

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang di era globalisasi ini, membuat perkembangan dunia bisnis di Indonesia juga semakin meningkat. Perkembangan teknologi yang seakan tidak pernah berhenti dalam bidang Teknologi Informasi (TI) yang secara langsung mendukung perkembangan internet dan tentunya memberikan kemudahan bagi para pengguna dalam hal ini para pelaku bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas bisnis serta usahanya. Dengan adanya kemajuan internet, memungkinkan adanya berbagai teknologi yang mampu membantu dalam hal publikasi informasi yang beraneka ragam dalam bentuk elektronik. Dalam dunia bisnis diaplikasikan dalam pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan dan pemasaran di internet yang cenderung mampu menembus berbagai macam rintangan dan tantangan yang ada.

Menurut data BPS dari hasil pendataan Survei Susenas 2021, 62,10 persen populasi Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021. Tingginya penggunaan internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2021 tercatat 90,54 persen rumah tangga di Indonesia telah memiliki/menguasai minimal satu nomor telepon Seluler. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2018 yang mencapai 88,46 persen. Semakin maraknya pengguna internet, semakin marak pula perdagangan elektronik

(*e-commerce*) yang dijalankan oleh para pelaku bisnis, mulai dari perusahaan raksasa hingga *online shop* berskala rumahan.

Maraknya perdagangan dengan menggunakan aplikasi *e-commerce* membuat para pelaku bisnis dihadapi dengan berbagai macam persaingan yang cukup ketat. Banyak cara yang dilakukan oleh para pelaku bisnis ini untuk bisa menarik minat konsumen dalam membeli produk. Hanya perusahaan-perusahaan tertentu yang bisa bertahan dan mampu menjaga eksistensi produknya dikalangan konsumen. Untuk bisa menghadapi setiap persaingan bisnis yang ada, para pelaku bisnis ini dituntut untuk bisa melakukan perubahan terhadap bisnis yang sedang dijalaninya. Perubahan ini diharapkan bisa mendatangkan banyak konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualan serta keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Untuk bisa memenangkan persaingan tersebut, para pelaku bisnis perlu membuat berbagai macam strategi penjualan agar menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Persaingan yang ketat juga terjadi diantara banyak bisnis khususnya bisnis dibidang *Fashion and Life Style*. Persaingan Bisnis dibidang tersebut sangat ketat dan kompetitif mulai dari persaingan harga yang ditawarkan kepada konsumen, persaingan desain dan kualitas produk yang semakin beraneka ragam. Dengan adanya persaingan tersebut, para pelaku bisnis dibidang ini dituntut untuk bisa menciptakan inovasi produk yang bisa menarik minat beli konsumen untuk membeli produk. Selain harus melakukan inovasi produk, para pelaku bisnis juga harus bisa membuat strategi penjualan. Dengan melakukan dan merencanakan strategi penjualan yang efektif dan tepat sasaran, maka perusahaan bisa mendatangkan banyak kosumen dan meningkatkan omset penjualan.

Banyak cara yang bisa dilakukan oleh para pelaku usaha agar bisa meningkatkan penjualan dan menarik minat beli konsumen. Salah satunya adalah mengimplementasikan teknologi yang ada terhadap bisnis atau usaha yang dijalani. Bentuk dari implementasi yang ada bisa berupa memasarkan berbagai macam produk baik berupa barang atau jasa dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)*.

Definisi *e-commerce* menurut Adi Nugroho (2006) dalam (Rehatalanit, 2021), *e-commerce* (perdagangan elektronik) adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Sedangkan menurut Rahmati (2009) dalam (Rehatalanit, 2021), *e-commerce* adalah singkatan dari *Electronic Commerce* yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-commerce ini* mencakup distribusi, penjualan, pembelian, *marketing* dan *service* dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah *system* elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain.

E-commerce merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam dunia bisnis dan internet. Penggunaan sistem *e-commerce* sangat memberikan banyak manfaat bagi berbagai pihak, khususnya antara konsumen dan produsen, penggunaan *e-commerce* dirasa lebih menghemat waktu ketika berbelanja. Melihat banyaknya peluang dari pemanfaatan *e-commerce*, maka banyak para pengusaha yang memanfaatkan aplikasi ini untuk bisa menjangkau banyak konsumen.

Adorable Projects Merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang *fashion & lifestyle* yang sudah berdiri sejak tahun 2008. Usaha ini berlokasi di Perum Bumi Indah N0 75-76 , Cibeureum , Kec. Cimahi Selatan., Kota Cimahi, Jawa Barat . Adorable Projects diharapkan mampu bersaing dengan *brand* lain khususnya dibidang

fashion & lifestyle. Produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif, serta produk yang ditawarkanpun beraneka ragam mulai dari sepatu, tas, baju dan aksesoris yang dikhususkan untuk wanita. Adorable Projects berusaha secara konsisten untuk memasarkan dan menjual produknya kepada konsumen secara *online*, hal ini sudah dilakukan dari awal berdirinya Adorable Projects hingga saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara pra survei yang sudah dilakukan oleh peneliti, bahwa Adorable Projects sudah mengimplementasikan dan menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk menjual dan memasarkan produk kepada konsumen sejak Desember 2022. Hingga saat ini, Adorable Projects masih terus aktif berjualan menggunakan *e-commerce* dan akan terus memasarkan produknya secara masif lewat *e-commerce*. Adorable Projects sudah bermitra dengan beberapa *marketplace* yang ada di Indonesia ataupun sudah bekerja sama dengan beberapa *platform media digital* lainnya serta sering melakukan kolaborasi produk.

Sudah terhitung sekitar tujuh bulan Adorable Projects sudah menggunakan *e-commerce* sebagai media memasarkan dan menjual produk secara masif kepada konsumen, tentu banyak hambatan yang harus dihadapi oleh Adorable Projects untuk bisa menjaga eksistensi produk dikalangan konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara pra survey yang dilakukan oleh peneliti dengan menurut PIC Marketing Adorable Projects rata-rata konsumen Adorable Projects lebih memilih membeli produk via *marketplace* (*shopee, Tokopedia, Lazada*) dibandingkan membeli di *official webstore*. Selain melakukan wawancara pra survey dengan PIC Marketing Adorable Projects, peneliti pun melakukan wawancara pra survey dengan beberapa konsumen Adorable Projects, konsumen Adorable projects merasa kurang tertarik membeli

produk Adorable Projects lewat system *e-commerce* yaitu *official webstore* Adorable Projects, dikarenakan merasa kurang nyaman dengan metode pembayaran yang disediakan oleh sistem *official webstore*. Terdapat dua metode pembayaran yang disediakan saat ini yaitu transfer antar bank dan pembayaran menggunakan Gopay, kedua hal ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk Adorable Projects via *official webstore* Adorable Projects sehingga berdampak terhadap jumlah penjualan produk . Jumlah penjualan produk Adorable Projects di *official webstore* tidak sebanyak jumlah penjualan di ketiga *marketplace*.

Selain terkedandala masalah system metode pembayaran yang tersedia pada *official webstore* Adorable Projects. Saat ini banyak sekali para *competitor* yang meniru beberapa desain produk dan menjual produk tersebut dengan harga yang lebih murah dibandingkan Adorable Projects. Atas hal tersebut peneliti merasa tertarik untuk melakukan analisa terkait **Analisis Penerapan *E-commerce* pada Usaha Fashion Adorable Projects**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini lebih memfokuskan kepada permasalahan titik tolak yang dijadikan analisis oleh penulis berupa evaluasi terkait penerapan *e-commerce* yang sudah dilakukan oleh usaha *fashion* Adorable Projects sejak Desember 2022, apakah pengelolaanya sudah tercapai dan berjalan dengan baik atau justru mendapatkan hambatan yang pelik selama pengaplikasiannya.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum pada usaha *Fashion* Adorable Projects
2. Bagaimana gambaran *e-commerce* pada usaha *Fashion* Adorable Projects

3. Bagaimana analisis penerapan *e-commerce* yang sudah dilakukan oleh usaha *Fashion Adorable Projects*
4. Hambatan dan upaya dalam melaksanakan penerapan *e-commerce* pada usaha *Fashion Adorable Projects*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Mengetahui gambaran umum mengenai usaha *Fashion Adorable Projects*
2. Mengetahui gambaran *e-commerce* yang digunakan oleh usaha *Fashion Adorable Projects*
3. Untuk mengetahui analisis penerapan *e-commerce* pada usaha *Fashion Adorable Projects*
4. Untuk mengetahui hambatan serta upaya yang dilakukan oleh usaha *Fashion Adorable Projects* dalam melaksanakan penerapan system *e-commerce*

1.5 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Merupakan . salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu social dan Ilmu Poltik Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai acuan bahan kajian dan pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya dengan permasalahan yang sejenis.

2. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi tambahan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan umumnya dan untuk bidang Ilmu Administrasi Bisnis pada khususnya. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan referensi atau bahan pembandingan bagi pihak yang ingin mempelajarinya dan diharapkan bisa menambah perbendaharaan kepustakaan bagi penelitian-penelitian yang memiliki permasalahan yang sejenis.

3. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat untuk banyak pihak, diantaranya :

a. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti tentang cara kerja sebuah perusahaan dan bisa menambah wawasan penulis dan penulis diharapkan bisa mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama dibangku kuliah.

b. Bagi Objek yang diteliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan oleh Adorable Projectrts sebagai bahan acuan, pedoman serta evaluasi dalam menjalankan bisnis untuk dimasa yang akan datang.

c. Bagi pihak lain

Bagi pihak-pihak lain yang membaca karya tulis ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta wawasan mengenai topic analisis strategi aplikasi *e-commerce*.

1.6 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakannya suatu penelitian. Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam pembuatan skripsi ini adalah pada perusahaan Adorable Projects yang berlokasi di Perum Bumi Indah NO 75-76 , Cibeureum , Kec. Cimahi Selatan., Kota Cimahi, Jawa Barat. 40535

1.6.2. Lamanya penelitian

Dalam melakukan penelitian mengumpulkan data, pengelolaan data, sampai pelaporan yang dilakukan diperkirakan selama 6 bulan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada jadwal kegiatan penelitian, sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2023																											
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
TAHAP PERSIAPAN																													
1	a.Penjajakan	■	■	■	■																								
	b.Perumusan Masalah	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
	c.Pengajuan Judul					■	■	■	■																				
	d.Studi Kepustakaan						■	■	■	■	■	■	■																
	e.Bimbingan						■	■	■	■	■	■	■																
	f.Penyusunan (Usulan Penelitian)						■	■	■	■	■	■	■																
	g. Seminar (Usulan Penelitian)																												
TAHAP PENELITIAN																													
2	a.Observasi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
	b.Wawancara	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
	c.Pengolahan dan Analisis Data																												
TAHAP PENYUSUNAN																													
3	a. Penyusunan Laporan																					■	■	■	■	■	■	■	■
	b. Perbaikan Laporan																					■	■	■	■	■	■	■	■
	c. Sidang Skripsi																									■	■	■	■
	d.Perbaikan Hasil Sidang Skripsi																									■	■	■	■

