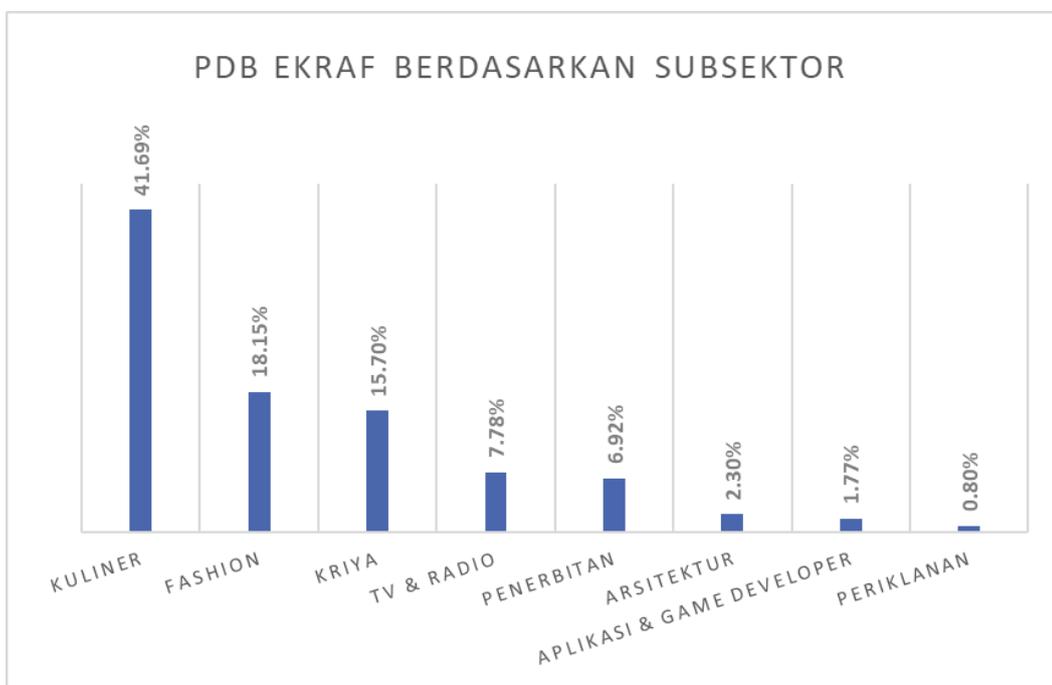


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Fashion adalah istilah untuk menunjukkan gaya, busana, dan dandan (Barnard, 2007). Dengan berkembangnya zaman dan teknologi, perkembangan industri *fashion* di Indonesia juga mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan berkembangnya industri *fashion* meningkatkan produktivitas dan kreativitas para desainer dan juga meningkatkan antusiasme para generasi muda terhadap industri *fashion*.



Gambar I. 1 Kontribusi PDB Berdasarkan Subsektor 2018
(Sumber: Kemenparekraf, 2018)

Gambar I.1 memperlihatkan bahwa subsektor *fashion* berada di urutan kedua dengan kontribusi terbanyak sebesar 18.15% setelah subsektor kuliner. Hal ini disebabkan oleh pola konsumsi masyarakat yang selalu menginginkan produk *fashion* terbaru. Pola konsumtif ini yang menjadikan peluang untuk para pengusaha di subsektor *fashion* sebagai bidang usahanya termasuk Voute Denim Co.

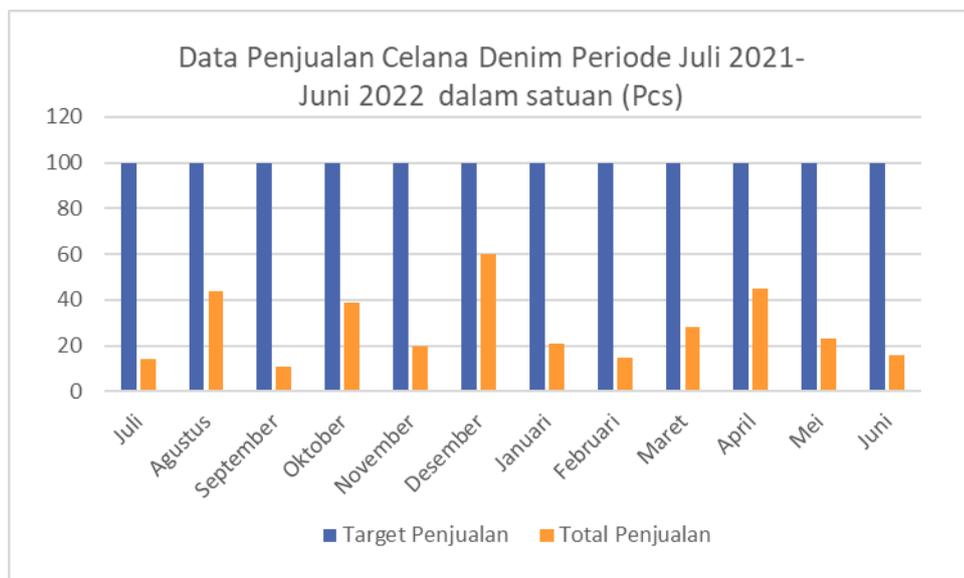
Voute Denim Co merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam subsektor *fashion* yang didirikan di Kota Bandung sejak 2017 dan berfokus pada produk

denim. Saat ini Voute Denim Co memasarkan produknya secara *offline* dengan toko fisik dan *online* menggunakan *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee dan *website*.



Gambar I. 2 Produk Voute Denim Co

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak internal Voute Denim Co, pada saat ini penjualan produk Celana Denim mengalami ketidak stabilan di setiap bulannya, hal ini disebabkan oleh total pendapatan tidak pernah mencapai target penjualan.



Gambar I. 3 Data Penjualan Voute Denim Co
(Sumber: Data Internal, Voute Denim Co 2022)

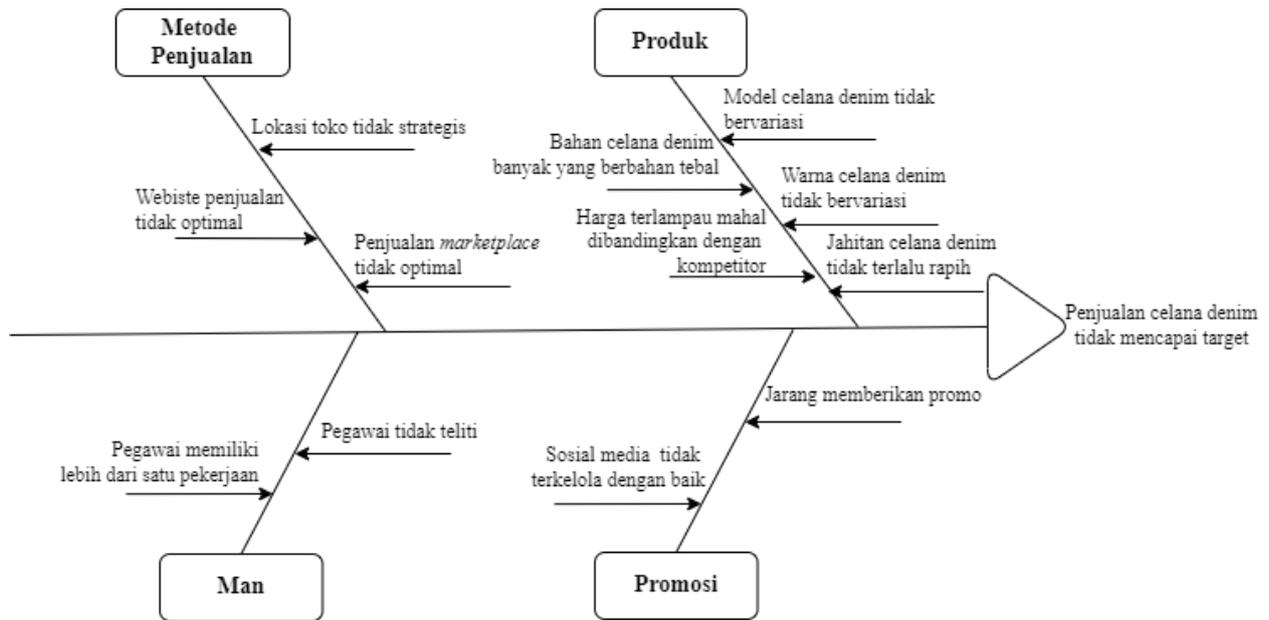
Gambar I.3 data penjualan Voute Denim Co pada Juli 2021 hingga Juni 2022, menampilkan bahwa penjualan Celana Denim Voute Denim Co mengalami fluktuatif dengan penjualan tertinggi pada bulan Agustus, Desember, dan April. Penjualan produk Celana Denim yang melonjak disebabkan oleh adanya *event* hari nasional dan hari raya seperti 17 Agustus, menjelang Tahun Baru, dan juga Lebaran Idul Fitri. Data dalam grafik menggambarkan hal tersebut dapat terjadi karena produk tidak sesuai dengan keinginan konsumen dan menyebabkan target tidak tercapai. Maka dari itu untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap produk dan kualitas Voute Denim Co dilakukan wawancara terhadap 10 konsumen pria dengan rentang umur 20–30 tahun yang sudah pernah menggunakan produk Celana Denim Voute Denim Co.

Tabel I. 1 Keluhan konsumen Voute Denim Co

No	Keluhan	Penilaian
1	Model Celana Denim tidak bervariasi	9/10 Orang
2	Bahan Celana Denim membosankan	9/10 Orang
3	Warna Celana Denim tidak bervariasi	6/10 Orang
4	Harga terlampau mahal dibandingkan dengan kompetitor	6/10 Orang
5	Jahitan Celana Denim tidak terlalu rapih	2/10 Orang
6	Lokasi toko tidak strategis	2/10 Orang
7	Jarang memberikan promo	1/10 Orang

(Sumber: Wawancara Online, 2022)

Tabel I.1 Keluhan Konsumen Voute Denim Co menampilkan keluhan produk Celana Denim yang dirasakan oleh konsumen yang membeli dan menggunakan Voute Denim Co. Dapat dilihat persentase keluhan terbesar ada pada model celana, bahan celana, dan warna celana. Dengan adanya keluhan yang dialami oleh konsumen dapat berdampak pada kelangsungan penjualan produk Voute Denim Co itu sendiri. Agar dapat mengatasi keluhan konsumen, Voute Denim Co perlu merancang produk sesuai kebutuhan konsumen agar dapat disukai dan membantu penjualan Voute Denim Co.



Gambar I. 4 *Fishbone Diagram*

Pada Gambar I.3 *Fishbone Diagram* menunjukkan permasalahan yang terjadi karena pendapatan yang ditargetkan oleh Voute Denim Co tidak pernah tercapai disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang menyebabkan Voute Denim Co tidak mencapai target penjualan didapatkan dari wawancara dengan konsumen yang telah dilakukan. Faktor tersebut yaitu, Metode penjualan, Produk, dan Promosi.

- Faktor metode penjualan ini terjadi karena website dan *marketplace* yang digunakan tidak optimal. Hal tersebut disebabkan oleh website yang dimiliki tidak terkelola dengan baik, dan *engagement* pada marketplace rendah. Lalu toko fisik yang dimiliki tidak berada di lokasi yang strategis. Pernyataan tersebut didapat berdasarkan wawancara dengan konsumen dan pihak Voute Denim Co.
- Faktor produk ini terjadi karena model celana kurang bervariasi, dan bahan Celana Denim yang kaku, sehingga mengakibatkan Celana Denim tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penyebab pada faktor produk ini diperkuat dengan hasil wawancara terhadap konsumen Voute Denim Co.
- Faktor man yang terjadi diakibatkan karena banyaknya pegawai Voute Denim Co merangkap lebih dari satu pekerjaan, dan pekerja yang tidak teliti dalam menjalankan pekerjaannya.

- Faktor promosi yang terjadi diakibatkan karena Voute Denim Co tidak mengelola sosial media dengan baik dan juga jarang memberikan promosi. Sehingga konsumen kurang tertarik terhadap produk milik Voute Denim Co.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan pada *fishbone* diagram, berikut merupakan beberapa alternatif solusi untuk mengatasi masing-masing permasalahan yang terjadi.

Tabel I. 2 Alternatif Solusi

Faktor	Akar Masalah	Potensi Solusi
Metode Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Toko <i>offline</i> tidak memiliki lokasi yang strategis • Website penjualan tidak optimal • Penjualan pada <i>marketplace</i> tidak optimal 	Merancang perbaikan lokasi toko <i>offline</i> dan media penjualan untuk Voute Denim Co

Tabel I. 3 Alternatif Solusi Lanjutan

Faktor	Akar Masalah	Potensi Solusi
Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Model Celana Denim tidak bervariasi • Bahan Celana Denim banyak yang berbahan tebal • Warna Celana Denim tidak bervariasi • Harga terlampau mahal dibandingkan dengan kompetitor • Jahitan Celana Denim tidak terlalu rapih 	Merancang rekomendasi perbaikan produk Celana Denim sesuai dengan kebutuhan konsumen
<i>Man</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pegawai banyak merangkap divisi • Pegawai tidak telaten 	Merancang <i>job description</i> sesuai dengan divisi dan standar operasional untuk memaksimalkan pekerjaan pada Voute Denim Co,
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Jarang memberikan promo • Sosial media tidak dikelola dengan baik 	Merancang strategi promosi untuk meningkatkan penjualan pada Voute Denim Co.

Berdasarkan akar masalah yang didapatkan menggunakan *fishbone* diagram, ditentukan masalah pada produk Celana Denim dengan melakukan perancangan perbaikan atribut pada Voute Denim Co agar lebih disukai oleh konsumen. Setelah

mengidentifikasi akar masalah selanjutnya diberikan potensi solusi dengan memberikan rentang nilai skala 1 hingga 5 untuk mengetahui nilai paling besar untuk dapat menentukan prioritas solusi permasalahan. Berikut merupakan skala penilaian untuk implementasi solusi.

Tabel I. 4 Implementasi Solusi Permasalahan

No	Akar Masalah	Implementasi Solusi				Total Nilai
		Relatif Mudah	Relatif Murah	Memberi dampak Signifikan	Lebih cepat untuk direalisasikan	
1.	Merancang perbaikan lokasi toko offline dan media penjualan untuk Voute Denim Co	2	2	3	3	10
2.	Merancang rekomendasi perbaikan atribut produk Celana Denim sesuai dengan kebutuhan konsumen	4	4	5	5	18

Tabel I. 5 Implementasi Solusi Permasalahan Lanjutan

No	Akar Masalah	Implementasi Solusi				Total Nilai
		Relatif Mudah	Relatif Murah	Memberi dampak Signifikan	Lebih cepat untuk direalisasikan	
3.	Merancang <i>job description</i> sesuai dengan divisi dan standar operasional untuk memaksimalkan pekerjaan pada Voute Denim Co,	3	2	3	3	11
4.	Merancang strategi promosi untuk meningkatkan penjualan pada Voute Denim Co	3	4	4	2	13

Berdasarkan Tabel I.4 dan Tabel I.5 akar masalah pada produk Celana Denim Voute Denim Co yang terpilih adalah merancang rekomendasi perbaikan atribut produk Celana Denim sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan total nilai 18 dengan potensi solusi yang dilakukan adalah melakukan rancangan perbaikan atribut menurut kebutuhan konsumen dan akar masalah yang dipilih akan memberikan dampak yang cukup signifikan untuk perusahaan.

I.3 Rumusan Masalah

Seperti yang sudah dijelaskan pada latar belakang, dalam merumuskan masalah perlu dilakukan identifikasi untuk perbaikan produk celana denim berdasarkan preferensi konsumen. Preferensi konsumen dapat diukur dengan mengidentifikasikan atribut dan level atribut yang dapat dipilih oleh konsumen berdasarkan tingkat kegunaan dari konsumsi produk atau jasa. Menurut Hair (2014) *conjoint analysis* bertujuan untuk memahami preferensi konsumen yang didapat dari responden. Maka dari itu berikut rincian perumusan masalahnya berdasarkan latar belakang dan alternatif solusi yang telah dibuat sebagai berikut:

1. Apa saja atribut dan level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen untuk Celana Denim Voute Denim Co ?
2. Apa saja perbandingan atribut eksisting Celana Denim yang sesuai dengan preferensi konsumen?
3. Apa saja rekomendasi yang sesuai untuk memperbaiki kualitas produk Celana Denim Voute Denim Co?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat ditetapkan tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kombinasi atribut dan level pada atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen Voute Denim Co.
2. Membandingkan antara atribut Voute Denim Co dengan preferensi pada konsumen.
3. Merancang rekomendasi perbaikan untuk atribut Celana Denim Voute Denim Co yang tepat, agar disukai oleh konsumen.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang ingin dicapai pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Menjadikan hasil penelitian sebagai usulan untuk produk Celana Denim Voute Denim Co berdasarkan preferensi konsumen dengan mengetahui atribut dan level atribut prioritas Celana Denim Voute Denim Co yang

nantinya dijadikan masukan untuk Voute Denim Co agar disukai oleh konsumen.

2. Diharapkan penelitian ini mampu menjadi acuan dalam penelitian berikutnya yang terkait *conjoint analysis* selanjutnya dan hasil penelitian sebagai ilmu pengetahuan untuk merancang perbaikan atribut.

I.6 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini, penulis menjabarkan mengenai latar belakang penelitian dan mengidentifikasi masalah pada objek penelitian yaitu Celana Denim Voute Denim Co. Pada bab ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisikan teori-teori dasar yang dijadikan landasan untuk penulisan penelitian yang dilakukan pada produk Celana Denim Voute Denim Co. Landasan teori ini mengenai *conjoint analysis*.

BAB III Metodologi Perancangan

Pada bab ini akan berisikan mengenai penjelasan dan langkah-langkah dalam penulisan tugas akhir yang dijelaskan secara rinci. Komponen pada bab ini meliputi sistematika perancangan, batasan dan asumsi tugas akhir, identifikasi komponen sistem terintegrasi dan rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

BAB IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Pada bab ini, penulis menguraikan mengenai perancangan sistem terintegrasi dengan mengumpulkan data pengolahan, pengujian data menggunakan metode *conjoint analysis*.

BAB V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Pada bab ini, penulis memvalidasi dan mengevaluasi dari hasil

pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan dengan metode *conjoint analysis*.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini, penulis memberikan kesimpulan penelitian berdasarkan dari hasil pengolahan dan saran pada hasil perancangan juga analisis perancangan tugas akhir secara menyeluruh.