

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan pada sektor teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah banyak mengubah kebiasaan manusia secara signifikan, hal ini ditandai dengan semakin berkembangnya internet yang kemudian mendorong masyarakat melakukan digitalisasi. Berkembangnya internet saat ini telah banyak sekali mendukung berbagai aktivitas masyarakat, saat ini internet tidak hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi saja tapi sudah merambat hingga kegiatan ekonomi. Hal ini bisa dijadikan peluang bisnis yang menjanjikan untuk para pebisnis dengan membuat sebuah *startup* atau perusahaan rintisan yang menyediakan platform yang dapat mempermudah aktivitas masyarakat. Menurut Lopez, dalam Steiber (2020) mengatakan bahwa kedatangan teknologi digital mengubah setiap industri sedemikian rupa sehingga ketika kemunculan inovasi sangat dibutuhkan untuk bersaing di dalam kompetisi perintisan perusahaan digital.

*Startup* atau perusahaan rintisan pertama kali muncul di Amerika Serikat pada tahun 1998 dimana media pertamanya adalah website pribadi. Saat itu, internet sudah mulai dikenal oleh masyarakat. *Startup* memiliki ciri khas yaitu kegiatan bisnisnya dijalankan dengan memanfaatkan teknologi internet. Pulau Jawa menjadi pusat berkembangnya startup di Indonesia dikarenakan pulau jawa memiliki infrastruktur teknologi yang memadai. Di Indonesia, bisnis digital terus melakukan inovasi dan menjangkau banyak sektor diantaranya adalah penyediaan platform jual-beli online. NoMinus hadir sebagai platform dimana pengguna dapat menjual atau membeli pakaian baru maupun *pre-loved*. NoMinus menawarkan berbagai produk berupa pakaian dan aksesoris untuk berbagai kalangan dan usia dimulai pria dan wanita dari yang tua hingga yang muda. Hal-hal yang melatarbelakangi terbentuknya NoMinus diantaranya adalah kurangnya media penghubung antara pembeli dan penjual produk *thrifting*, ketidakpastian kondisi dan keaslian produk sehingga NoMinus hadir untuk memberikan solusi dari permasalahan tersebut diantaranya adalah menyediakan platform berupa Instagramshop dan website sebagai penghubung antara penjual dan pembeli produk *thrifting*. Memastikan keaslian dan kondisi setiap produk sebelum

ditampilkan pada katalog. Melengkapi setiap produk dengan deskripsi yang komprehensif, memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen.

Kebiasaan membeli pakaian *pre-loved* atau *thrifting* sudah semakin tumbuh di Indonesia. Hal ini ditandai dengan semakin menjamurnya lapak baju bekas di berbagai daerah mulai dari *offline store* maupun *online store*. Selain memiliki harga yang sangat terjangkau pakaian *pre-loved* sendiri memiliki beberapa kelebihan lain diantaranya memiliki beragam pilihan dari berbagai merek serta memiliki kualitas yang sudah teruji dikarenakan pakaian tersebut sudah pernah digunakan sebelumnya sehingga hal ini bisa menjadi bahan pertimbangan konsumen karena konsumen mengetahui bagaimana pakaian tersebut bertahan dari segi kualitas dan keawetannya sebelum konsumen memutuskan untuk membelinya.



**Gambar 1.1 Survey mengenai preferensi gaya berpakaian anak muda di daerah Bandung**

*Sumber:* Data olahan penulis (2024)

Dapat dilihat pada hasil survey yang telah dilakukan penulis mengenai preferensi gaya berpakaian anak muda di daerah Bandung dengan melibatkan 200 orang responden, mayoritas responden atau sekitar 50% mengaku sudah pernah mencoba *thrifting*. Sementara sebanyak 30% belum pernah mencoba *thrifting*. Sedangkan sisanya sebanyak 20% tidak akan pernah mencoba membeli barang *thrifting*. Menurut Maulida dan Muhammad (2021), “validasi (pensahihan) adalah proses pengumpulan bukti dan pembelajaran di sekeliling gagasan usaha (produk) melalui percobaan dan uji pengguna, dalam rangka membuat keputusan yang lebih cepat, termaklumi dan

mengurangi resiko” Dengan pertumbuhan pengguna yang signifikan, terdapat tantangan besar dalam memvalidasi produk yang ditawarkan oleh StartUp NoMinus. Diharapkan penelitian ini dapat membantu NoMinus untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan NoMinus selain dapat memenuhi kebutuhan pelanggan produk-produk yang ditawarkan NoMinus bisa memenuhi ekspektasi pelanggan. Selain itu agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif NoMinus perlu melakukan inovasi agar terus berkembang, agar dapat memenuhi kepuasan dan kebutuhan menjadi salah satu alasan mendasar bagi perusahaan untuk berinovasi, salah satu *tools* atau alat yang dapat digunakan adalah *Value Proposition Canvas*. Menurut Rifa'i & Witriantino (2020), “*Value Proposition Canvas* merupakan sebuah alat analisa yang digunakan untuk menggambarkan serta menciptakan nilai atau keuntungan bagi pelanggan”. *Value Proposition Canvas* dapat digunakan untuk memvalidasi produk diantaranya dengan cara mengidentifikasi keunggulan kompetitif, dengan mengetahui nilai tambah yang dimiliki oleh perusahaan mereka dapat memposisikan produk mereka dengan lebih efektif dipasar.

Selain itu *Value Proposition Canvas* dapat mengukur dan meningkatkan nilai produk dimana perusahaan mengetahui bagaimana pelanggannya menggunakan produk mereka serta mengetahui apa yang disukai pelanggan dan apa yang tidak disukai pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi area mana saja yang memerlukan penyesuaian dan perbaikan. Sehingga NoMinus dapat menyesuaikan diri dan bisa bersaing di pasar yang kompetitif selain itu NoMinus perlu meningkatkan kualitas layanannya agar dapat menarik perhatian pelanggan baru guna memperluas pangsa pasar.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diperoleh rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang di tawarkan oleh *StartUp* NoMinus?
2. Bagaimana penerapan *Value Proposition Canvas* dapat membantu NoMinus dalam mengukur efektivitas proposisi nilai saat ini dalam mengidentifikasi area di mana perbaikan atau penyesuaian?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Memformulasikan bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang di tawarkan oleh *startup* NoMinus.
2. Penerapan *Value Proposition Canvas* oleh NoMinus dalam mengukur efektivitas yang telah diterapkan saat ini guna mengetahui area mana saja yang perlu perbaikan dan penyesuaian.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan praktik bisnis dalam bidang *Startup* dan *thriftling*. Kemudian penulis juga berharap agar hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya terkait validasi produk dan *Value Proposition Canvas*.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, dapat digunakan oleh startup NoMinus untuk perbaikan model bisnis dalam melakukan inovasi.