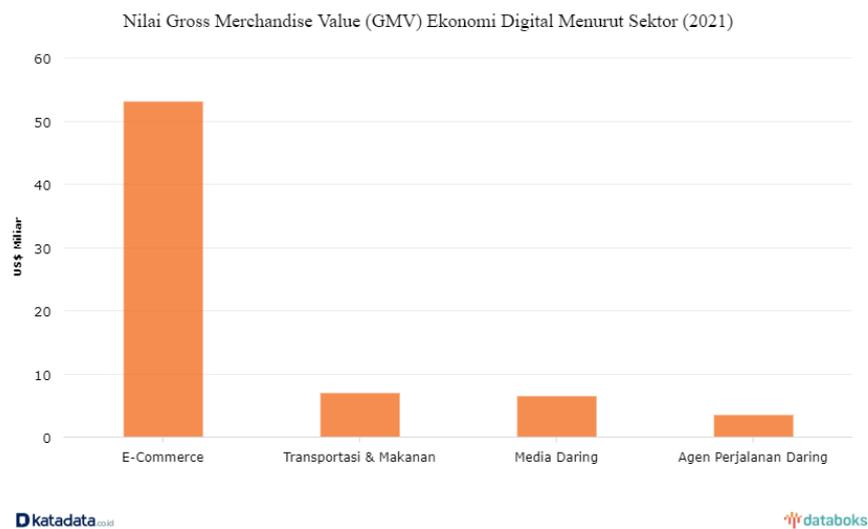


Gambar I.1 Kategori produk yang dibeli secara *online*
 Sumber (Databoks, 2020)

Berdasarkan hasil survei yang diselenggarakan oleh *rapyd.net* yang berjudul “*Asia Pacific eCommerce and Payments Guide 2020*” dapat terlihat produk *fashion* yang terdiri dari pakaian, sepatu, dan aksesoris menempati posisi pertama sebagai produk yang sering dibeli secara *online* pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan eksistensi sektor *fashion* pada saat ini, dan diperkirakan akan terus bertambah dan stabil dikarenakan pertumbuhan dan perkembangan tren yang selalu ada.

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak hal yang bisa kita lakukan dengan mudah, praktis dan sederhana. Hanya dengan menggunakan *handphone* kemudahan tersebut dapat dirasakan oleh masyarakat saat ini, salah satunya

yaitu menjual produk. Transaksi seringkali menjadi lebih mudah karena tidak perlu mengunjungi toko fisik dan proses pembayaran juga menawarkan berbagai pilihan, misalnya seperti *cash on delivery* (COD), transfer ATM, *M-Banking*, melalui toko serba ada sebagai mitra dan lain-lain. Belanja *online* ini juga bisa disebut dengan *E-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat di bidang penjualan dan pembelian barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet.



Gambar I. 2 Nilai GMV ekonomi digital 2021
Sumber (Databoks, 2021)

Berdasarkan Gambar I.2 terdapat hasil riset Google, Temasek, dan Bain & Company menunjukkan, lokapasar atau *e-commerce* menjadi pendorong utama ekonomi digital Indonesia pada 2021. Ini tercermin dari nilai *Gross Merchandise Value* (GMV) sektor tersebut yang diperkirakan sebesar US\$ 53 miliar. Tingkat pertumbuhan majemuk (*Compound Annual Growth Rate/CAGR*) nilai GMV sektor *e-commerce* tercatat sebesar 52% pada 2021. Angka tersebut juga merupakan yang tertinggi dibandingkan sektor digital lainnya.

Dengan memanfaatkan *E-commerce* dan sektor *fashion* yang terus mengalami perkembangan kedepannya, maka penulis tertarik untuk mengambil objek Avaros. Avaros merupakan salah satu perusahaan yang menjual produk

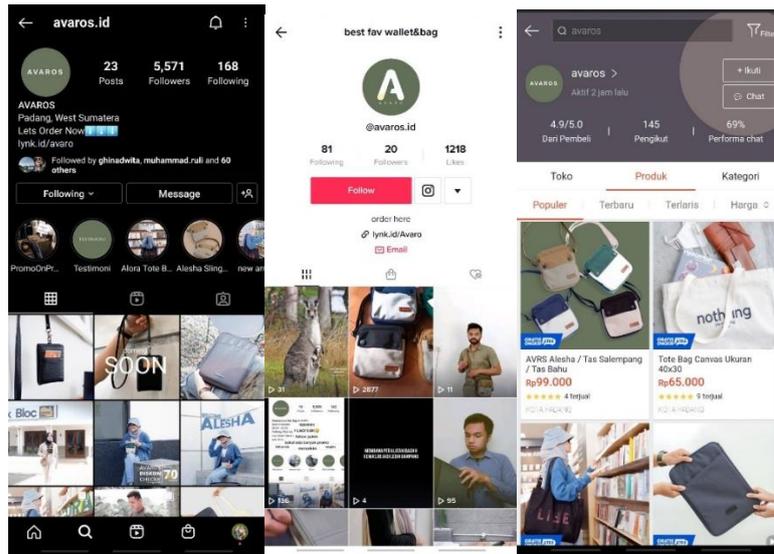
aksesoris *fashion* seperti tas dan dompet yang berdiri pada bulan Agustus tahun 2021. Pada awalnya proses produksi dilakukan sendiri oleh *owner* Avaros, namun dengan adanya keterbatasan maka proses produksi saat ini dibantu oleh vendor dengan desain yang telah dirancang oleh *owner*. Saat ini Avaros sudah memiliki beberapa produk yang terdapat pada Tabel I.1:

Tabel I.1 Daftar nama produk Avaros

Sumber (Avaros, 2021)

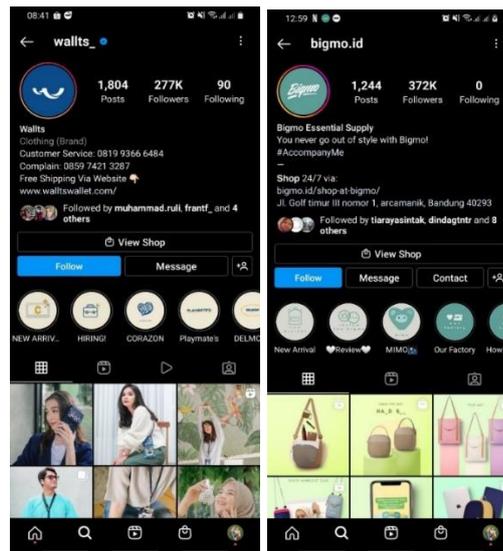
No	Nama Produk	Harga Produk
1	Totebag 30x40 cm	Rp36.000
2	Dompet kartu 6 slot	Rp50.000
3	Tas laptop	Rp109.000
4	AVRS Alora/ <i>Tote Bag</i>	Rp65.000 – Rp70.000
5	AVRS Alesha	Rp99.000

Pada Tabel I.1 juga terlihat bahwa harga produk yang ditawarkan Avaros tergolong terjangkau dan dibawah pasar. Dalam menjalankan bisnisnya, Avaros memiliki 2 karyawan *content creator* yang berfokus dalam membuat konten yang akan diupload pada media sosial Avaros. Avaros mengenalkan dan memasarkan produknya melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Selain itu Avaros juga memanfaatkan *e-commerce* sebagai platform dalam menjualkan produknya, yaitu Shopee dan TikTok Shop. Selain itu. Pada Gambar I.3 diuraikan beberapa platform yang digunakan oleh Avaros:



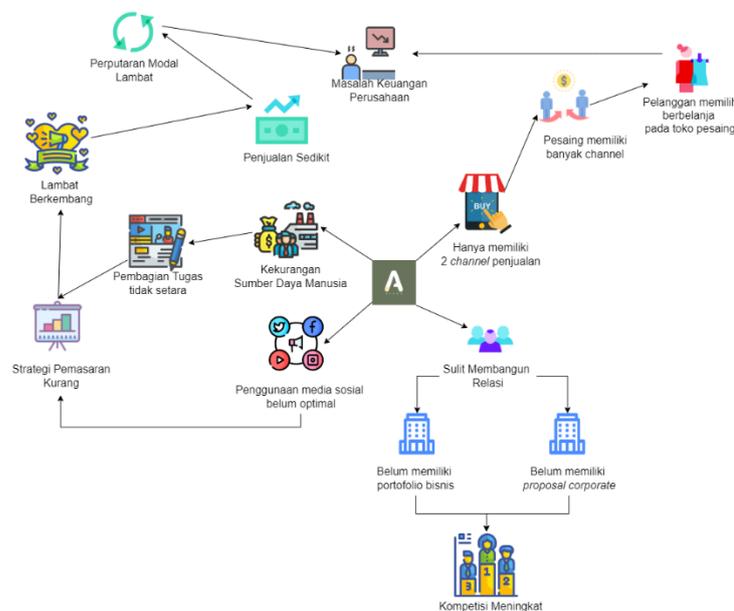
Gambar I. 3 Platform penjualan dan pemasaran Avaros
 Sumber (Avaros, 2021)

Sebagai pemula, dibutuhkan strategi yang baik agar dapat bersaing dengan kompetitor dalam industri sejenis. Strategi tersebut dapat berupa lokasi yang strategis, kualitas pelayanan, serta menyediakan produk yang selalu update dengan keadaan tren pasar. Sejak awal berdiri pada Agustus 2021, Avaros telah mengalami persaingan dengan para kompetitor yang sudah ada sebelumnya yang terlihat pada Gambar I.4



Gambar I. 4 Data pengikut media sosial kompetitor
 Sumber (Instagram, 2021)

Pada masa sekarang jumlah pelanggan dan jumlah pengikut pada beberapa platform media sosial menjadi suatu faktor penting dalam pemasaran produk. Berdasarkan hasil observasi, Instagram Avaros memiliki pengikut sebanyak 5.571 orang per Mei 2022. Pada Gambar I.4 terlihat jumlah *follower* pesaing lebih banyak dibandingkan Avaros. Terdapat perbedaan jumlah pengikut yang signifikan antara Avaros dengan beberapa pesaing lainnya yang sudah memulai bisnis ini lebih dahulu. Dapat terlihat bahwa Avaros masih belum mampu bersaing untuk menarik para pelanggan dalam segi pemasaran produk. permasalahan-permasalahan berikut dapat diuraikan dalam *Rich Picture Diagram* berikut:

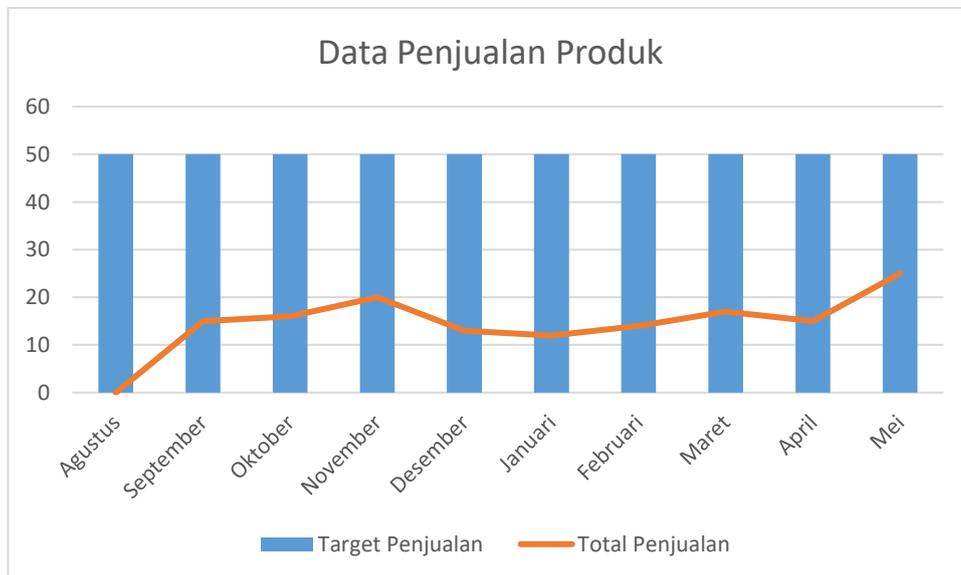


Gambar I. 5 *Rich Picture Diagram*

Berdasarkan Gambar I.5 terlihat keadaan permasalahan yang dialami oleh Avaros saat ini. Saat ini Avaros hanya dikelola oleh pemilik dan 2 karyawan *content creator*, sehingga seluruh pekerjaan lainnya seperti membuat desain, merancang strategi pemasaran, dan pencatatan serta pengelolaan keuangan dilakukan sendiri oleh pemilik. Pemilik merasa kewalahan dengan banyaknya pekerjaan yang diembannya, terutama dalam strategi pemasaran yang merupakan hal penting dalam berbisnis. Jika tidak ada strategi pemasaran yang baik maka menyebabkan lambatnya bisnis Avaros untuk berkembang. Dengan lambatnya berkembang, maka tidak terdapat kenaikan penjualan dan perputaran

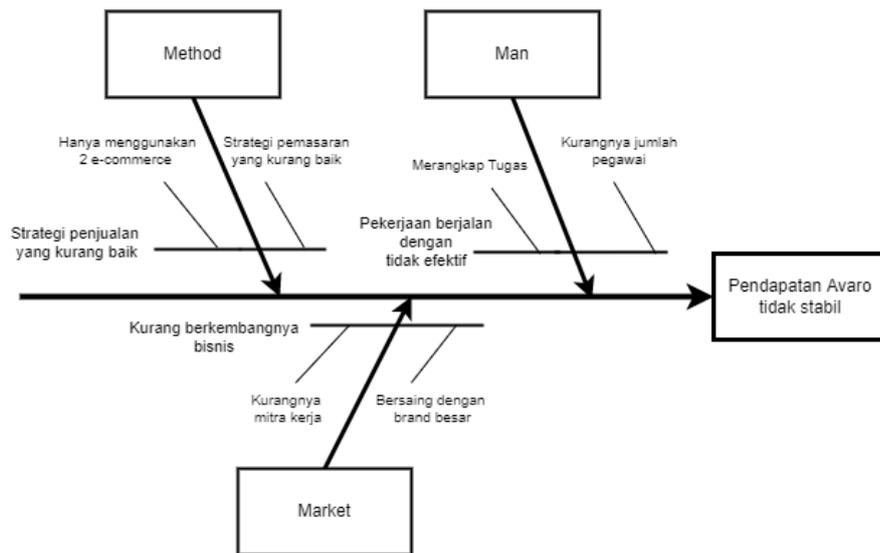
modal semakin lambat yang mengakibatkan masalah keuangan Avaros yang tidak mencapai target setiap bulannya. Tidak hanya itu, kurangnya relasi yang dijalin baik dengan sesama perusahaan maupun dengan distributor akan memperlambat perkembangan bisnis dan kompetisi dengan pesaing menjadi meningkat. Hal ini disebabkan Avaros masih belum memiliki portfolio dan proposal untuk korporat. Dari segi penjualannya, Avaros hanya memiliki 2 *channel* yaitu Shopee dan TikTok Shop, sedangkan para pesaing sudah memiliki banyak *channel*, serta penggunaan media sosial yang masih belum optimal. Hal ini akan berdampak dengan banyaknya pelanggan yang membeli produk pada para pesaing serupa sehingga terjadi permasalahan keuangan pada Avaros.

Dengan adanya permasalahan tersebut memberi dampak pada perputaran modal serta keuangan yang dimiliki. Hal tersebut dapat terlihat pada data internal laporan keuangan yang diberikan oleh pemilik Avaros, sampai saat ini terdapat *gap* pendapatan dan pengeluaran yang tidak stabil sehingga belum bisa menutup modal awal. Pada Gambar I.6 diuraikan data penjualan dan target penjualan yang telah ditentukan pemilik Avaros:



Gambar I. 6 Gejala Permasalahan
Sumber (Pemilik Avaros, 2021)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Genta Asvarozha selaku pemilik Avaros, telah menetapkan target penjualan produk setiap bulannya yaitu sebesar 50 item, namun penjualan Avaros masih belum mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Didukung dengan data laporan keuangan Avaros pada bulan Agustus 2021 hingga Mei 2022 yang dapat terlihat pada gap penjualan setiap bulannya. Permasalahan tersebut dapat digambarkan pada diagram *fishbone* Gambar I.7 berikut:



Gambar I. 7 *Fishbone* permasalahan Avaros

Sumber: Wawancara pemilik Avaros (2021)

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan uraian permasalahan pada latar belakang sebelumnya, terdapat beberapa alternatif solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan Avaros sebagai berikut:

Tabel I.2 Alternatif Solusi

No	Permasalahan	Solusi
1	Sumber daya manusia yang kurang	Evaluasi dan perancangan model bisnis Avaros dengan metode <i>Business Model Canvas</i>
2	Kurangnya mitra kerja sama	
3	Pemasaran produk yang kurang baik	
		Perancangan strategi pemasaran produk dengan metode

		<i>Benchmarking</i>
4	Persaingan yang ketat dengan kompetitor	Merancang inovasi produk dengan metode strategi reaktif.

Menurut Tabel I.2 dapat dijelaskan bahwa permasalahan-permasalahan tersebut yang dapat membuat bisnis berjalan dengan tidak stabil. Akar permasalahan dari tidak stabilnya bisnis Avaros ini terdiri dari empat poin yang berbeda-beda dan terdapat tiga poin metode solusi yang dapat menjadi alternatif penyelesaian akar permasalahan tersebut. Dikarenakan Avaros ini termasuk bisnis yang baru sehingga dibutuhkan solusi yang cepat dan dapat menyelesaikan beberapa akar permasalahan secara langsung agar permasalahan tersebut dapat cepat teratasi. Penulis memilih metode *Business Model Canvas*, dimana metode tersebut menjelaskan mengenai dasar bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Business model dengan menggunakan metode kanvas akan memudahkan pebisnis untuk membangun dan mengembangkan bisnis atau perusahaan yang dijalankan. *Business Model Canvas* ditampilkan dalam sebuah kanvas terdiri dari 9 elemen. Terdapat hubungan antara akar permasalahan dan 9 elemen *Business Model Canvas* yaitu akar permasalahan terjadi pada blok *Revenue stream* yang disebabkan oleh beberapa elemen blok *Key resources*, *Channel*, dan *Key partnership*.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, berikut ini merupakan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Bagaimana *Business Model Canvas* Avaros saat ini?
2. Bagaimana data analisa lingkungan, *Customer profile*, *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)* pada Avaros?
3. Bagaimana *Business Model Canvas* usulan pada Avaros?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memetakan *Business Model Canvas* Avaros saat ini
2. Melakukan analisis lingkungan, memetakan *customer profile*, melakukan analisis *SWOT* dari Avaros
3. Merancang *Business Model Canvas* usulan pada Avaros.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Dapat membantu mengembangkan kinerja bisnis Avaros kedepannya
 - b. Membantu perusahaan untuk dapat bersaing dengan pesaing bisnis serupa
2. Bagi peneliti, tugas akhir ini bermanfaat dalam implementasi metode/model/konsep dalam upaya mengembangkan bisnis dalam suatu organisasi atau perusahaan.

I.6 Sistematika Penulisan

Tugas Akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai konteks permasalahan, latar belakang permasalahan, perumusan masalah yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dengan menciptakan sistem terintegrasi yang terdiri manusia dengan material, peralatan/mesin, informasi, energi, batasan masalah tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan Avaros yang diambil dan dibahas pula hasil-hasil referensi buku/ penelitian/ referensi lainnya yang dapat digunakan untuk merancang dan menyelesaikan masalah. Tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dari landasan teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Lalu terdapat perbandingan metode yang akan digunakan dalam

penelitian ini.

Bab III Metodologi Perancangan

Bab ini berisi uraian metodologi perancangan tahap mekanisme/rencana perancangan meliputi tahapan perancangan, mekanisme pengumpulan data dan pengolahan data yang dibutuhkan dalam proses perancangan, deskripsi mekanisme verifikasi, dan deskripsi mekanisme validasi hasil rancangan. Dan bab ini terdapat batasan dan asumsi yang digunakan dalam perancangan ini.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab ini berisi uraian pengumpulan data-data yang dibutuhkan pada penelitian ini dan uraian hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan.

Data yang sudah didapatkan pada bab sebelumnya akan diolah dan dicarikan solusinya pada bab ini sampai menjadi konsep dan rancangan untuk dijadikan rekomendasi model bisnis pada Avaros. Selanjutnya melakukan verifikasi hasil rancangan tersebut dengan kebijakan yang ada.

Bab V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Bab ini berisi uraian penjelasan proses validasi hasil rancangan kepada *stakeholder* dan menerima *feedback* mengenai hasil rancangan tersebut. Selanjutnya melakukan evaluasi perbandingan hasil rancangan dengan keadaan eksisting perusahaan saat ini. Serta melakukan analisis dan rencana implementasi hasil rancangan yang harus dipersiapkan oleh *stakeholder*.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan, khususnya menyimpulkan data dari hasil analisis yang telah dicari sebelumnya sehingga permasalahan pada latar belakang masalah dapat dipecahkan serta dapat dilakukan perekomendasi model bisnis untuk dijadikan Avaros serta pada bab ini terdapat uraian kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian dan

pemberian saran untuk penelitian yang lebih lanjut.