

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri *fashion* diseluruh dunia semakin sadar bahwa kekuatan pemasaran lewat media sosial ternyata berpengaruh dalam peningkatan pemasaran, ataupun hanya sekedar interaksi(*engagement*) yang dilakukan lewat kampanye-kampanye *fashion*. Salah satu media *fashion* yang memanfaatkan penggunaan Instagram adalah *Hypebeast*. Belakangan ini, industry *fashion* dipenuhi oleh *trend fashion Hypebeast*. *Hypebeast* sendiri mungkin masih awam jika didengar oleh masyarakat yang tidak mengikuti *fashion*, akan tetapi dampaknya sudah sangat besar pada industry *fashion* Indonesia (Kezia, 2018). *Hypebeast* berasal dari kata Hype yang berarti sesuatu yang sedang *booming* atau diartikan sebagai kekinian, maksud dari *hypebeast* itu sendiri sebenarnya dikaitkan dengan tren berpakaian yang mengenakan *brand-brand* ternama dan original (Thomas, 2018). Pemilihan sepatu *Hypebeast* dari yang murah sampai mahal juga menjadi semakin banyak dan beragam.

Pembeli juga terkadang merasa tidak puas dengan sepatu yang telah dibeli karena pembeli mendapatkan sepatu yang tidak sesuai dengan gambar, pembeli mendapatkan sepatu yang palsu, pembeli curiga dengan toko yang menjual sepatunya. Penelitian yang berjudul “*Instagram and counterfeiting in 2019: new features, old problems*” menyatakan dalam setahun terakhir ini, ada 50 ribu akun yang mengupload 65 juta postingan Instagram dan 1,6 juta *stories* Instagram yang semuanya bermuara ke penjualan barang palsu (Millennial, 2019).

Bisnis sepatu *hypebeast* tergolong menjanjikan karena memiliki pelanggan yang setia. Para pelanggan sepatu *hypebeast* tidak sungkan untuk berburu sepatu terbaru jika dirilis di tahun tertentu. Bisnis sepatu *hypebeast* juga dapat menghasilkan omzet 1 miliar setiap bulannya karena beberapa sepatu *hypebeast* yang dijual sudah dinaikkan sekitar 15% hingga 20% dari harga awal (Linda, 2019). Oleh karena itu sepatu *hypebeast* memiliki daya minat dan pasar yang lebih kuat. Sepatu *hypebeast* juga memiliki *demand* yang lebih tinggi daripada sepatu yang biasanya, perbedaan dengan sepatu biasa adalah sepatu *hypebeast* memiliki jumlah produksi yang terbatas dan membuat harga sepatu *hypebeast* tetap meningkat dan bisa dijadikan sebagai investasi.

Sistem pendukung keputusan secara sederhana dapat didefinisikan berupa sistem yang berbasis komputer yang digunakan untuk mempermudah dalam pengambilan keputusan. Dengan sistem pendukung keputusan maka pembeli bisa lebih mudah dalam menentukan keputusannya dan akan merasa puas terhadap pilihan sepatunya. Menurut Kusumadewi, Harjoko dan Wardoyo mengungkapkan kelebihan dari metode SAW terletak pada kemampuannya untuk melakukan penilaian secara lebih tepat karena didasarkan pada nilai kriteria dan bobot preferensi yang sudah ditentukan, selain itu SAW juga dapat menyeleksi alternative terbaik dari sejumlah alternatif yang ada karena adanya proses perankingan setelah menentukan bobot untuk setiap atribut (Stem Z, 2018).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agnesdea Meity Suroso dengan mengambil judul “Sistem Pendukung Keputusan Berbasis Web untuk Pemilihan Handpone menggunakan Metode Simple Additive Weighting” membuktikan bahwa metode Simple Additive Weighting lebih efektif digunakan dalam pengambilan

keputusan sepatu *hypebeast*, maka pada penulisan skripsi ini akan dibuat sistem pendukung keputusan untuk pemilihan sepatu *hypebeast* menggunakan metode Simple Additive Weighting (SAW) untuk membantu calon pembeli yang tidak mengetahui sepatu *hypebeast* agar dapat memilih dan membeli dengan tepat dan sesuai dengan kebutuhan berdasarkan kriteria yang dibutuhkan. Penelitian ini diharapkan untuk dapat mempermudah pecinta sepatu *hypebeast* untuk memilih sepatu yang diharapkan dengan harga dan kualitas yang lebih *worth-it* sesuai dengan *budget* yang diberikan, harga sepatu yang dipilih juga berdasarkan dari *online store*, *official store*, dan *Instagram store* yang sudah *diverified*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang dan membangun sistem pendukung keputusan sepatu *hypebeast* dengan metode Simple Additive Weighting?
2. Berapa tingkat *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dari sistem pendukung keputusan penentuan sepatu *hypebeast* menggunakan kuesioner *Technology Acceptance Model (TAM)*?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan skripsi ini tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang akan dirumuskan, maka pembahasan dari topik ini dibatasi pada:

1. Sepatu ditentukan beberapa kriteria yaitu harga, fungsi, teknologi sepatu, tren.
2. Didalam penentuan sepatu jumlah data sepatu Hypebeast yang digunakan adalah dari tahun 2017 sampai yang terkini, jumlah data kurang lebih ada 90 sepatu.
3. Data sepatu akan diambil dari toko online yang sudah *diverified* dan testimoni yang terjamin yang berada di Instagram dan dari website resmi merek sepatu tersebut.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, sesuatu yang diperoleh setelah penelitian selesai, sesuatu yang akan dicapai dalam sebuah penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Merancang dan membangun sistem pendukung keputusan penentuan sepatu *hypebeast* dengan metode Simple Additive Weighting.
2. Mengukur tingkat *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dari sistem pendukung keputusan penentuan sepatu *hypebeast* menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM).

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Mempermudah pembeli dalam menentukan pilihan sepatu *hypebeast*.
2. Sebagai masukan dan informasi yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan bagi pembeli.
3. Dapat digunakan sebagai referensi sepatu *hypebeast* bagi pecinta sepatu.