

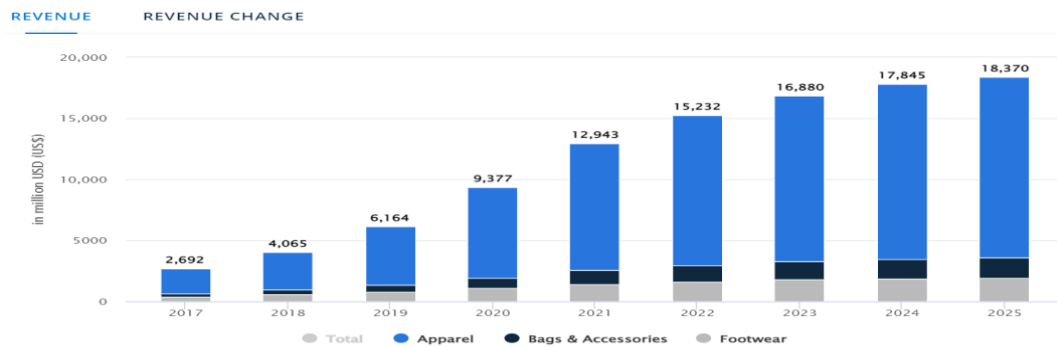
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi memberikan dampak positif pada Indonesia, dampak tersebut terutama dapat dirasakan oleh perusahaan-perusahaan UMKM. Era globalisasi mempermudah perusahaan dalam melakukan perdagangan serta mendapatkan bahan yang dibutuhkan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu industri yang merasakan manfaat dari globalisasi adalah industri fashion, di mana perusahaan mendapat berbagai jenis peluang untuk mengembangkan serta meningkatkan kualitas produknya. Globalisasi juga memudahkan berbagai perusahaan baru untuk masuk ke dalam sebuah industri, meningkatkan persaingan dan menciptakan produk untuk konsumen dengan harga yang lebih efektif (Muhammad, 2018).

Industri fashion merupakan salah satu industri terbesar di Indonesia yang terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu. Produk yang di jual dalam industri fashion bukan merupakan barang yang krusial dalam kebutuhan sehari-hari, walaupun demikian jumlah transaksi produk fashion dapat mengimbangi produk kebutuhan sehari-hari dikarenakan perilaku konsumen di dalam industri fashion. Menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia menyebutkan bahwa industri fashion memberikan kontribusi sebanyak 20 persen terhadap sektor industri ekonomi kreatif menjadikan industri fashion sebagai tulang punggung ekonomi kreatif Indonesia (Ananda, 2021). Pandemi COVID-19 yang bermula pada awal tahun 2020 mengharuskan pemerintah untuk menutup perbatasan demi memperlambat penyebaran virus COVID-19. Langkah yang diambil pemerintah memberikan kesulitan bagi masyarakat Indonesia dan bisnis lokal. Tetapi dengan situasi ini tercipta tren baru yang telah bertahan hingga tahun 2021 di mana masyarakat Indonesia memiliki keinginan untuk mendukung merk lokal demi mendukung perekonomian nasional, dampak dari tren ini dapat terlihat terutama pada industri fashion (Putri, 2021).



Gambar 1.1 Perkembangan Pendapatan Perusahaan Dalam Industri Fashion (2017-2025)
Sumber: Statista (2021)

Dari grafik diatas, dapat dilihat perkembangan pendapatan perusahaan dalam sektor fashion dari tahun ke tahun. Total pendapatan seluruh perusahaan dalam sektor fashion mengalami peningkatan yang sangat signifikan, mulai dari tahun 2017 hingga tahun 2020 pendapatan dalam sektor fashion mengalami peningkatan lebih dari 50 persen per tahunnya. Dari awal 2020 dimana pandemi mulai terjadi hingga tahun 2021 pendapatan dalam industri fashion tetap meningkat secara signifikan. Menunjukkan bahwa industri fashion dalam indonesia tetap bertumbuh dan masih terdapat banyak peluang bagi perusahaan-perusahaan baru dalam industri tersebut. Gambar diatas juga memberikan proyeksi untuk tahun yang akan datang dan dapat dilihat bahwa industri fashion di Indonesia akan terus bertumbuh walaupun pertumbuhannya tidak akan sebesar tahun-tahun sebelumnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Terdapat banyak peluang yang masih tersedia dalam industri fashion dan seiring bertumbuhnya sebuah sector, jumlah pesaing dalam industri tersebut pun akan ikut bertambah. Salah satu masalah yang terlihat secara jelas adalah traffic konsumen pada website Valencia by Enrica. Pada tahun 2019 saat sebelum pandemi, Valencia by Enrica dapat mencapai traffic konsumen yang sangat tinggi ketika mengeluarkan sebuah produk baru. Dengan perubahan perilaku konsumen di masa pandemi terdapat banyak perusahaan fashion baru yang melihat peluang dengan mengimplementasikan penjualan secara online. Biaya dan hambatan untuk masuk yang rendah pada industri fashion menyebabkan peningkatan pada jumlah

perusahaan yang mengikuti jejak valencia, hal ini menyebabkan traffic pada website valencia untuk menurun.

Kompetitor dalam industri fashion juga dapat dengan mudah meniru sebuah desain karena desain produk bukanlah sesuatu yang dapat dipatenkan. Model bisnis yang serupa dan produk yang dapat dengan mudah di tiru menyebabkan valencia kesulitan dalam meningkatkan porsi pasar pada industri fashion online serta menjaga kestabilan pendapatan perusahaan. Strategi *post purchase service* di gunakan dengan harapan konsumen akan lebih puas sehingga setia terhadap perusahaan Valencia by Enrica serta merekomendasikan produk Valencia by Enrica kepada orang lain sehingga meningkatkan porsi pasar Valencia by Enrica.

Terdapat 3 jenis layanan purna jual yang diterapkan perusahaan VBE, yang pertama adalah fitur garansi produk dimana perusahaan memberikan jaminan untuk memperbaiki atau mengganti produk yang telah dibeli konsumen jika terjadi kerusakan saat barang diterima. Perusahaan memberikan jangka waktu selama 3 bulan untuk pelanggan melakukan klaim garansi dari sejak produk telah diterima oleh pihak konsumen. Program loyalitas merupakan layanan purna jual kedua yang ditawarkan perusahaan VBE dimana konsumen diberikan penghargaan dalam bentuk poin setelah selesai melakukan transaksi pada website atau sosial media VBE. Poin tersebut akan nantinya dapat digunakan konsumen untuk mendapatkan berbagai merchandise atau VIP pass yang akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk VBE. Pelayanan pelanggan merupakan fitur ketiga dalam layanan purna jual VBE dimana perusahaan menerapkan sebuah layanan khusus untuk konsumen dapat mengutarakan keluhan atau pertanyaan setelah membeli produk perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yang mencakup batasan dari proses penelitian ini antara lain:

1. Apakah penerapan fasilitas garansi produk berpengaruh kepada kepuasan pelanggan Valencia by Enrica?
2. Apakah ada dampak dan pengaruh langsung program loyalitas terhadap kepuasan pelanggan Valencia by Enrica?

3. Apakah pelayanan pelanggan pada tahap purna jual dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Valencia by Enrica?
4. Apakah terdapat hubungan yang kuat antara seluruh layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan perusahaan Valencia by Enrica?

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui dampak strategi post purchase yang sudah diterapkan oleh Valencia by Enrica sebagai perusahaan fashion online dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada industri fashion online yang sangat kompetitif.
2. Mengetahui seberapa penting penerapan post purchase service bagi perusahaan dalam industri fashion.
3. Mengetahui hubungan yang terdapat antara post purchase service dengan kepuasan pelanggan dalam perusahaan Valencia By Enrica.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Hasil dari penelitian dapat memberikan wawasan tambahan bagi pembaca yang sedang mengimplementasikan strategi dari faktor-faktor *post purchase service* ke dalam perusahaannya.
2. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan tentang keuntungan kompetitif yang akan didapatkan melalui pengimplementasian *post purchase service* dalam industri fashion online.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Makalah penelitian ini akan terdiri dari 5 bab yang akan membahas dari perspektif tertentu. Pada bab pertama, peneliti akan membahas tentang latar belakang topik dan juga menjelaskan tujuan dan manfaat dari penelitian ini. Bab kedua menyajikan beberapa teori dan kerangka konsep yang terkait dengan topik dan telah digunakan oleh penelitian sebelumnya. Selanjutnya, bab ketiga akan membahas desain dan metodologi penelitian yang akan diimplementasikan serta

metode dan analisis pengumpulan data juga akan disebutkan dalam bab ini. Bab keempat membahas data dan hasil yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metodologi pengumpulan data. Terakhir, bab kelima, kesimpulan dan rekomendasi yang memberikan ketentuan dari hasil dan keterbatasan yang akan disediakan dalam bab ini untuk analisis masa depan.

