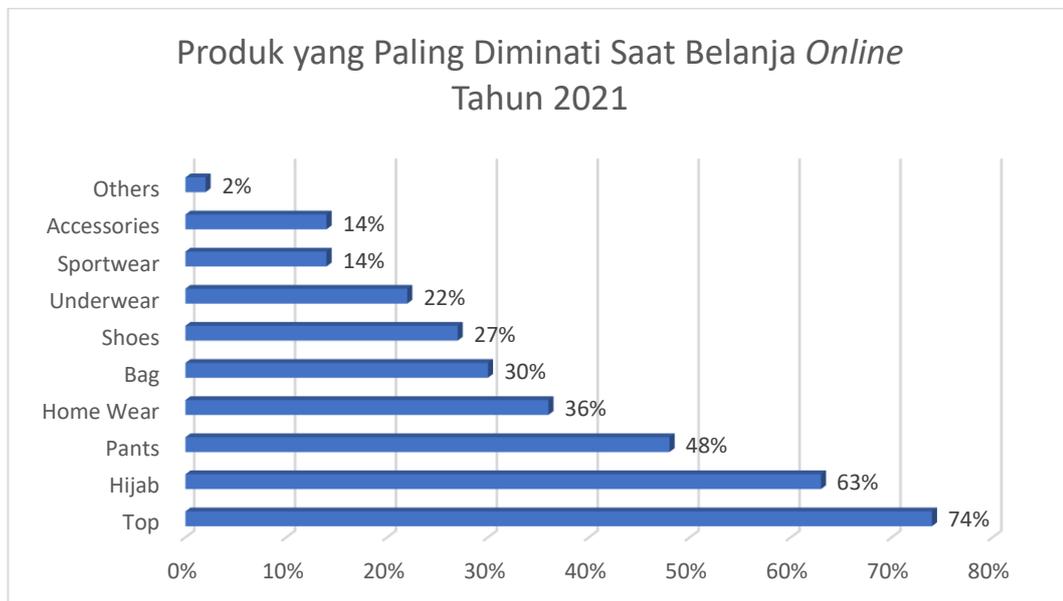


## BAB I PENDAHULUAN

### I.I Latar Belakang

Dengan berkembangnya zaman dan teknologi *fashion* menjadi komponen penting dari suatu penampilan dan gaya seseorang. *Fashion* merupakan salah satu cara untuk mengekspresikan diri serta menjadi dasar bagaimana seseorang dapat dipandang. Perkembangan *fashion* dapat dilihat dari aspek proses produksi yang beragam hingga desain yang unik dan bervariasi. Dari gambar I.1 dapat disimpulkan bahwa baju merupakan kategori produk yang paling diminati saat berbelanja *online* karena memiliki persentase sebesar 74%, hal tersebut menunjukkan bahwa baju memiliki segmen pasar yang besar.



Gambar 1. 1 Produk yang Paling Diminati Saat Belanja *Online* Tahun 2021

(Sumber: Data Eksternal, Zalora, 2022)

Raxsa.co Apparel merupakan sebuah konveksi kreatif dan inovatif yang didirikan oleh Ksatria Refo Harnawan dan Sarwo Priyanto sejak 1 September 2018 di Yogyakarta, setelah berdiri selama empat tahun Raxsa.co Apparel telah memiliki cabang produksi baru di Magelang dan Solo. Pemilik Raxsa.co Apparel berkomitmen menjalankan bisnisnya dengan unsur *sociopreneurship* yaitu mensejahterakan penjahit-penjahit kecil di daerah Yogyakarta yang memiliki kekurangan finansial dalam menghidupi keluarganya, dengan komitmen yang kuat tersebut Raxsa.co Apparel telah mendapat bantuan modal usaha Program

Mahasiswa Wirausaha (PMW) Universitas Gadjah Mada pada Tahun 2019, Kuliah Kewirausahaan Pemuda (KKWP) Kementerian Pemuda dan Olahraga pada Tahun 2020, hingga Kegiatan Berwirausaha Mahasiswa Indonesia (KBMI) Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi pada tahun 2020. Raxsa.co Apparel memasarkan jasanya secara *offline* di rumah produksinya yaitu Yogyakarta, Magelang, dan Solo, serta di berbagai sosial media seperti instagram dan facebook dengan username @raxsa.co, line dengan *id* @khj7918n, youtube dengan nama akun Raxsa Apparel, dan whatsapp. Berdasarkan data penjualan pada Tahun 2022, Raxsa.co Apparel telah menjual berbagai produk berupa *hoodie*, jaket, kemeja, polo, dan *T-shirt* yang menjadi produk yang paling banyak dipesan karena memiliki segmen pasar yang besar sehingga memiliki daya tarik bagi konsumen.

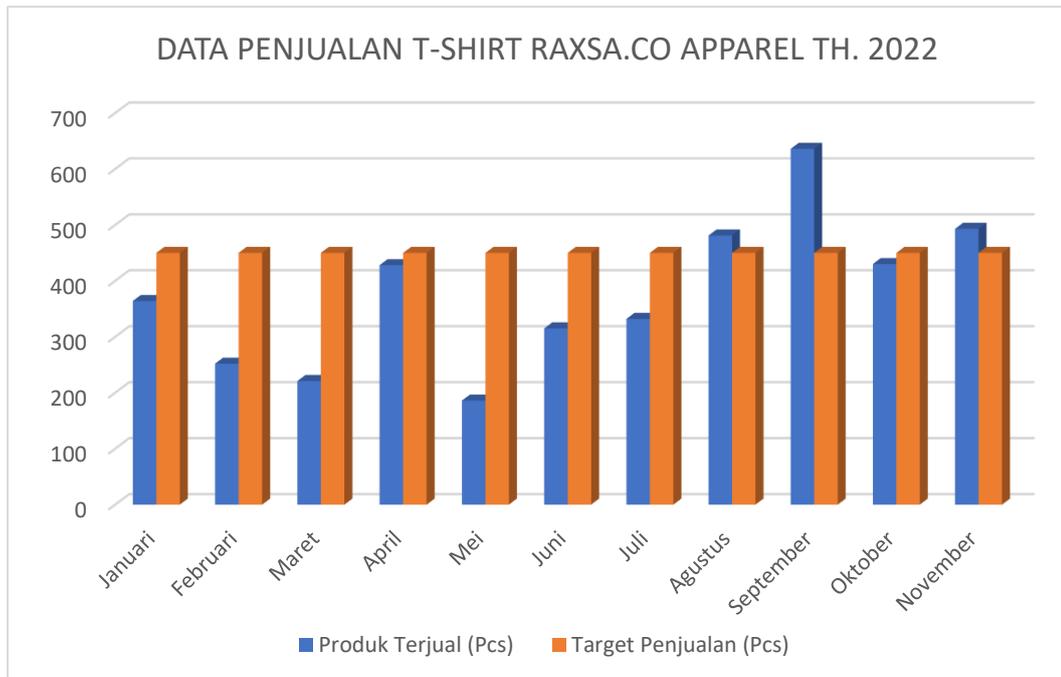
Tabel I. 1 Data Produk Raxsa.co

(Sumber: Data Internal, Raxsa.co Apparel, 2022)

Nama Produk	Gambar Produk	Persentase Penjualan
<i>Hoodie</i>		2%
Jaket		23%

Nama Produk	Gambar Produk	Persentase Penjualan
Kemeja		3%
Polo		6%
<i>T-shirt</i>		66%

Berdasarkan Tabel I.1 yang didapat dari data internal Raxsa.co Apparel, dapat dilihat bahwa *T-shirt* merupakan produk yang paling banyak terjual karena memiliki persentase penjualan yang paling tinggi yaitu senilai 66%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *T-shirt* merupakan produk unggulan Raxsa.co Apparel yang menarik minat banyak pelanggan. Berdasarkan data penjualan *T-shirt* pada Tahun 2022 dapat dilihat bahwa mayoritas penjualan berada di bawah target yang telah ditetapkan pada tiap bulannya.



Gambar I. 2 Data dan Target Penjualan *T-shirt* Raxsa.co Apparel Tahun 2022

(Sumber: Data Internal, Raxsa.co Apparel, 2022)

Gambar 1.2 menampilkan data penjualan *T-shirt* Raxsa.co Apparel dari bulan Januari hingga November pada Tahun 2022 dan dapat disimpulkan bahwa penjualan yang melampaui target hanya di bulan Agustus, September, dan November. Berdasarkan hasil wawancara lebih lanjut bersama pemilik Raxsa.co Apparel hal tersebut disebabkan karena bersamaan dengan jadwal kegiatan belajar dan mengajar perkuliahan yang baru dimulai, jadi banyak mahasiswa dan mahasiswa yang datang ke *offline store* untuk membeli *t-shirt* yang akan menunjang *outfit* mereka. Pemilik Raxsa.co Apparel juga memberikan informasi mengenai alasan penjualan yang tidak memenuhi target penjualan mungkin saja disebabkan karena adanya kelemahan dari produk sehingga *T-shirt* Raxsa.co Apparel perlu mengevaluasi dan merancang produk agar sesuai dengan keinginan konsumen.

Kelemahan *T-shirt* Raxsa.co Apparel dapat digali dengan melakukan survei pendahuluan berupa wawancara kepada pelanggan yang pernah membeli serta menggunakan *T-shirt* Raxsa.co Apparel sehingga akan didapatkan *voice of customer* mengenai keluhan pelanggan terkait produk tersebut. Wawancara akan dilakukan kepada 11 responden secara *online* karena keterbatasan jarak dan waktu, hasil wawancara dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel I. 2 Keluhan Konsumen Terhadap T-shirt Raxsa.co Apparel

(Sumber: Data Eksternal, Wawancara Online, 2022)

No	Keluhan Pelanggan	Persentase
1.	<i>Fitting T-shirt</i> Raxsa.co Apparel tidak bervariasi.	91%
2.	Motif <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel kurang bervariasi.	82%
3.	Model <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel kurang bervariasi.	73%
4.	Warna <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel tidak bervariasi.	64%
5.	Bahan <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel tipis.	55%
6.	Warna <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel mudah pudar.	45%
7.	Sablon <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel mudah rusak.	27%

Berdasarkan Tabel 1.2 pelanggan banyak mengeluhkan kelemahan *T-shirt* Raxsa.co Apparel terkait model, motif, warna, bahan, dan *fitting* sehingga persentase keluhan lebih dari 50%. Keluhan tersebut tentu mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli *T-shirt* Raxsa.co Apparel dan akan berdampak serius jika pihak Raxsa.co Apparel tidak segera mengambil tindakan untuk memperbaiki kualitas produknya. Perbaikan kualitas produk dapat dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pelanggan terkait *T-shirt* yang akan diproduksi oleh Raxsa.co Apparel agar sesuai dengan preferensi pasar dan menarik minat pelanggan.

Tabel I.3 menunjukkan perbandingan antara Raxsa.co Apparel dengan kompetitornya (Crowd House, Hoopsco, Kick Chick, Nimco, dan Star Cross). Perbandingan dilakukan dengan memperhatikan aspek bahan, *fitting*, model, motif, dan warna.

Tabel I. 3 Perbandingan Merek Kompetitor

No	Merek	Bahan	<i>Fitting</i>	Model	Motif	Warna
1.	Raxsa.co Apparel	1	1	1	1	1
2.	Crowd House	1	3	2	2	3
3.	Hoopsco	2	2	2	1	2
4.	Kick Chick	2	1	2	1	3

No	Merek	Bahan	Fitting	Model	Motif	Warna
5.	Nimco	1	3	2	2	3
6.	Star Cross	2	2	1	2	3

Adapun perbandingan antara Raxsa.co Apparel dengan para kompetitornya dapat disimpulkan adalah sebagai berikut.

1. Raxsa.co Apparel memiliki variasi bahan *cotton combed 30S*, *regular fitting*, model lengan pendek (*short sleeve*), satu motif yaitu *t-shirt* bergambar, serta satu warna yaitu *dark*.
2. Crowd House memiliki satu variasi bahan *cotton combed 30S*, tiga jenis *fitting* (*regular*, *slim*, dan *oversize*), dua model lengan *t-shirt* yaitu *short sleeve* dan *long sleeve*, motif *t-shirt* yang bergambar dan polos, hingga tiga jenis warna (*light*, *neutral*, dan *dark*).
3. Hoopsco memiliki dua variasi bahan yaitu *cotton combed 30S* dan *cotton combed 24S*, jenis *fitting regular* dan *oversize*, hanya satu model yaitu lengan pendek (*short sleeve*), dan dua variasi warna yaitu *light* dan *dark*.
4. Kick Chick memiliki dua jenis bahan *t-shirt* (*cotton combed 30S* dan *cotton combed 24S*), satu jenis *fitting* yaitu *oversize*, dua model lengan yaitu *short sleeve* dan *long sleeve*, satu motif yaitu bergambar, serta tiga macam warna (*light*, *neutral*, dan *dark*).
5. Nimco hanya memiliki satu jenis bahan (*cotton combed 24S*), tiga jenis *fitting* (*regular*, *slim*, dan *oversize*), dua model lengan (*short sleeve* dan *long sleeve*), menjual *t-shirt* bergambar dan polos, hingga memiliki tiga jenis warna (*light*, *neutral*, dan *dark*).
6. Star Cross memiliki dua bahan yaitu *cotton combed 30S* dan *cotton combed 24S*, dua jenis *fitting* yaitu *slim* dan *regular*, hanya memiliki satu model *short sleeve*, dua motif yaitu bergambar dan polos, dan tiga variasi pilihan warna (*light*, *neutral*, dan *dark*).

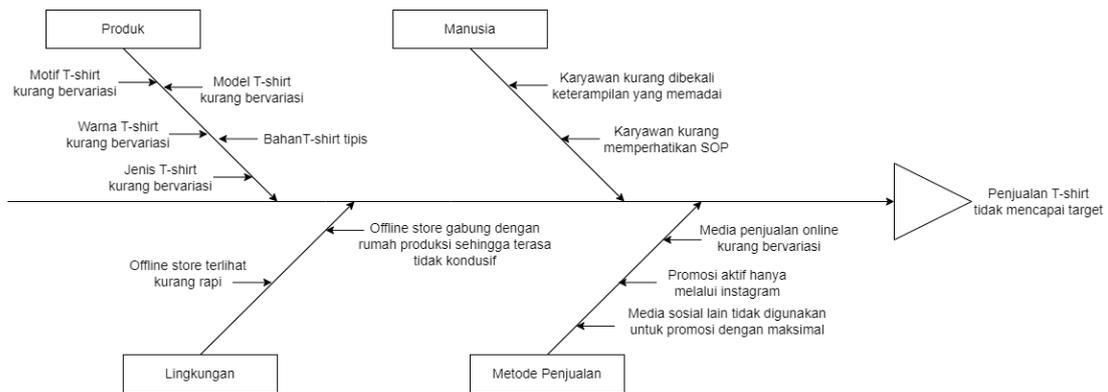
Tabel I. 4 Dasar Keputusan Pembelian *T-shirt*

(Sumber: Data Eksternal, Wawancara Online, 2022)

No	Tanggapan Pelanggan	Persentase
1.	<i>Fitting</i>	82%
2.	Bahan	77%
3.	Motif	71%
4.	Warna	64%
5.	Model	55%
6.	Sablon	33%

Berdasarkan wawancara bersama 11 responden mengenai dasar keputusan pelanggan ketika akan membeli sebuah *T-shirt* dapat disimpulkan seperti pada Tabel 1.4 bahwa hal utama yang mendasari keputusan pelanggan yaitu *fitting T-shirt* (karena mendapat persentase tertinggi yaitu 82%), dilanjut dengan bahan, motif, dan warna (dengan nilai persentase 64%), dan yang terakhir adalah model dan sablon (dengan nilai persentase 33%). Data tersebut dapat digunakan pihak *T-shirt Raxsa.co Apparel* untuk memperbaiki kualitas produknya dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pelanggan terkait *T-shirt* yang akan diproduksi oleh *Raxsa.co Apparel* agar sesuai dengan kemauan pasar dan menarik minat pelanggan.

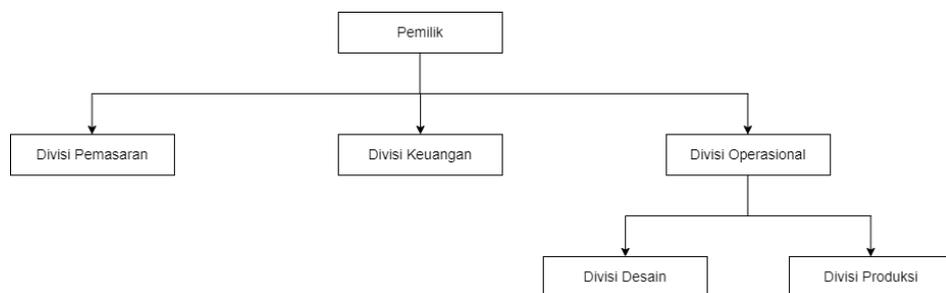
Dari diagram *fishbone* dapat diketahui permasalahan yang ada dalam *Raxsa.co Apparel* yang menjadi penyebab rata-rata target penjualan *T-shirt* tiap bulan tidak mencapai target. Permasalahan tersebut diperoleh dari hasil wawancara bersama pemilik *Raxsa.co Apparel*, observasi langsung ke rumah produksi dan *offline store* *Raxsa.co Apparel*, hingga wawancara *online* bersama pelanggan yang pernah membeli dan menggunakan *T-shirt Raxsa.co Apparel*.



Gambar I. 3 Diagram *Fishbone*

Permasalahan pada *fishbone* digambarkan dalam tulang-tulang ikan yang terbagi menjadi empat faktor sebagai berikut.

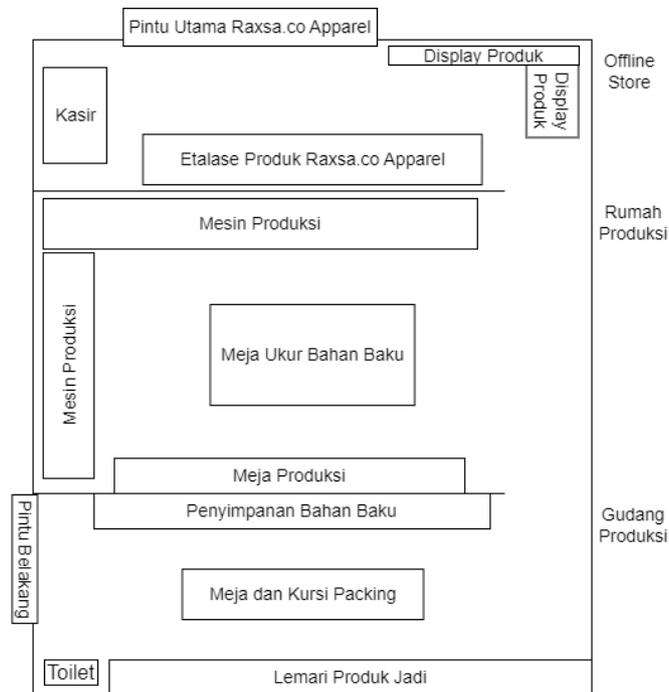
1. Faktor produk terjadi karena adanya kelemahan produk *T-shirt* Raxsa.co Apparel yang menghasilkan keluhan dari konsumen seperti pilihan *fitting*, motif, model, dan warna yang tidak bervariasi. Selain itu bahan *t-shirt* cenderung tipis, warna yang mudah pudar, hingga sablon yang mudah rusak. Penggalan keluhan ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada 11 orang konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk *T-shirt* Raxsa.co Apparel.
2. Faktor manusia terjadi karena karyawan Raxsa.co Apparel kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan proses produksi yang mumpuni karena hanya belajar secara otodidak tanpa pernah mendapat pelatihan dan pengembangan keterampilan. Selain itu karyawan proses produksi tidak patuh mengikuti prosedur yang telah ditetapkan karena masih ada beberapa karyawan yang bermain gawai dan makan pada saat bekerja. Hal tersebut tentu menyebabkan ketidak konsistenan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.



Gambar I.4 Struktur Organisasi Raxsa.co Apparel

Total karyawan yang dimiliki oleh Raxsa.co Apparel yaitu 13 orang yang terbagi ke dalam beberapa divisi seperti pada Gambar I.4 di atas. Pemilik Raxsa.co Apparel terdiri dari 2 orang yaitu Ksatria Refo Harnawan dan Sarwo Priyanto yang memiliki tanggung jawab untuk memilih *supplier* bahan baku produksi, menentukan jadwal produksi, hingga melakukan pengawasan terhadap kinerja para karyawan. Divisi pemasaran terdiri dari 1 orang yang bertugas untuk merancang strategi pemasaran produk Raxsa.co Apparel melalui sosial media. Divisi keuangan yang terdiri dari 1 orang bertugas untuk menyusun laporan keuangan serta bertanggung jawab terhadap segala urusan keuangan Raxsa.co Apparel. Divisi operasional terbagi menjadi Divisi Desain dan Divisi Produksi. Divisi Desain terdiri dari 2 orang yang bertugas untuk membuat desain produk dan melakukan observasi tren *fashion* sehingga dapat memprediksi gaya pakaian yang akan disukai oleh konsumen. Divisi produksi terdiri dari 7 orang yang bertanggung jawab untuk melakukan proses produksi pembuatan produk-produk yang akan dijual di Raxsa.co Apparel berdasarkan jadwal yang telah ditentukan.

3. Faktor lingkungan terjadi karena rumah produksi dan *offline store* berada di dalam satu rumah yang sama (berada di Jalan Kaliwaru Soropadan, Yogyakarta) sehingga ketika konsumen berkunjung ke *offline store* akan terdengar suara mesin yang mengganggu. Selain itu pengaturan *layout* ruang produksi tidak dikelola dengan baik sehingga karyawan kesulitan mengakses barang dan peralatan yang diperlukan untuk proses produksi yang dapat mengganggu fokus karyawan serta menyebabkan keadaan tidak efisien.

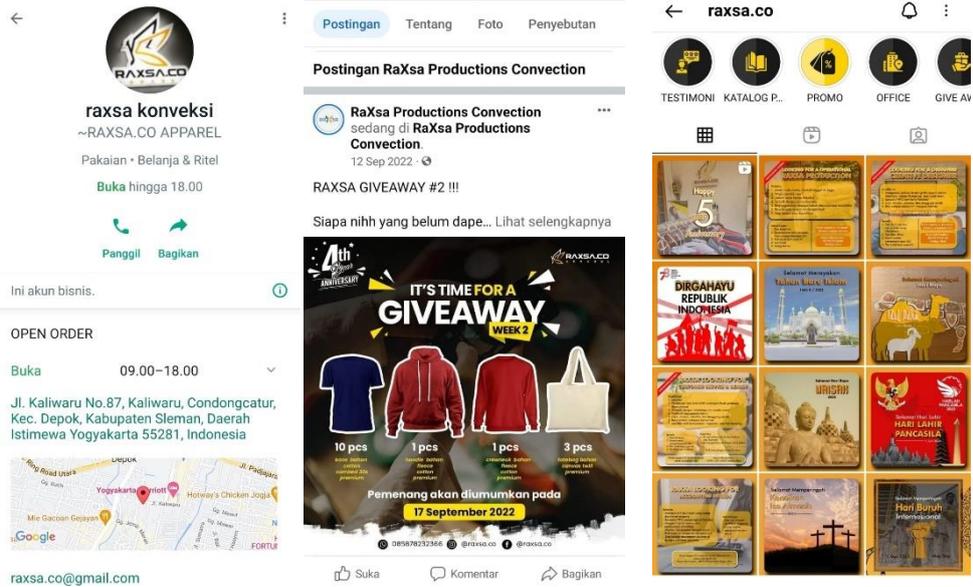


Gambar I. 5 *Layout Offline Store dan Rumah Produksi Raxsa.co Apparel*

Pada Gambar I.5 terlihat bahwa rumah produksi berdampingan dengan *offline store* dan gudang produksi yang hanya dibatasi dinding serta ruangan yang tidak kedap suara. Selain itu penyimpanan peralatan dan bahan baku proses produksi hanya di meja sehingga tidak terorganisir dengan baik karena tidak dapat dikelompokkan sesuai dengan jenis dan fungsinya.

4. Faktor metode penjualan terjadi karena Raxsa.co Apparel kurang memanfaatkan perkembangan teknologi penjualan seperti *market-place* yang menyediakan banyak keuntungan sehingga konsumen merasa tidak efektif dan efisien saat melakukan pembelian secara *online*.

Raxsa.co Apparel memasarkan produknya secara *online* melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Dari Gambar I.6 dapat dilihat bahwa pemasaran aktif hanya dilakukan di Instagram, selain memasarkan produknya Raxsa.co Apparel juga menunjukkan rasa simpatinya terhadap para konsumen dengan mengunggah perayaan hari-hari besar yang ada di Indonesia. Pada Facebook unggahan terakhir terjadi pada Tahun 2022 sedangkan WhatsApp lebih digunakan sebagai *customer service*.



Gambar I. 6 Sosial Media Raxsa.co Apparel

## I.2 Solusi Alternatif

Berdasarkan identifikasi permasalahan melalui diagram *fishbone*, maka didapatkan daftar alternatif solusi sebagai berikut.

Tabel I. 5 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1.	<p>Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Model T-shirt kurang bervariasi.</li> <li>b) Motif T-shirt kurang bervariasi.</li> <li>c) Warna T-shirt kurang bervariasi.</li> <li>d) Bahan <i>T-shirt</i> tipis.</li> <li>e) <i>Fitting T-shirt</i> kurang bervariasi.</li> </ul>	<p>Perancangan perbaikan atribut <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel berdasarkan preferensi konsumen.</p>
2.	<p>Manusia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Karyawan kurang dibekali keterampilan yang memadai.</li> <li>b) Karyawan kurang memperhatikan SOP.</li> </ul>	<p>Perancangan agenda pelatihan <i>skills</i> bagi karyawan berdasarkan standar operasional kerja Raxsa.co Apparel.</p>

No	Akar Masalah		Potensi Solusi
3.	Lingkungan	a) <i>Offline store</i> gabung dengan rumah produksi sehingga terasa tidak kondusif b) <i>Offline store</i> terlihat kurang rapi.	Perancangan <i>layout</i> perbaikan pada rumah produksi dan <i>offline store</i> Raxsa.co Apparel.
4.	Metode Penjualan	a) Media penjualan <i>online</i> kurang bervariasi. b) Promosi aktif hanya melalui instagram. c) Media sosial lain tidak digunakan untuk promosi dengan maksimal.	Perancangan strategi pemasaran pada sosial media Raxsa.co Apparel.

Potensi solusi yang telah disebutkan selanjutnya akan diberi penilaian skala kepentingan dengan rentang 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) untuk mengetahui total nilai terbesar yang akan dijadikan sebagai permasalahan utama. Penilaian dilakukan bersama pemilik Raxsa.co Apparel agar memberikan solusi yang akurat kepada pihak Raxsa.co Apparel, penilaian potensi solusi dari akar permasalahan dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel I. 6 Penilaian Potensi Solusi

No	Potensi Solusi	Kriteria Penilaian Akar Masalah				Total Nilai
		Relatif Mudah	Relatif Murah	Dampak Signifikan	Realisasi Cepat	
1.	Perancangan perbaikan atribut <i>T-shirt</i> Raxsa.co Apparel berdasarkan preferensi konsumen.	5	3	5	5	19
2.	Perancangan agenda pelatihan <i>skills</i> bagi	3	2	4	3	12

	karyawan berdasarkan standar operasional kerja Raxsa.co Apparel.					
3.	Perancangan <i>layout</i> perbaikan pada rumah produksi dan <i>offline store</i> Raxsa.co Apparel.	2	1	3	2	8
4.	Perancangan strategi pemasaran pada sosial media Raxsa.co Apparel.	4	3	3	4	14

Potensi solusi yang mendapatkan total nilai terbesar adalah perancangan perbaikan atribut *T-shirt* Raxsa.co Apparel berdasarkan preferensi konsumen. Potensi solusi tersebut terpilih karena proses perancangan relatif murah dan mudah dilakukan, memberikan dampak yang signifikan terhadap permasalahan yang dialami oleh Raxsa.co Apparel, serta proses perancangan cepat untuk direalisasikan.

### **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan alternatif solusi yang telah dijabarkan, didapatkan hasil rumusan masalah yang telah diidentifikasi sebagai berikut.

1. Apa sajakah atribut dan level atribut untuk produk *T-shirt*?
2. Bagaimana rekomendasi perancangan perbaikan atribut produk *T-shirt* Raxsa.co Apparel berdasarkan preferensi konsumen?

### **I.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan perumusan masalah yang dijabarkan, didapatkan tujuan yang akan dicapai sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi atribut dan level atribut untuk produk *T-shirt*.
2. Melakukan perancangan perbaikan atribut produk *T-shirt* Raxsa.co Apparel berdasarkan preferensi konsumen.

## **I.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat yang akan didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi, dan referensi bagi pembaca untuk dapat diterapkan serta dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan usulan perancangan perbaikan produk *T-shirt* Raxsa.co yang sesuai berdasarkan preferensi pelanggan agar lebih disukai sehingga dapat meningkatkan tingkat penjualan di Raxsa.co Apparel.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini berfungsi sebagai sarana penerapan teori dan wawasan yang telah didapatkan selama mengemban tugas sebagai mahasiswa.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dari tugas akhir ini dapat dilihat sebagai berikut.

### **BAB I Pendahuluan**

Bab pendahuluan berisi tentang penjelasan objek kajian yaitu Raxsa.co Apparel, latar belakang permasalahan yang diidentifikasi beserta data-data pendukung yang bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan, alternatif solusi, rumusan masalah, tujuan dan manfaat tugas akhir, hingga sistematika penulisan.

### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang penjelasan teori yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang telah diidentifikasi yaitu metode analisis konjoin, selain itu terdapat perbandingan metode beserta penjelasan kelebihan dan kekurangan pada tiap metode.

### **BAB III Metodologi Perancangan**

Bab metodologi perancangan berisi tentang sistematika perancangan tugas akhir, batasan dan asumsi, identifikasi komponen sistem terintegrasi, serta rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

### **BAB IV Perancangan Sistem Terintegrasi**

Bab perancangan sistem terintegrasi berisi tentang pengumpulan serta pengolahan data berdasarkan metode yang digunakan yaitu analisis konjoin.

### **BAB V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan**

Bab ini berisi validasi dan evaluasi hasil rancangan perbaikan produk *T-shirt* Raxsa.co beserta analisis hasil rancangan tersebut.

### **BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan beserta saran kepada pihak Raxsa.co Apparel berupa hasil perancangan berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah diidentifikasi sebelumnya.