

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pakaian merupakan kebutuhan sehari-hari setiap orang dalam mendukung aktivitasnya. Pakaian dapat menjadikan seseorang terlihat tampil lebih menarik berdasarkan situasi dan kondisinya. Setiap pakaian memiliki fungsinya masing-masing dalam memenuhi aspek kebutuhan sehari-hari. Selain merupakan suatu kebutuhan yang penting, pakaian merupakan salah satu ekspresi tentang cara hidup, pakaian juga dapat mencerminkan perbedaan status antar kelompok masyarakat tertentu.

Perkembangan Industri *fashion* di Indonesia saat ini bisa dibilang sangat baik dan pesat. Terbukti dari semakin bermunculannya merk pakaian dengan tema yang semakin beragam dan unik dari *outlet* pakaian. Pada setiap *outlet* pakaian memiliki karya masing-masing dalam *fashion*-nya dan memiliki karakteristiknya tersendiri. Munculnya banyak *outlet* pakaian saat ini dapat membuat seseorang bingung dalam menentukan pilihannya dalam membeli pakaian yang terdapat pada katalog di *outlet* pakaian karena terdapat banyak pilihannya. Salah satu *outlet* pakaian yang digemari anak muda zaman sekarang yaitu *clothing line*, yaitu merupakan bisnis pakaian dengan merk karya mereka sendiri yang dipasarkan melalui distro (*distribution outlet*) atau FO (*factory outlet*).

Pembelian produk dari *clothing line* pada saat ini dapat dilakukan melalui *e-commerce*, social media maupun website resmi dari *outlet* masing-masing. Membandingkan harga merupakan salah satu indikator yang akan dilakukan seseorang dalam menentukan barang yang akan dibeli setelah melihat produk yang diiklankan oleh *clothing line*. Menurut Kotler dan Armstrong (2017) harga adalah

"*the amount of money customers must pay to obtain the product.*" Yang artinya jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk Harga menjadi salah satu pertimbangan yang digunakan oleh konsumen ketika ingin membeli suatu barang atau jasa. Sebelum membeli barang atau jasa, konsumen akan mempertimbangkan apakah uang yang mereka keluarkan akan sesuai dengan kualitas dari barang atau jasa yang akan mereka dapatkan. Reza P.K. dan Augusty T.F. (2016) dalam penelitiannya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, mendapatkan kesimpulan bahwa semakin kompetitif harga, maka semakin kuat keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Refika Rahmadani dan Febryandhie Ananda (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pelanggan yang akan membeli suatu produk tentu melakukan riset untuk mengetahui harga dari sebuah produk dan membandingkan dengan produk *merk* lain, hal ini tentu akan merepotkan dikarenakan harus membandingkan satu persatu dan menutup kembali produk yang sebelumnya dicari. Penyaringan informasi produk dalam *website* dapat dilakukan dengan mudah menggunakan *Web Crawler*, yaitu sebuah program otomatis yang mengumpulkan data dari sebuah server web, *request* data (biasanya dalam bentuk HTML dan file lain yang menyusun halaman web), dan kemudian mem-*parsing* data tersebut untuk mengekstrak informasi yang diperlukan (Mitchell, 2018).

Berdasarkan hal tersebut maka dalam membandingkan harga pakaian dapat divisualisasikan menggunakan Mesin *Web Crawling Octoparse*, yaitu perangkat lunak yang menjelajahi halaman-halaman internet dengan otomatis sesuai dengan kata kunci yang dimasukkan. Informasi yang sesuai dan tepat akan dengan mudah dikumpulkan

dengan memanfaatkan Mesin *Web Crawling Octoparse* sehingga dapat memudahkan dalam pengumpulan informasi (Ramadhan, 2018). Dalam penelitian ini, diupayakan untuk dapat menghasilkan sebuah aplikasi untuk memvisualisasikan harga *clothing line* menggunakan Mesin *Web Crawling Octoparse* yang dapat membantu seseorang dalam membandingkan harga pakaian secara kompetitif pada beberapa *clothing line* dengan metode *Web Crawler*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, masalah yang akan dibahas adalah bagaimana memvisualisasikan harga *clothing line* menggunakan Mesin *Web Crawling Octoparse* untuk membandingkan harga produk sehingga seseorang dapat dengan mudah menerima informasi berdasarkan sumber informasi pemasaran yang terkontrol?.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka perancangan *Web Crawler* untuk pembandingan harga *clothing line* dibatasi pada :

1. Penelitian dilakukan hanya pada *clothing line* (Oraqle, Otsky, Don's).
2. Proses jual beli tidak dilakukan dalam sistem aplikasi *Web Crawler*, hanya menyertakan *link* dari produk tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah memudahkan calon pembeli untuk membandingkan harga pada beberapa pakaian sehingga calon pembeli mendapatkan informasi yang jelas dari sumber informasi pemasaran yang terkontrol dan menentukan produk pilihannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dari *Web Crawler* perbandingan harga pada pakaian adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan dapat melihat informasi yang disajikan dengan harga terbaik dari kompetitor dan terjangkau sesuai kebutuhan pelanggan.
2. *Outlet clothing line* dapat mengembangkan usahanya dan evaluasi sehingga dapat lebih bersaing dengan kompetitor.

Penelitian dapat dijadikan referensi untuk penelitian *Web Crawler* yang akan datang sehingga dapat lebih dikembangkan