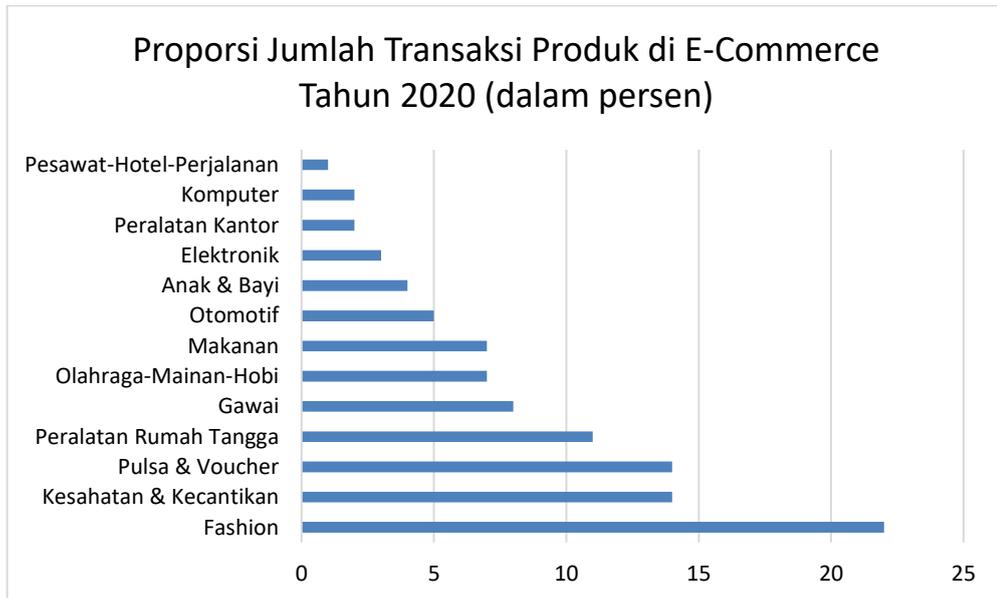


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Bisnis *fashion* sendiri adalah produk yang bertujuan untuk mempercantik atau memperindah pemakainya. Bisnis *fashion* ini adalah salah satu bisnis yang akan terus berkembang dan berubah mengikuti zaman nya mengikuti tren yang sedang ramai di masyarakat. Oleh karena itu bisnis *fashion* ini memiliki target pasar yang sangat luas, seperti orang dewasa, anak kecil, pecinta alam, pecinta olahraga, pecinta musik, dan masih banyak lagi. Kemajuan teknologi juga mempengaruhi bisnis *fashion*. Dengan adanya kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi kalangan masyarakat pecinta *fashion* untuk memenuhi kebutuhannya melalui media *online*. Hal ini dikarenakan para pecinta *fashion* hanya perlu membuka *gadget* mereka untuk mencari *fashion* yang mereka suka melalui media *online*. Setelah mereka mendapatkan barang yang mereka suka, mereka dapat membeli produk *fashion* tersebut secara *online*. Hal ini menyebabkan tingkat penjualan pada bisnis *fashion* sangat meningkat dibanding dari bisnis lainnya.



Gambar I.1 Proporsi Jumlah Transaksi Produk di E-Commerce Tahun 2020

sumber: survei Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo

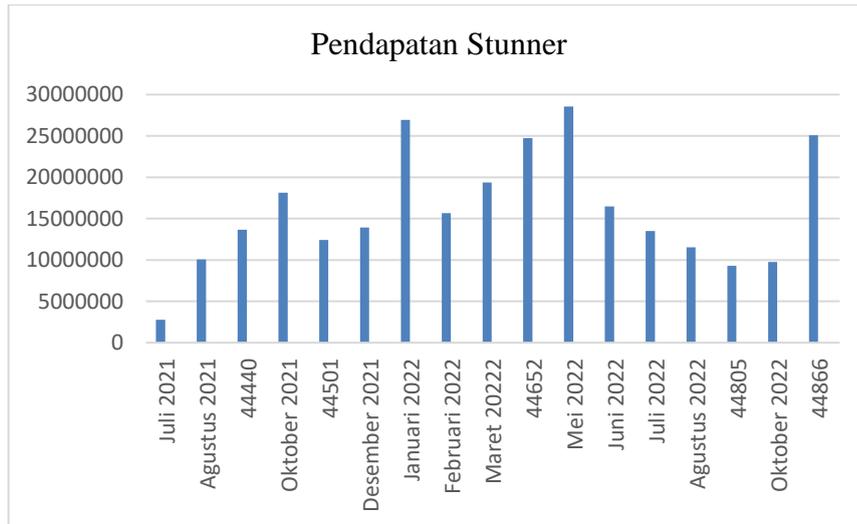
Dapat dilihat dari Gambar 1.1 di atas bahwa menurut hasil survei Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo (2020) persentase produk yang paling laris adalah dari produk *fashion*. Diikuti dengan produk Kesehatan & Kecantikan. Dari data ini bisa disimpulkan bahwa produk yang

paling banyak dicari adalah produk untuk mempercantik dan memperindah pemakaiannya. Hal ini memberikan dorongan kepada pelaku bisnis untuk ikut terjun ke dalam persaingan bisnis *fashion* melalui penjualan dengan menggunakan media *online*. Dikarenakan tingginya minat pasar produk *fashion*, membuat penulis tertarik untuk membuat sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di bidang *fashion* wanita.



Gambar I.2 Logo Stunner

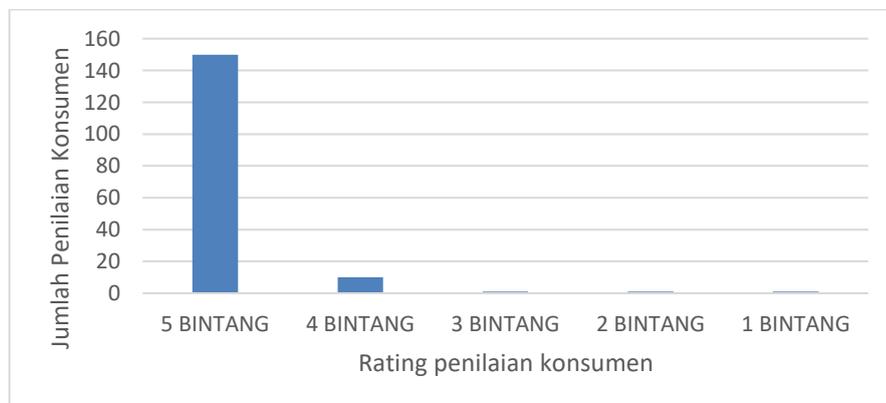
Gambar I.2 adalah logo Stunner yang akan dijadikan objek pada penelitian Tugas Akhir ini. Stunner adalah salah satu UMKM yang berfokus di bidang *fashion* wanita yang telah berdiri sejak tahun 2021. Stunner menawarkan berbagai produk pakaian seperti atasan, bawahan, outer, dan lainnya untuk wanita berusia remaja. Stunner melakukan penjualan produk mereka secara *online* dan *offline*. Pada toko *offline* Stunner bekerja sama dengan toko baju Pass The Trend, Drivers, Over the Moon, Up n Wear untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan memberikan rasa puas kepada konsumen. Untuk mengembangkan usaha *fashion*-nya Stunner juga memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menjual produk mereka menggunakan media *online* yaitu *e-commerce* Shopee. Hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen untuk melakukan pencarian dan membeli produk dari Stunner. Stunner juga memiliki *social media* Instagram dan Tiktok untuk melakukan promosi produk. Selama satu tahun 1 tahun menjalani bisnisnya, Stunner memiliki pendapatan yang naik turun setiap bulanya. Rekapitulasi pendapatan Stunner dari tanggal Juli 2021 – November 2022 dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.3 Pendapatan Stunner (Juli 2021 - November 2022)

Sumber: Data Stunner

Gambar 1.2 adalah data penjualan Stunner dari tanggal Juli 2021 – November 2022. Dapat disimpulkan bahwa pendapat dari Stunner mengalami fluktuatif. Tren penjualan fluktuatif ini terjadi karena beberapa faktor, Beberapa faktor yang mempengaruhi hal ini adalah tingkat persaingan yang tinggi, minat dan kebutuhan dari masyarakat yang terus meningkat. Dalam kondisi ini Stunner harus mampu untuk tetap bertahan ditengah tingkat persaingan yang tinggi ini. Dikarenakan banyaknya tingkat persaingan pada bidang *fashion*, Stunner harus mampu untuk menjaga tingkat kepuasan konsumen. Informasi tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat dari *platform e-commerce* akun Shopee Stunner. Dari penilaian konsumen tersebut dapat diketahui kelebihan maupun kekurangan dari produk Stunner. Gambar I.3 adalah penilaian konsumen pada Shopee Stunner.



Gambar I.4 Penilaian Konsumen pada Shopee Stunner

Sumber: Data Stunner

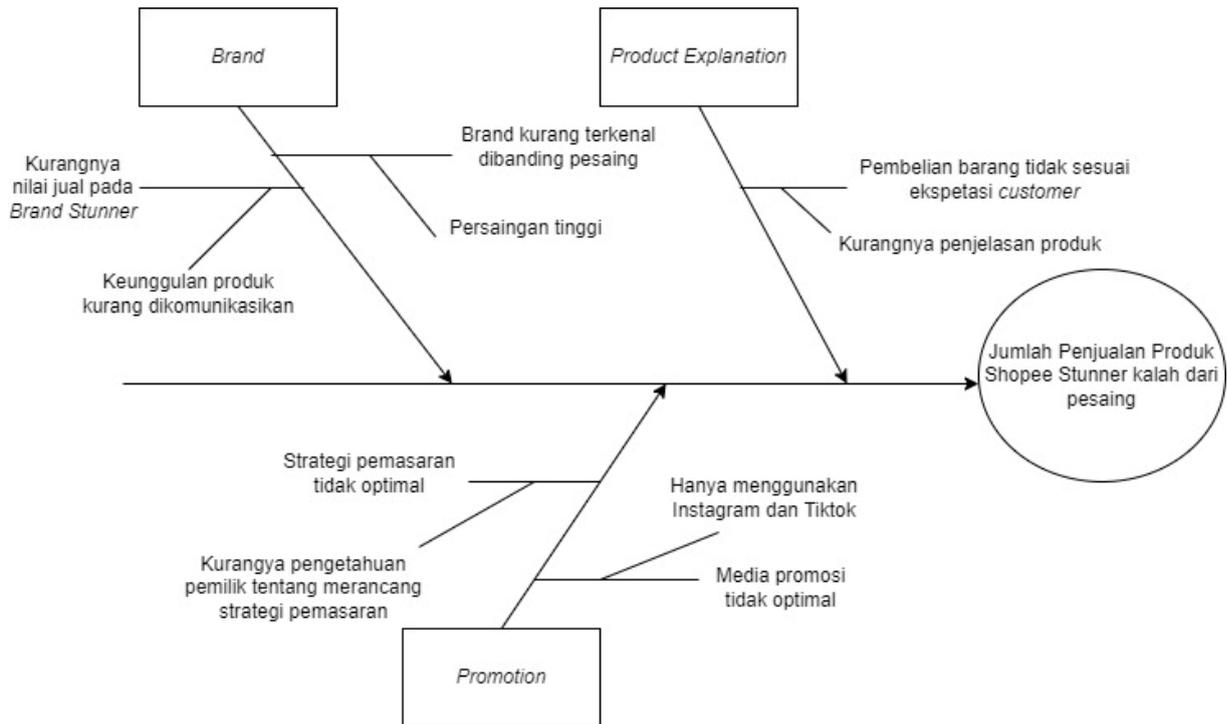
Gambar 1.3 merupakan bentuk penilaian dari konsumen. Penilaian pada *platform* Shopee menggunakan sistem *rating* bintang. Semakin banyak bintang 5 pada toko memiliki arti produk pada toko tersebut memuaskan, namun sebaliknya semakin kecil rating pada toko memiliki arti toko tersebut kurang memuaskan. Berdasarkan data grafik di atas sebanyak 150 orang memberikan nilai sebanyak 5 bintang, 10 orang memberikan 4 bintang, 1 orang memberikan 3 bintang, 1 orang memberikan 2 bintang, dan 1 orang memberikan 1 bintang. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa produk yang dijual oleh Stunner diterima sangat baik oleh konsumen. Setelah mengetahui produk yang ditawarkan Stunner dapat diterima oleh pasar, penting untuk mengetahui seberapa terkenal *brand* dibandingkan pesaing yang memiliki usaha yang sejenis. Perusahaan yang memiliki *mind share* dan *heart share* yang tinggi dapat mempengaruhi keuntungan dalam pendapatan dan *market share* pada perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Hal tersebut bisa didapatkan dari informasi di *platform* akun Shopee. Oleh karena itu, penulis telah melakukan observasi terhadap beberapa pesaing yang memiliki usaha di bidang *fashion* wanita. Pesaing yang ditentukan adalah pesaing yang berada pada bidang *fashion* yang sejenis. Berikut adalah beberapa *brand* yang telah ditentukan untuk dibandingkan dengan Stunner.

Tabel I.1 Perbandingan Jumlah *Followers* dan Rating Shopee

NO	BRAND	FOLLOWERS SHOPEE	Jumlah Penjualan Produk	RATING
1	KYORU	3,200	3,030	4.9
2	PANNA	2,600	2,122	4.9
3	WILLOW WEAR	1,800	7,414	4.9
4	DATE HER	1,300	492	4.8
5	STUNNER	1,200	578	4.9

Sumber: Data Shopee

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat Stunner memiliki jumlah penjualan produk yang masih kalah dari para pesaing sejenisnya. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor. Pada Tugas Akhir ini akan difokuskan untuk meningkatkan tingkat penjualan produk pada Stunner, oleh karena itu telah dilakukan observasi terhadap ulasan Shopee Stunner dan berdiskusi bersama *owner*. Setelah melakukan hal tersebut didapatkan bahwa terdapat 3 permasalahan utama yaitu, *brand*, *product explanation*, *promotion*. Berikut adalah Gambar I.4 adalah gambaran dari masalah yang sedang dialami oleh Stunner.



Gambar I.5 Fishbone diagram Stunner

Gambar 1.4 adalah *fishbone* diagram yang bisa dianalisis, terdapat 3 masalah utama yang menjadi alasan perbedaan jumlah *followers* Shopee kalah dari pesaing. 3 masalah utama itu adalah *brand*, *product explanation*, *promotion*. Pada *brand* dianggap masih kurang karena kurangnya diferensiasi produk dan *brand* kurang terkenal dibanding pesaing lain. Pada *product explanation* dianggap masih kurang karena terdapat ulasan pada Shopee Stunner yang membeli produk Stunner tidak sesuai ekspektasinya, karena tidak ada penjelasan bahan produk. Hal ini menyebabkan terjadinya rasa tidak puas terhadap beberapa konsumen. Pada *promotion* dianggap masih kurang karena media promosi dari Stunner tidak optimal dan strategi pemasaran yang tidak optimal, hal ini yang menyebabkan kurangnya *awareness* dari konsumen karena tidak mengetahui apa itu Stunner. Akar masalah dan alternatif solusi pada *brand fashion* wanita pada tabel 1.2 di bawah ini.

Tabel I.2 Tabel Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	<p>Product Explanation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembelian yang tidak sesuai ekspetasi <i>customer</i> 	Memberikan informasi tambahan agar tidak terjadi <i>miss communication</i> .

Tabel I.2 Tabel Alternatif Solusi (lanjutan)

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
2	<p>Promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategi pemasaran tidak optimal • Media promosi tidak optimal 	Membuat rancangan strategi pemasaran yang optimal untuk memperkenalkan produk Stunner lebih luas
3	<p>Brand</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand</i> kurang terkenal • Kurangnya nilai jual pada produk 	Membuat rancangan strategi <i>positioning</i> untuk menghadapi tingkat persaingan yang tinggi.

Skor potensi pada setiap masalah untuk menentukan potensi solusi mana yang dapat diambil untuk penelitian selanjutnya. Nilai skor potensi ini didapatkan dengan cara didiskusikan secara langsung kepada *owner* untuk mendapatkan potensi solusi yang tepat untuk dilakukan penelitian selanjutnya pada Tugas Akhir ini. Untuk memudahkan *owner* dalam menentukan potensi solusi mana yang tepat, penulis akan memberikan pembobotan kepada setiap potensi solusi yang akan dipilih dengan faktor pembanding yaitu biaya, tingkat kemudahan, estimasi waktu eksekusi, dan dampak dari solusi yang telah diusulkan oleh penulis.

Tabel I.3 Keterangan Skor

	Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4
Biaya	biaya yang sangat besar	biaya yang cukup besar	biaya yang cukup kecil	biaya yang sangat kecil
Tingkat Kemudahan	Implementasi solusi sangat sulit	Implementasi solusi cukup sulit	Implementasi solusi cukup mudah	Implementasi solusi sangat mudah
Estimasi Waktu Eksekusi	Implementasi solusi membutuhkan waktu yang sangat lama	Implementasi solusi membutuhkan waktu yang cukup lama	Implementasi solusi membutuhkan waktu yang cukup cepat	Implementasi solusi membutuhkan waktu yang sangat cepat
Dampak dari Solusi	Dampak sangat kecil	Dampak cukup kecil	Dampak cukup besar	Dampak sangat besar

Setelah penentuan keterangan skor, *owner* akan memberikan pembobotan pada setiap potensi solusi yang telah diberikan oleh penulis. Penilaian skor potensi solusi dapat dilihat pada tabel I.4 dibawah ini.

Tabel I.4 Penilaian Skor Potensi Solusi

No	Potensi Solusi	Kriteria				Total skor (%)
		Biaya	Tingkat Kemudahan	Estimasi Waktu Eksekusi	Dampak dari Solusi	
1	Potensi Solusi 1	4	3	2	1	30.33%
2	Potensi Solusi 2	1	2	2	3	26.67%
3	Potensi Solusi 3	3	3	2	4	40%

Berdasarkan tabel I.4 yang telah diisi oleh *owner* Stunner dapat dilihat bahwa potensi solusi 3 adalah potensi solusi yang memiliki skor paling tinggi yaitu sebesar 40%. Potensi solusi ini layak untuk memperkuat daya saing dalam menghadapi persaingan pada bidang *fashion* wanita yang sedang dihadapi oleh Stunner. Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa potensi solusi 3 memiliki pengeluaran biaya yang cukup kecil, tingkat implementasi yang cukup mudah, memiliki waktu eksekusi implementasi yang cukup lama dan memiliki dampak yang sangat besar.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan terkait dapat diidentifikasi beberapa rumusan masalah dari tugas akhir ini, yaitu:

1. Apa saja atribut *brand fashion* wanita yang digunakan dalam *perceptual mapping*?
2. Bagaimana posisi Stunner dibandingkan pesaingnya berdasarkan *perceptual mapping*?
3. Bagaimana rancangan strategi yang tepat untuk memperkuat *positioning* yang dapat diterapkan Stunner dalam meningkatkan penjualan produknya?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat ditentukan tujuan dari tugas akhir ini, antara lain:

1. Menentukan atribut *brand fashion* wanita yang digunakan dalam *perceptual mapping*.
2. Memetakan posisi dibandingkan pesaingnya berdasarkan *perceptual mapping*.

3. Membuat rancangan strategi yang tepat untuk memperkuat *positioning* yang dapat diterapkan Stunner dalam meningkatkan penjualan produknya.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diperoleh dari adanya Tugas Akhir ini adalah:

1. Memberikan informasi mengenai posisi Stunner terhadap kondisi persaingan kepada *owner*.
2. Hasil Tugas Akhir dapat mengetahui rancangan perbaikan atribut yang tepat untuk Stunner.
3. Memberikan rekomendasi perbaikan terhadap Stunner untuk meningkatkan daya tarik kepada konsumen.

I.5 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, alternatif solusi, rumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan dalam tugas akhir.

BAB 2 Landasan Teori

Pada bab ini menjelaskan teori yang mendukung permasalahan dan metode ilmiah yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah perancangan berdasarkan teori/model/kerangka yang dipilih dari bab landasan teori. Pada bab ini digambarkan secara jelas mengenai sistematika pemecahan masalah dari awal bab hingga akhir bab.

BAB 4 Perancangan Sistem Terintegrasi

Pada bab ini menjelaskan tentang keseluruhan kegiatan yang telah dilakukan seperti pengolahan data, uji data, dan melakukan perancangan solusi.

BAB 5 Analisis Hasil Evaluasi

Pada bab ini melakukan Analisa terhadap bab 4 sehingga dapat merumuskan rekomendasi perbaikan yang sesuai.

BAB 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari seluruh bab yang sudah dijelaskan sebelumnya. Jawaban yang terdapat pada bab sebelumnya sudah terjawab di bab ini.