

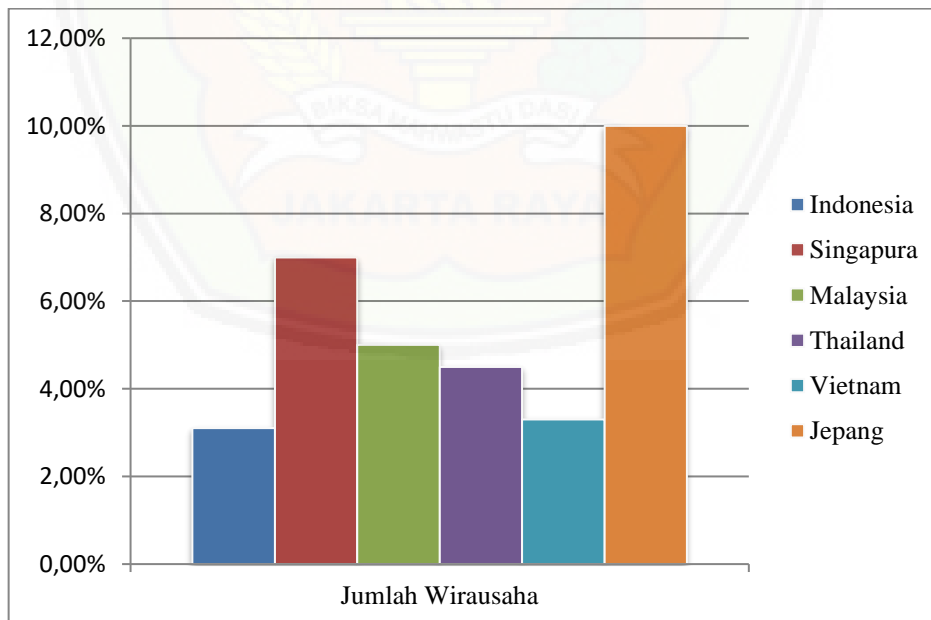
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masalah kemiskinan dan pengangguran yang jumlahnya semakin bertambah di negara-negara berkembang termasuk Indonesia membuat sebagian dari mereka adalah kaum terpelajar yang usianya masih produktif. Rendahnya produktivitas dan daya saing bangsa membuat para pengangguran juga memberi dampak pada sumber kriminalitas dan rendahnya tingkat ekonomi. Dengan menciptakan lapangan kerja dengan memaksimalkan keterampilan dan potensi angkatan kerja maka hal ini dapat menuntaskan masalah kemiskinan dan pengangguran tersebut di Indonesia.

Suatu negara akan mencapai kemakmuran apabila jumlah wirausahanya minimal adalah 2% dari total jumlah penduduknya (Davis McClelland). Berikut diagram pertumbuhan jumlah wirausaha di beberapa negara di Asia,



Gambar 1.1 Jumlah Wirausaha di beberapa Negara

Sumber : Kominfo (2018)

Pada Grafik 1.1 dapat dilihat walaupun Indonesia sudah melebihi angka 2%, tetapi dibandingkan dengan negara tetangga lainnya harus diakui Indonesia masih kalah jumlah. Sehingga Indonesia perlu untuk meningkatkan jumlah wirausahanya agar dapat meningkatkan nilai bangsa dan daya saing. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemakmuran dan nilai bangsa adalah dengan membangun bisnis *fashion* muslimah dikarenakan pangsa pasar dan kebutuhan masyarakat akan *fashion* muslimah di Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim cukup tinggi.

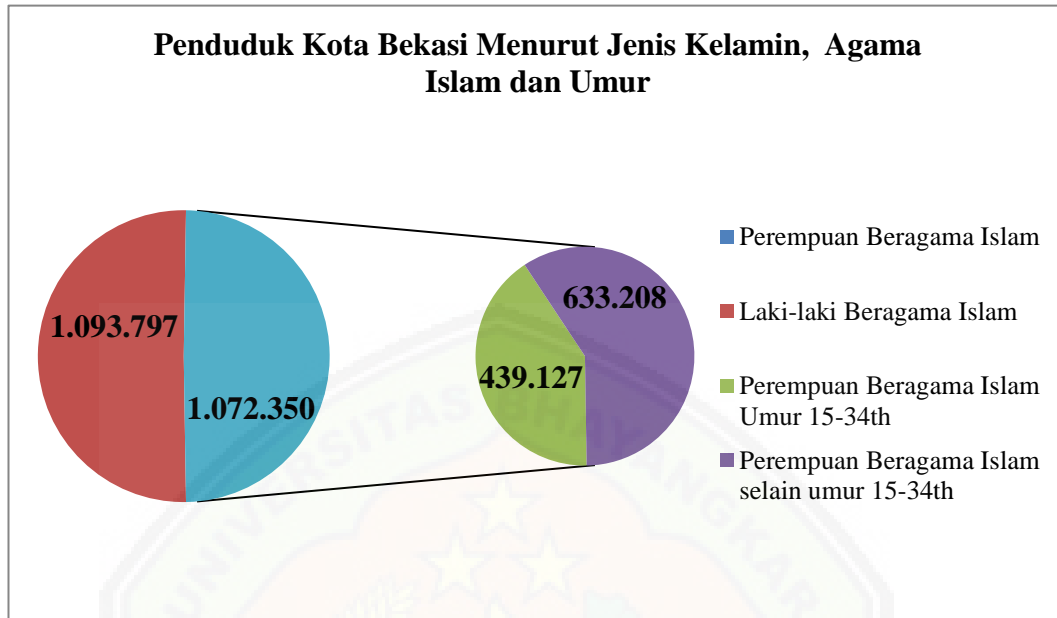
Fashion merupakan sebuah kebutuhan dan suatu hal yang digemari oleh kaum wanita. Wanita sebagai pengguna *fashion* beranggapan bahwa *fashion* dapat menunjukkan identitas diri, *style* dan menambah kepercayaan diri. Pertumbuhan bisnis *fashion* muslimah di Indonesia mulai meningkat pada tahun 2013. Berdasarkan data pada *webgbgindonesia*, *fashion* muslim untuk wanita tiap tahunnya mengalami kenaikan yang signifikan, yaitu: tahun 2014 (49.8%), tahun 2015 (50,55%), tahun 2016 (52,5%), serta estimasi tahun 2020 akan mencapai angka 60%. Melihat peluang bisnis *fashion* muslimah yang begitu besar dan kebutuhan sandang setiap individu semakin meningkat menjadikan bisnis *fashion* digemari oleh para peminat usaha.

Galery Amanah merupakan suatu usaha yang bergerak di sektor *fashion* muslimah. Produk yang ditawarkan adalah gamis, abaya, hijab syar'i, *inner* hijab, *handsock* dan produk *fashion* wanita muslim lainnya. Konsep produk yang ditawarkan Galery Amanah adalah *shari'a*, *simple and comfortable*, konsep tersebut dibawa untuk memenuhi kebutuhan muslimah yang memiliki pandangan spiritual wajibnya berhijab syar'i. Target pasar Galery Amanah adalah muslimah usia 15-34 tahun untuk semua kalangan di lapisan masyarakat. Galery Amanah direncanakan akan memiliki gudang penyimpanan di Bekasi, dan akan memasarkan produknya secara online menggunakan media seperti *Website*, *Facebook*, *Instagram*, dan *platform e-commerce* yang sedang banyak peminatnya seperti *shopee*.

Pangsa pasar bisnis *fashion* muslimah di Indonesia cukup besar dikarenakan mayoritas penduduknya adalah muslim dan menggunakan hijab untuk kaum

wanita. Berikut data penduduk Kota Bekasi berdasarkan jenis kelamin, agama islam dan kategori umur dapat dilihat pada Gambar 1.2,

Gambar 1.2 Penduduk Kota Bekasi Menurut Jenis Kelamin, Agama dan Umur



Sumber: Proyeksi Data BPS 2020

Kota Bekasi memiliki jumlah penduduk wanita muslimah mencapai 1 juta jiwa. Berdasarkan Data BPS (2020) dalam publikasinya yaitu Kota Bekasi Dalam Angka 2020 diperkirakan jumlah penduduk di Kota Bekasi adalah sebanyak 2,45 juta jiwa dengan jumlah penduduk beragama islam sekitar 88% atau sebanyak 2.166.132 jiwa dengan angka *sex ratio* adalah 101,83 yang artinya terdapat 101-102 penduduk laki laki dalam setiap 100 penduduk perempuan. Dari data tersebut diperkirakan jumlah penduduk di Kota Bekasi yang berjenis kelamin perempuan dan beragama islam adalah sebanyak 1.072.350 jiwa. Dengan demikian jika menggunakan asumsi 40,95% adalah pasar potensial yaitu muslimah dengan rentang umur 15-34 tahun, maka didapat pasar potensial *fashion* muslimah syar'i di Kota Bekasi adalah sekitar 439.127 jiwa. Asumsi 40,95% diambil dari jumlah presentase penduduk di Kota Bekasi berjenis kelamin perempuan, beragama islam dan dengan rentang umur 15-34 tahun pada data sensus penduduk 2010.

Dari penjabaran diatas diketahui jumlah muslimah Kota Bekasi yang memiliki rentang umur 15-34 tahun berjumlah sekitar 439.127 jiwa. Dari angka 439.127 ini, peneliti menetapkan 10% adalah pasar potensial pakaian syar'i

berdasarkan segmentasi industri *fashion* muslimah di Indonesia. Dengan demikian bisa didapatkan pasar potensial pakaian syar'i adalah sekitar 43.913 jiwa. "Galery Amanah" menetapkan target minimal 2% dari pasar potensial tersebut merupakan permintaan potensial yang belum terlayani oleh pesaing yaitu sekitar 878 orang. Dari perhitungan tersebut maka target permintaan potensial yang harus dicapai oleh "Galery Amanah" adalah minimal berjumlah 832 orang. Penggunaan angka 10% ini merupakan asumsi dari perkiraan muslimah yang menggunakan hijab syar'i menurut *gbgindonesi* dalam artikelnya yang berjudul "Indonesia Aiming to be the Islamic Fashion Capital by 2020" (2017), sedangkan angka 2% diambil berdasarkan asumsi peneliti dengan mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada, luas wilayah, daya beli masyarakat dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Bisnis *fashion* yang digemari banyak peminat usaha tentunya membuat semakin banyaknya kompetitor yang ada. Berdasarkan data Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat (2020) diketahui jumlah perusahaan kategori perusahaan industri pada tahun 2020 adalah berjumlah 173 perusahaan, sedangkan perusahaan dengan kategori perusahaan dagang pada tahun 2020 adalah sebanyak 294 perusahaan. Dari data tersebut diketahui semakin bertambahnya jumlah pesaing tiap tahun, semakin banyaknya pesaing maka akan semakin tingginya tingkat persaingan. Oleh sebab itu diperlukan sebuah analisis persaingan dan menentukan strategi bersaing dalam menjalankan sebuah bisnis.

Menurut hasil observasi yang dilakukan oleh "Galery Amanah" melalui media online dan masyarakat di lingkungan owner "Galery Amanah" pada akhir tahun 2019 mengenai minat masyarakat dalam membeli pakaian muslim, menunjukkan bahwa muslimah minimal membeli satu set pakaian baru dalam satu tahun, dan setiap minggunya minimal dapat menggunakan tiga pakaian yang berbeda. Dari kondisi ini dapat disimpulkan bahwa peluang pasar bisnis *fashion* muslimah berpotensi berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen, sehingga bisnis ini memiliki potensi untuk berkembang dan memberi keuntungan bagi pelaku usaha. Peluang "Galery Amanah" mencapai target yang ingin dicapai bisa diraih jika perusahaan dapat memahami kondisi pasar yang ada,

Dalam menjalankan operasional perusahaan, ada target yang harus dicapai sebuah perusahaan yaitu sebuah keuntungan atau laba. Laba dalam penjualan 1 set

pakaian muslimah saat ini adalah sebesar Rp40.000/set dengan modal yang diperlukan adalah sekitar Rp188.000/set. Dengan ini dapat diketahui profit margin saat ini adalah sebesar 21%, sedangkan perusahaan memiliki target profit margin yang ingin dicapai adalah sebesar 30% dengan melihat kualitas produk “Galery Amanah” yang baik. Dari penjabaran tersebut dapat diketahui “Galery Amanah” ingin meningkatkan profit marginnya dari 21% menjadi 30%. Keinginan perusahaan untuk mencapai target yang bisa saja dipenuhi dengan melakukan analisis kelayakan investasi.

Bisnis *fashion* muslimah juga harus memperhatikan perizinan dan ketentuan hukum di Indonesia, dengan adanya perizinan yang jelas maka akan membuat konsumen semakin tertarik dan percaya untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli produk perusahaan. Untuk membuat pelanggan membeli ulang produk sehingga meningkatkan penjualan tentunya “Galery Amanah” perlu memikirkan kepuasan pelanggan dan rasa kepercayaan pelanggan. Selain melakukan analisis kelayakan investasi pada aspek finansial, “Galery Amanah” juga perlu melakukan analisis aspek-aspek lain yang mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan. Aspek tersebut antara lain yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek pesaing, aspek teknis dan aspek hukum.

Penjabaran di atas merupakan dasar bahwa perlunya analisis kelayakan bisnis “Galery Amanah” untuk meningkatkan keuntungan yang ingin didapatkan perusahaan. Maka dari itu penulis ingin meneliti lebih lanjut apakah “Galery Amanah” layak dijalankan dan apa cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Penelitian ini biasa disebut dengan studi kelayakan bisnis, digunakan untuk meminimalisir terjadinya kegagalan dan memberikan keuntungan sepanjang masa. Dalam studi kelayakan bisnis ada beberapa aspek yang perlu dianalisis diantaranya yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek pesaing, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek finansial.

Dalam melakukan studi kelayakan ini peneliti juga menggabungkan metode studi kelayakan bisnis dengan manajemen proses bisnis atau biasa dikenal *Business Process Management* (BPM) untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih sempurna dan terarah. BPM adalah suatu pendekatan untuk mencapai tujuan

bisnis dengan mengkoordinasi proses-proses akhir dari perusahaan, menciptakan *best practices*, dan perangkat lunak perlengkapan seperti di dalam suatu sistem manajemen proses bisnis, untuk mendeskripsikan, peneliti, dan menambahkan efisiensi dari proses-proses terhadap goal bisnis (Lawler dan Barber, 2008). Sebuah proses bisnis seharusnya memiliki tujuan untuk mengefisienkan, mengefektifkan dan memudahkan proses-proses didalamnya. Sehingga proses bisnis perlu dikelola atau di-*manage* dengan baik.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Studi Kelayakan Usaha Fashion Muslimah “Galery Amanah” Menggunakan Pendekatan *Business Process Management (BPM)***”. Penulis berharap hasil penelitian ini nantinya bisa menjadi acuan peneliti dalam merintis bisnis *fashion muslimah* “Galery Amanah”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang ada, diantaranya yaitu:

1. Belum adanya tinjauan dari aspek pasar produk “Galery Amanah”, maka dari itu perlu dilakukan peninjauan pada aspek pasar dan pemasaran yaitu dengan analisis kebutuhan pasar, kondisi pasar dan strategi pemasaran.
2. Profit margin yang ada pada “Galery Amanah” saat ini masih kecil, maka dari itu diperlukan analisis kelayakan investasi untuk menentukan apakah profit margin yang diinginkan perusahaan dapat tercapai.
3. Perusahaan ingin meningkatkan keuntungan, selain dengan cara meningkatkan presentase profit margin diperlukan analisis aspek yang mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan.

Dari permasalahan diatas dapat diambil kesimpulan yaitu diperlukan sebuah penelitian menggunakan metode *Business feasibility study* (Studi kelayakan bisnis) dan *Business Process Management* (Manajemen proses bisnis/BPM) untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” layak untuk dijalankan?
2. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek pasar dan pemasaran?
3. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek pesaing?
4. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek hukum?
5. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek teknis/produksi?
6. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek finansial?
7. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari pendekatan *Business Process Management* (BPM)?
8. Alternatif apa yang akan dilakukan jika hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” tidak layak?

1.4 Batasan Masalah

Penelitian yang akan dilakukan adalah melakukan studi kelayakan bisnis “Galery Amanah” di Kota Bekasi. Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa batasan masalah yang harus diperhatikan diantaranya yaitu studi kelayakan bisnis hanya dilakukan pada aspek pasar dan pemasaran, aspek persaingan, aspek teknis/produksi, aspek finansial dan aspek hukum.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui hasil uji kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” agar dapat dijalankan.
2. Mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek pasar dan pemasaran?

3. Mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek pesaing.
4. Mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek hukum.
5. Mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek teknis/produksi.
6. Mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari aspek finansial.
7. Mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” dari pendekatan *Business Process Management* (BPM).
8. Mengetahui alternatif apa yang akan dilakukan jika hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Galery Amanah” tidak layak.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis
Dapat memberikan bantuan secara informatif mengenai studi kelayakan sebuah investasi, dan memberikan hasil deskripsi dan analisa mengenai studi kelayakan investasi yang dipaparkan pada penelitian ini.
2. Bagi investor
Dapat memberikan gambaran kepada investor tentang prospek suatu investasi, yaitu keuntungan yang akan didapat investor dari investasi dan juga resiko investasi tersebut. Sehingga dapat membantu investor dalam mengambil sebuah keputusan sebelum melakukan investasi.
3. Bagi akademisi
Dapat memberikan sumbangan penulisan mengenai pentingnya studi kelayakan usaha, khususnya bagi program studi Teknik Industri Fakultas Teknik, dan umumnya Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada sebuah bisnis *fashion* muslimah dengan merek “Galery Amanah” dengan waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2020.

1.8 Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Observasi

Dengan cara ini penulis mencari data dengan melihat langsung ke lapangan atau melalui media informasi/internet, sehingga data yang dibutuhkan dapat diperoleh secara langsung melalui peralatan yang ada dan melalui bimbingan dari para pembimbing.

2. Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha dan beberapa orang yang perlu untuk diwawancarai mengenai data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian ini.

3. Metode Studi Literatur/Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data melalui beberapa buku referensi, jurnal, modul dan beberapa data melalui internet.

1.9 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mengenai gambaran tentang materi yang akan dibahas, maka disajikan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, berisi sekitar latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, berisi tinjauan pustaka yang akan menjadi acuan bagi penulis dalam melaksanakan penelitian, pembahasan penelitian, dan kesimpulan atas hasil penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, berisi metodologi penelitian yang akan dipakai dalam pembuatan penelitian, apa yang akan diteliti, waktu penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, dan data yang akan diperoleh.

BAB IV ANALIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, berisi tentang analisis data penelitian dengan menggunakan teori-teori yang telah dituangkan dalam bagian teori dan tinjauan umum

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini, berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan harus menjawab masalah yang diangkat dalam penelitian, dan saran untuk rekomendasi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN