

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Cara berpakaian yang sering diapresiasi oleh generasi muda saat ini adalah salah satu tren perkembangan yang menonjol yang diamati. Pasti akan menciptakan gaya atau nilai fashion unik dengan menggabungkan elemen-elemen ini. Hal itu membantu perkembangan *fashion* anak muda dengan membantu mereka berkreasi dan berani menunjukkan jati diri mereka dengan cara yang mereka sukai. Banyak merek pakaian telah menggunakan *platform e-commerce* untuk memasarkan produk mereka (Fathoni & Riyantomo, 2022).

*E-commerce* adalah platform daring yang bisa diakses melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis untuk menjalankan aktivitas bisnis dan oleh konsumen untuk mencari informasi (Sasmito *et al.*, 2022). Proses *e-commerce* umumnya diawali dengan penyediaan layanan informasi kepada konsumen untuk membantu mereka dalam mengambil keputusan. *E-commerce* diharapkan dapat mengatasi keterbatasan informasi, mempermudah negosiasi penjualan, dan menghilangkan batasan ruang serta waktu (Irawan & Rozando, 2020).

Masalah muncul ketika pelanggan selalu ingin memakai pakaian yang sangat unik atau bahkan merasa tidak sesuai dengan desain yang ditawarkan toko atau distributor yang ada (Maryani *et al.*, 2020). Menghadapi kemalasan tersebut, para pengusaha harus melakukan inovasi, misalnya dengan memberikan layanan yang dipersonalisasi agar dapat dimanfaatkan oleh calon pembeli (Koh, 2021). Aplikasi kustomisasi pakaian telah menjadi semakin populer di kalangan konsumen, memungkinkan mereka untuk merancang dan memesan pakaian yang sesuai dengan preferensi mereka (Yan & Chiou, 2020).

Salah satu tantangan utama dalam penggunaan aplikasi ini adalah memastikan bahwa pakaian yang diproduksi sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam konteks ini, desain pakaian khusus menjadi sangat

penting. Untuk memenuhi permintaan pasar yang berkembang, sistem informasi pasar digital harus memasukkan fitur pemesanan desain khusus.

Pengembangan sistem informasi *marketplace* digital dengan fitur pemesanan desain kustom baju memanfaatkan metode *design thinking* sebagai landasan untuk merancang solusi yang tidak hanya teknis, tetapi juga secara kreatif mempertimbangkan aspek-aspek empati terhadap pengguna, definisi permasalahan, ideasi, prototipe, dan uji coba. Untuk mengatasi masalah ini, metode desain *thinking* sangat relevan. Pengembang aplikasi dapat memahami secara menyeluruh kebutuhan dan keinginan pengguna dengan menggunakan prinsip-prinsip *Design Thinking*.

Metode desain *thinking* memungkinkan pengembang berkolaborasi langsung dengan pengguna dan penjual baju untuk menentukan kebutuhan yang sebenarnya. Dengan memasukkan elemen-elemen ini ke dalam proses pengembangan sistem informasi pasar digital, diharapkan hasilnya akan lebih sesuai dengan harapan pelanggan dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Beberapa masalah yang berhubungan dengan E-COMMERCE PAKAIAN DENGAN FITUR PEMESANAN DESAIN CUSTOM BAJU DENGAN METODE DESIGN THINKING adalah sebagai berikut:

1. Pengguna sering merasa kurang puas karena produk tidak sesuai harapan mereka dan fitur yang diimplementasikan tidak sesuai dengan yang dibutuhkan.
2. Konsumen sering mendapatkan masalah umum pada fitur yang tidak tersedia ketika sedang mencari pakaian yang sesuai dengan ukuran dan preferensi mereka.

## 1.3 Batasan Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penulis menetapkan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Membuat fitur kustomisasi pakaian dengan menggunakan metode *Design Thinking*.
2. Penelitian hanya mencakup fitur dari hasil rancangan pada aplikasi kustomisasi pakaian.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mencapai beberapa hal yang diinginkan oleh penulis, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menilai apakah pengguna merasa lebih puas dengan produk yang memenuhi harapan mereka setelah pengembangan fitur tersebut diterapkan.
2. Untuk melihat potensi perubahan konsumen dalam penggunaan aplikasi kustomisasi pakaian sehubungan dengan penggunaan fitur ini.

#### 1.5 Kontribusi

1. **Kontribusi Akademis:** Penelitian ini akan menambah literatur tentang aplikasi kustomisasi pakaian, inovasi, dan metode penelitian seperti *Design Thinking*. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti dan akademisi lainnya.
2. **Kontribusi untuk Pengembang Aplikasi:** Penelitian ini akan memberi pengembang aplikasi kustomisasi pakaian wawasan berharga tentang cara meningkatkan pengalaman pengguna dan kecocokan produk. Mereka dapat menggunakan temuan ini untuk mengoptimalkan produk mereka.
3. **Kontribusi untuk Bisnis Fashion:** Industri pakaian dan mode dapat mengambil manfaat dari pemahaman yang lebih baik tentang cara preferensi pelanggan dipengaruhi oleh inovasi produk.
4. **Kontribusi untuk Pengguna Aplikasi:** Pelanggan yang menggunakan aplikasi pakaian kustomisasi dapat menikmati pengalaman yang lebih baik. Mereka akan memiliki lebih banyak opsi yang sesuai dengan keinginannya.