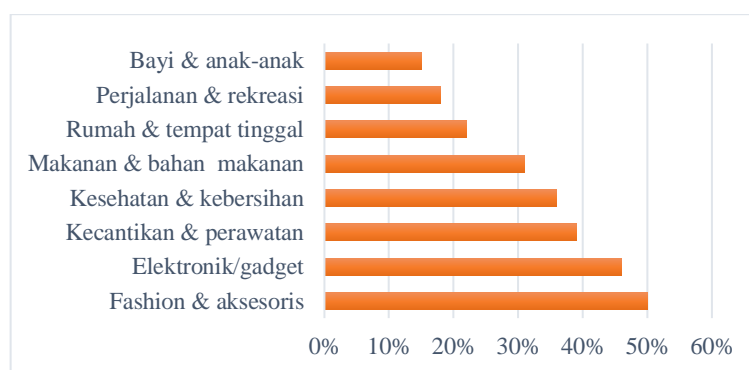


## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia berkembang setiap tahunnya (Ikhlas & Jafnihirda, 2021). Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan di pasar, UMKM dihadapkan pada tantangan yang semakin ketat. Oleh karena itu, UMKM perlu mampu mengadopsi inovasi dan teknologi terbaru guna menjaga daya saingnya. Salah satu langkah yang dapat diambil oleh UMKM adalah memanfaatkan *e-commerce* dan *platform digital*. Dalam era *digital* ini, banyak masyarakat yang beralih ke belanja *online* melalui *marketplace*. Oleh karena itu, kehadiran di *platform digital* menjadi kunci penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan mencapai konsumen potensial yang lebih luas.

UMKM *fashion* menjadi salah satu UMKM yang harus mampu memanfaatkan *platform digital*. Berdasarkan data hasil survei Kata Data Media Network pada Gambar I.1, *fashion* merupakan kategori produk yang paling banyak diminati konsumen dalam melakukan belanja *online*. Ini memberikan peluang bagi UMKM *fashion* untuk menarik minat konsumen dan memperluas pangsa pasarnya.



Gambar I.1 Kategori Produk Paling Diminati Konsumen dalam Berbelanja *Online* di Indonesia

(Sumber: katadata.co.id, 2022)

Banyaknya minat konsumen terhadap produk *fashion* menunjukkan adanya persaingan yang ketat di antara UMKM *fashion* di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai *brand* lokal baru yang berlomba-lomba untuk

menciptakan produk *fashion* yang menarik. UMKM *fashion* di Indonesia memiliki ragam produk yang luas, mencakup pakaian, aksesoris, dan sepatu dengan berbagai gaya dan desain yang beragam.

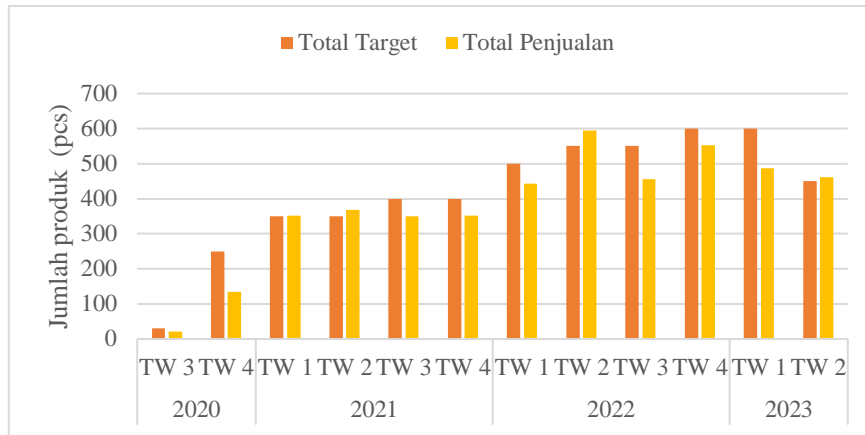
Worckhome Co. merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang *fashion* khususnya Denim, yang didirikan pada 27 Agustus 2020 di Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM ini, jenis produk denim yang dijual adalah celana, jaket, dan tas dengan merk Worckhome.

Tabel I.1 Produk Worckhome Co

(Sumber: Data Perusahaan Pihak UMKM, 2023)

| <b>Nama Produk</b> | <b>Persentase Penjualan</b> |
|--------------------|-----------------------------|
| Celana Denim       | 94,75%                      |
| Jaket Denim        | 1,74%                       |
| Celana Chino       | 3,33%                       |
| Totebag Denim      | 0,18%                       |

Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan, dapat dilihat bahwa celana denim merupakan produk yang paling banyak terjual di Worckhome Co. dibandingkan dengan produk lainnya. Persentase penjualan celana denim mendominasi sebesar 94,75%. Sementara produk lainnya, seperti jaket denim, celana chino, dan totebag denim hanya terjual dengan persentase penjualan rata-rata dibawah 5%. Sehingga, dapat dibuktikan bahwa celana denim yang ditawarkan merupakan produk unggulan yang paling diminati oleh konsumen, sehingga pihak UMKM ingin memaksimalkan kualitas celana denim yang ditawarkannya. Namun, penjualan celana denimnya sejak awal mengalami ketidakstabilan hingga saat ini, dimana hal tersebut dibuktikan dengan pergerakan penjualannya pada Grafik dibawah ini.



Gambar I.2 Data Penjualan dan Target Penjualan Celana Denim Worckhome Co

(Sumber: Data Penjualan Celana Denim Pihak UMKM, 2023)

Gambar I.2 yang menunjukkan data penjualan celana denim Worckhome Co. dari Agustus 2020 sampai Juni 2023, menggambarkan tren penjualan produk yang tidak stabil selama periode tersebut. Terlihat bahwa pada Triwulan 3 dan Triwulan 4 di tahun 2020, terjadi penjualan yang masih sangat sedikit. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa Worckhome Co. merupakan usaha yang baru saja didirikan pada pertengahan tahun 2020. Sebagai usaha baru, dari hasil wawancara dengan pihak UMKM, pada saat itu UMKM ini tengah menghadapi beberapa tantangan, seperti membangun *brand awareness* dan menjangkau pelanggan potensial. Keterbatasan tersebut dapat menyebabkan penjualan produk celana denimnya masih terbatas.

Grafik tersebut juga menunjukkan bahwa penjualan tertinggi pada tahun 2021 sampai 2023 terletak pada Triwulan 2 (April-Juni), dimana total penjualan pada Triwulan tersebut mampu melampaui total target penjualan pada Triwulan 2. Berdasarkan wawancara dengan pihak UMKM, penjualan yang melampaui target penjualan tersebut disebabkan karena pada Triwulan 2 terdapat hari Hari Raya Idul Fitri.

Namun, pada Triwulan 3 tahun 2022 dan Triwulan 1 - 2 tahun 2023 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dari hasil wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa penurunan penjualan pada Triwulan 3 tahun 2022 disebabkan oleh keterbatasan stok bahan denim yang dimiliki. Pada saat itu, UMKM ini menghadapi kendala dalam memperoleh pasokan bahan denim yang mencukupi,

karena *supplier*-nya juga mengalami kekurangan stok akibat permintaan yang sangat tinggi pada Triwulan 2 tahun 2022, tepatnya menjelang perayaan Idul Fitri. Sementara penurunan penjualan pada Triwulan 1 - 2 tahun 2023, pihak UMKM mengungkapkan bahwa penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk keterbatasan pengalokasian sumber daya manusia dan kurangnya kemampuan dalam hal melaksanakan strategi pemasaran yang efektif terhadap kekurangan atau masalah yang dihadapinya.

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, UMKM ini hanya mengandalkan enam karyawan saja untuk melaksanakan berbagai tahap produksi hingga pengiriman ke pelanggan. Dari keenam karyawan tersebut, satu diantaranya adalah sebagai admin, satu karyawan sebagai pengemas pesanan, sementara empat lainnya adalah penjahit. Namun, meskipun setiap karyawan memiliki tugas dan tanggung jawab yang ditetapkan, masih ditemukan situasi di mana beberapa karyawan melakukan pekerjaan rangkap dengan tugas tambahan. Hal ini mengakibatkan ketidakseimbangan dalam pembagian beban kerja, di mana beberapa karyawan harus menangani pekerjaan yang berlebihan. Akibatnya, karyawan merasa kelelahan dan terbebani karena beban kerja yang tidak proporsional dengan jumlah karyawan yang tersedia.

Ketersediaan karyawan yang terbatas mempengaruhi efektivitas aktivitas promosi yang dilakukan oleh Worckhome Co. Dalam hasil wawancara dengan pemilik UMKM, terungkap bahwa aktivitas promosi yang dilakukan tidak berjalan secara optimal di media sosial yang digunakannya, dalam hal ini media sosial yang dimiliki adalah Instagram. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki oleh pihak UMKM dalam melakukan promosi yang efektif di *platform* media sosial.

Selain itu, penjualan celana denim Worckhome Co. dilakukan secara *online* melalui empat *e-commerce*, yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Tiktok *Shop*.

Tabel I.2 Persentase Penjualan di *E-commerce*  
(Sumber: Data Penjualan *E-commerce*, 2023)

| <i>E-commerce</i> | Persentase penjualan |
|-------------------|----------------------|
| Shopee            | 99.06%               |
| Tokopedia         | 0.65%                |
| Tiktok Shop       | 0.20%                |
| Lazada            | 0.08%                |

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel I.2, terlihat bahwa pemanfaatan *e-commerce* masih belum merata. Dari keempat *platform e-commerce* yang digunakan, hanya Shopee yang berhasil mendominasi penjualan dengan angka penjualan yang cukup tinggi. Sementara itu, tiga *e-commerce* lainnya menunjukkan angka penjualan yang sangat rendah, bahkan di bawah 1%. Setelah melakukan wawancara dengan pihak UMKM, ketidakmerataan penjualan pada *platform e-commerce* lainnya adalah kurangnya fokus dalam melakukan pemasaran produk di tiga *platform e-commerce* tersebut. Pihak UMKM mengungkapkan bahwa UMKM ini lebih fokus pada penjualan di Shopee, sehingga upaya promosi di *platform* lain menjadi minim. Rendahnya penjualan di tiga *e-commerce* lainnya menunjukkan bahwa UMKM ini masih perlu melakukan upaya yang lebih besar untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan di *platform* tersebut.

Meskipun penjualan celana denim mencapai angka yang cukup tinggi di *platform e-commerce* Shopee, namun nyatanya tidak menjamin bahwa Worckhome Co. terbebas dari keluhan pelanggan. Hal ini juga yang menjadi salah satu faktor penyebab penurunan penjualan pada Triwulan 1 tahun 2023, sehingga membuat pihak UMKM menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam produk yang ditawarkannya.

Tabel I.3 Ulasan *E-commerce* Shopee(Sumber: *E-commerce* Shopee, 2023)

| <b>Kategori</b> | <b>Keluhan pelanggan</b>  | <b>Persentase</b> |
|-----------------|---|-------------------|
| <i>Fitting</i>  | Variasi <i>fitting</i> hanya sedikit                                    | 21%               |
| Warna           | Pilihan warna celananya terbatas  | 18%               |
| Ketebalan denim | Celana denimnya masih kurang tebal                                      | 16%               |
| Bahan           | Bahan denim panas   | 18%               |
|                 | Bahan denim kurang bervariasi   |                   |
| Model           | Pilihan model yang tersedia hanya model celana denim biasa pada umumnya | 13%               |
| Ukuran          | Ukuran celana kurang sesuai dengan tubuh ketika celana dikenakan        | 9%                |
| Jahitan         | Jahitan kancing celana kurang kuat                                      | 4%                |

Tabel I.3 menunjukkan bahwa terdapat beberapa pelanggan yang memberikan ulasan terhadap produk celana denim Worckhome Co. Meskipun sebagian besar konsumen menyatakan bahwa produk celana denim yang ditawarkan sudah bagus, namun beberapa pelanggan memberikan ulasan mengenai kekurangan dari produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan agar produk celana denim tersebut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Adanya tren baru dan perubahan dalam preferensi konsumen terhadap jenis dan gaya celana denim tertentu yang tidak sepenuhnya dipenuhi oleh Worckhome Co. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakcocokan antara apa yang ditawarkannya dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Ulasan yang berisi keluhan terhadap produk celana denim tersebut menjadi penting untuk diketahui lebih lanjut. Hal ini bertujuan agar bisa mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang aspek-aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam produk tersebut. Selain itu, hal tersebut dapat mengidentifikasi masalah umum yang mungkin muncul dalam produk celana denim yang ditawarkan. Dengan demikian, dilakukan wawancara pendahuluan untuk menggali keluhan serta masukan dari konsumen terkait produk celana denim Worckhome Co. Wawancara ini dilakukan kepada pelanggan yang sudah pernah membeli produk celana denim lebih dari satu kali. Kriteria ini dipilih karena

pelanggan yang telah berulang kali melakukan pembelian memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi dan kualitas celana denim. Selain itu, wawancara pendahuluan juga mampu memberikan pemahaman terkait preferensi serta harapan pelanggan terhadap produk celana denim Worckhome Co.

Dari hasil wawancara pendahuluan, diperoleh *voice of customer*, dimana *voice of customer* berisi keluhan terkait celana denim Worckhome, sehingga pihak perusahaan mampu meningkatkan kualitas produknya. Data keluhan yang diperoleh dari hasil wawancara secara *online* kepada 14 konsumen yang pernah membeli celana denim Worckhome Co. Tabel I.4 merupakan hasil wawancara keluhan pelanggan terhadap celana denim Worckhome Co.

Tabel I.4 Wawancara Keluhan Pelanggan Worckhome Co.

(Sumber: Hasil Wawancara *Online* Pelanggan, 2023)

| <b>Kategori</b> | <b>Keluhan</b>   | <b>Persentase</b> |
|-----------------|--|-------------------|
| <i>Fitting</i>  | <i>Fitting</i> celana kurang bervariasi  | 57%               |
| Warna           | Warna celana denim kurang bervariasi karena pilihan warna semuanya cenderung gelap | 53%               |
| Ketebalan denim | Ketebalan denim kurang bervariasi  | 49%               |
| Bahan           | Bahan denim kurang bervariasi  | 45%               |
|                 | Bahan denim kurang nyaman karena kasar   |                   |
| Model           | Model celana denim kurang bervariasi   | 39%               |
| Ukuran          | Ukuran celana kurang sesuai ketika dikenakan                                       | 12%               |
| Jahitan         | Jahitan kancing celana kurang kuat   | 11%               |

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan celana denim Worckhome Co., pelanggan mengungkapkan beberapa keluhan terhadap atribut celana denim yang ditawarkannya. Dari hasil wawancara dengan 14 responden, hasil keluhan atribut konsumen tersebut kemudian didiskusikan dengan pihak UMKM. Dalam mengatasi keluhan mengenai ukuran, pihak UMKM menyatakan bahwa pihaknya mengambil tindakan dengan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menentukan ukuran celana yang tepat. Hal ini dilakukan dengan memperbolehkan konsumen untuk melakukan kustomisasi ukuran sesuai dengan kebutuhan konsumen itu sendiri. Dengan demikian, pihak UMKM akan menyesuaikan

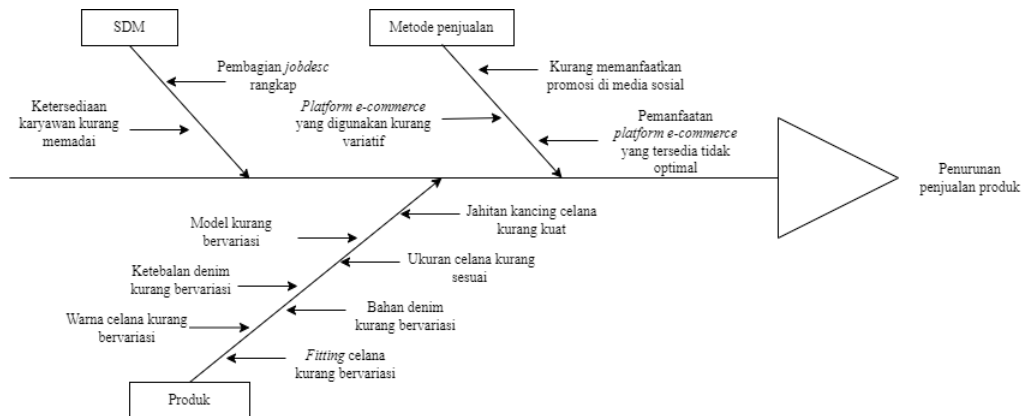
ukuran celana sesuai dengan ukuran yang diberikan oleh konsumen. Sementara untuk mengatasi keluhan mengenai fitur pada jahitan kancing celana, pihak UMKM mengambil tindakan dengan meningkatkan kualitas benang katun yang digunakan dalam proses menjahit kancing celana. Selain itu, pihak UMKM juga meningkatkan tingkat ketelitian saat menjahit untuk memastikan bahwa jahitan menjadi lebih rapi, kuat, dan tahan lama.

Hasil wawancara terkait atribut keluhan diketahui bahwa keluhan terbanyak yaitu pada atribut *fitting*, model, warna, ketebalan denim, dan bahan. Pihak UMKM menyampaikan bahwa produk celana denimnya memiliki satu bahan kain denim yaitu *raw denim*, dengan ketebalan denim 13 - 16 oz, memiliki dua *fitting* yaitu *slim fit* dan *straight fit*, dengan model celana denim yaitu *basic*, dan memiliki dua warna yaitu *black* dan *dark blue*.

Dari hasil wawancara dengan pihak UMKM, disadari bahwa adanya keluhan terkait atribut produk celana denim tersebut perlu ditindaklanjuti. Pihak UMKM mengakui bahwa pihaknya hanya memproduksi dan menjual produk sesuai dengan yang telah ada, dan masih belum sepenuhnya memahami preferensi konsumen terkait celana denim yang ditawarkannya. Dari keluhan-keluhan yang diungkapkan oleh konsumen, menjadi jelas bahwa ada kebutuhan untuk mengembangkan atribut-atribut celana denim Worckhome Co. agar dapat lebih diterima dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak UMKM dan hasil wawancara pendahuluan, diperoleh beberapa permasalahan yang menyebabkan Worckhome Co. mengalami penurunan penjualan. Permasalahan tersebut diidentifikasi dan dianalisis melalui visualisasi *fishbone diagram* untuk menganalisis akar penyebab dari suatu masalah yang dihadapi oleh UMKM ini. Gambar 1.3 merupakan *fishbone diagram* pada penurunan penjualan celana denim.





Gambar I.3 *Fishbone Diagram*

Berdasarkan *fishbone diagram* di atas, menunjukkan bahwa permasalahan yang menyebabkan penurunan penjualan celana denim Worckhome disebabkan oleh beberapa faktor, seperti permasalahan pada aspek sumber daya manusia (SDM), metode penjualan, dan permasalahan produk.

## I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan identifikasi masalah mengenai penurunan penjualan celana denim Worckhome Co. menggunakan *fishbone diagram*, dilakukan analisis alternatif solusi untuk setiap akar masalah yang terjadi pada UMKM tersebut. Selanjutnya dilakukan pertimbangan pada setiap akar masalah untuk menentukan potensi solusi yang dapat direalisasikan oleh UMKM tersebut disertai pemilihan akar permasalahan dengan penilaian skala kepentingan 1 sampai 5 pada Tabel I.5.

Tabel I.5 Alternatif dan Pemilihan Solusi

| No | Akar Masalah              |   | Potensi Solusi  | Kriteria Pemilihan |               |                 |                  | Total Nilai |
|----|---------------------------|---|---|--------------------|---------------|-----------------|------------------|-------------|
|    |                           |   |   | Mudah              | Relatif Murah | Realisasi Cepat | Hasil signifikan |             |
| 1. | Metode Penjualan          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang memanfaatkan promosi di media sosial</li> <li>• <i>Platform e-commerce</i> yang digunakan kurang variatif</li> <li>• Pemanfaatan <i>platform e-commerce</i> yang tersedia tidak optimal</li> </ul>  | Perancangan perbaikan strategi penjualan dan aktivitas promosi celana denim Worckhome Co. dengan pemanfaatan media <i>digital</i> . | 3                  | 2             | 3               | 4                | 12          |
| 2. | Sumber Daya Manusia (SDM) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan karyawan kurang memadai</li> <li>• Pembagian <i>jobdesc</i> rangkap</li> </ul>  | Perancangan penyusunan <i>jobdesc</i> karyawan berdasarkan batasan tanggung jawab setiap posisi pekerja.                            | 3                  | 3             | 3               | 2                | 11          |
| 3. | Produk                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Model celana kurang bervariasi</li> <li>• <i>Fitting</i> celana kurang bervariasi</li> <li>• Ketebalan celana denim kurang bervariasi</li> <li>• Bahan denim kurang bervariasi</li> <li>• Warna celana kurang bervariasi</li> <li>• Ukuran celana kurang sesuai</li> <li>• Jahitan kancing celana kurang kuat</li> </ul> | Perancangan perbaikan atribut celana denim Worckhome Co. berdasarkan preferensi konsumen untuk meningkatkan minat beli konsumen.    | 3                  | 3             | 3               | 5                | 14          |

Berdasarkan Tabel I.5, berdasarkan hasil diskusi dengan pihak UMKM, perolehan total nilai terbesar adalah 14 sehingga dipilih potensi solusi perancangan perbaikan atribut celana denim Worckhome Co. Pemilihan alternatif solusi didasarkan pada masalah yang paling dirasakan oleh UMKM tersebut bahwa perancangan perbaikan atribut celana denim merupakan solusi yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

### **I.3 Rumusan masalah**

Berdasarkan pemaparan permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka rumusan permasalahan untuk penelitian ini adalah:

1. Apa atribut dan level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen celana denim Worckhome Co.?
2. Apa saja rekomendasi perbaikan atribut celana denim Worckhome Co. agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen?

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi atribut dan level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen celana denim Worckhome Co.
2. Merancang rekomendasi perbaikan atribut celana denim Worckhome Co. agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan rekomendasi bagi Worckhome Co. untuk mengetahui atribut celana denim agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga penjualan dapat meningkat.
2. Hasil penelitian digunakan untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan atribut serta level atribut celana denim sebagai rekomendasi perancangan celana denim Worckhome Co. yang sesuai dengan preferensi konsumen.

### **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut.

## **BAB I           Pendahuluan**

Bab ini berisikan tentang penjelasan latar belakang berupa penjabaran dan pengidentifikasian masalah pada objek penelitian Worckhome Co., pemberian alternatif solusi disertai pemilihan alternatif solusi, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penulisan.

## **BAB II           Landasan Teori**

Bab ini berisikan landasan teori yang mendasari disertai pendefinisian pemilihan teori, identifikasi teori yang relevan, serta pemilihan metode perancangan yang relevan untuk dijadikan acuan dalam mengatasi permasalahan yang diteliti.

## **BAB III          Metodologi Perancangan**

Bab ini berisi penjelasan tahapan mekanisme dalam menyelesaikan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, dijelaskan secara rinci mulai dari sistematika perancangan hingga batasan asumsi penelitian.

## **BAB IV          Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Bab ini berisi spesifikasi rancangan yang ditentukan berdasarkan data faktual dan proses perancangan yang dilakukan sesuai dengan tahap pada sistematika perancangan. Pada bab ini berisi langkah pengumpulan data, pengolahan data, dan hasil rancangan.

## **BAB V           Analisis**

Bab ini berisi penjelasan proses verifikasi, validasi, dan analisis hasil yang meliputi evaluasi hasil rancangan dan rencana implementasi hasil rancangan. Verifikasi dan validasi dilakukan dengan menyesuaikan usulan dengan standar produk dan diskusi dengan Pihak UMKM.

## **BAB VI          Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi jawaban dari tujuan penelitian serta saran dan rekomendasi yang diberikan untuk Worckhome Co. berkaitan

rancangan hasil usulan dan rencana implementasi hasil rancangan, sehingga didapatkan solusi yang lebih baik.