

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan dalam industri UMKM semakin pesat. Hal ini beriringan dengan dukungan pemerintah untuk memajukan industri UMKM di Indonesia dengan meringankan dan mempermudah dari urusan administrasi terkait pembangunan suatu usaha baru hingga rendahnya bunga pinjaman modal usaha baru. *Home industry* atau industri rumahan termasuk dalam kategori UMKM tersebut. Usaha kecil yang bermula diharapkan dapat menyerap tenaga kerja di lingkungan sekitar dan dapat menghidupkan roda perekonomiannya. *Home industry* yang merangkap tempat tinggal dengan tempat usaha ini dapat berupa usaha jasa, kantor, hingga perdagangan. Dapat kegiatan ekonomi ini dipusatkan di sekitar keluarga dan oleh karena itu disebut usaha kecil. Industri rumahan juga dapat berarti rumah yang termasuk dalam kategori usaha kecil milik keluarga ataupun kerabat bahkan sahabat dekat. Sebagaimana layaknya suatu usaha atau bisnis akan mempunyai tujuan utama yaitu memperoleh sebuah keuntungan yang maksimal dari buah suatu pengorbanan berupa keringat usaha bahkan materil di dalamnya.



Gambar 1.1 Tren Pengguna *E-commerce* di Indonesia Tahun 2017 - 2020

Sumber: Databoks (2020)

Berdasarkan gambar 1.1, terlihat bahwa peningkatan di setiap tahunnya untuk pengguna *e-commerce* dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Kenaikan terjadi di tahun 2017 ke tahun 2018 sebesar 5% dari angka 52% sampai dengan 57%. Selanjutnya kenaikan pada tahun 2018 hingga tahun 2020 sebesar 9% dari angka 57% sampai dengan 66%. Penyebab kenaikan pada tahun 2020 bisa diakibatkan dari beberapa faktor seperti salah satunya pandemi covid-19, dimana banyak orang yang mengurangi mobilitas sosialnya di setiap harinya dengan membeli kebutuhan melalui *e-commerce*.

Mengamati situasi tersebut setiap orang harus mampu melihat setiap peluang yang muncul ke permukaan pasar tanpa terikat dengan momentum tertentu atau dapat pula bermodal keterampilan untuk memperoleh keuntungan. Salah satu konsep usaha alternatif di masa saat ini yaitu bisnis *fashion* yang paling *eye catching* adalah *clothing line* yang sudah populer sejak tahun 2000-an. *Clothing line* sendiri merupakan perusahaan pakaian anak muda dengan *brand* sendiri. Mereka dijual di toko distribusi (*distribution store*) atau FO (*factory store*). Seiring kemajuan teknologi, bentuk pemasaran *clothing line* telah memasuki dunia *online*. Dan karena segmen ini ditujukan untuk konsumen yang lebih muda, tidak jarang merek pakaian bertebaran di banyak situs media sosial yang ada.

Peluang itu hadir dari adanya kebutuhan pasar yang belum dapat dipenuhi seluruhnya. Komponen tersebut membuat beberapa peluang usaha tahan terhadap kondisi krisis dan bisa dijalankan dengan baik. Justapparel merupakan usaha atau *home industry* baru hadir dalam kurun waktu berjalan 1 tahun terakhir yang ingin memenuhi kebutuhan *fashion* spesifik untuk kalangan muda saat ini. Justapparel menawarkan kaos dengan berbagai macam desain sablon dan proses penyablonan yang orisinal dibuat sendiri dengan range harga dari Rp. 75.000 -, sampai dengan Rp. 180.000 -, . *Home industry clothing line* Justapparel.id ini dalam usahanya masih terus dilakukannya inovasi dan pengembangan, usaha ini masih dalam masa pertumbuhan.

Justapparel memiliki pesaing terdekat dan juga memiliki jenis produk spesifik yang sama, dimana yang terdekat ada dua pesaing usaha yakni Jeclo Custom dan Kamikaze Clothes. Kedua pesaing tersebut memiliki karakteristik usaha *home*

*industry clothing line* yang sedikit berbeda, dimana keduanya memiliki *store offline* yang lebih dulu berdiri dan menjual produknya dalam *store offline* tersebut. Dari keterangan kedua pesaing tersebut memiliki jumlah penjualan pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Merk *Clothing* Pesaing Justapparel

<b>Merk <i>Clothing</i></b>	<b>Rata-Rata Penjualan/Bulan (Pcs)</b>	<b>Range Harga</b>
Jeclo Custom (Pesaing)	10 – 15	Rp. 65.000 - Rp. 200.000
Kamikaze Clothes (Pesaing)	15 – 25	Rp. 90.000 - Rp. 250.000
Justapparel (Yang diteliti)	6 – 8	Rp. 75.000 - Rp. 180.000

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Dari rata-rata penjualan pesaing Justapparel yang didapat dari observasi langsung menunjukkan penjualan yang cukup baik untuk setiap bulannya. Dikarenakan keduanya pesaing memiliki *store offline* yang lebih dulu berdiri dan menjual produknya dalam *store offline* tersebut. Produk Justapparel memiliki harga yang berada di antara harga pesaing sehingga dapat menjadi pilihan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Kualitas yang ditawarkan hampir sama yakni *t-shirt* cotton combed 30s dengan desain sablon masing-masing merk.

Justapparel tidak memiliki *store offline* dalam penjualannya dan hanya berfokus pada menjual produknya pada media sosial atau *market place* yang tersedia. Justapparel juga hanya membuat kaos polos dari vendor dan menjadikannya *branding* baru dengan sablon dan merk milik Justapparel. Target konsumen Justapparel yaitu pengguna instagram yang mana seiring dengan visi pemilik usaha menjangkau calon konsumen di tempat-tempat yang mereka kunjungi di dunia maya.

Tabel 1.2 Data Konten Promosi Pada Akun Instagram Justapparel

No	Bulan	Jumlah Konten Upload	Rata-rata Interest (Likes)	Percent
1	January	8	24	10%
2	February	5	70	30%
3	March	3	34	15%
4	April	2	104	45%
<b>Total</b>		18	232	100%

Sumber: Pemilik Justapparel

Dari data konten promosi yang dilakukan Justapparel yang didapat dari data pemilik usaha menunjukkan ketertarikan yang meningkat perbulannya. Data yang diambil berdasarkan tahun 2021 dari bulan januari hingga april, dikarenakan akun instagram Justapparel pada tahun 2020 sempat mengalami peretasan dan hilang dari akun *official*. Akun instagram yang terbaru dibuat pada awal tahun 2021 dan kini sudah menjangkau 1.300 lebih *followers* dan akan terus melakukan jangkauan yang lebih luas untuk menarik pelanggan-pelanggan baru.

Kehadiran industri rumahan ini diharapkan lini produk yang lebih luas dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan dan laba operasi.



Gambar 1.2 Data penjualan 2020 Justapparel

Sumber: Pemilik Justapparel (2021)

Dari data konten promosi yang dilakukan dan penjualan kaos yang ditawarkan oleh Justapparel yang menunjukkan fluktuatifnya pembelian terhadap konsumen dan tidak sama antara ketertarikan konten dengan penjualan perbulannya. Sebagai tolak ukur pendirian usaha ini adanya studi kelayakan, hal ini

dapat dijadikan sebagai pertimbangan penting dalam membangun dan mengembangkan bisnis ini. Isi studi kelayakan ditinjau dari aspek pasar, teknis dan keuangan untuk menentukan kelayakan pendirian perusahaan ini. Untuk kegiatan industri seringkali bertujuan untuk memperoleh manfaat ekonomi, maka hasil analisis diperlukan untuk menentukan apakah rencana pendirian usaha tersebut menguntungkan secara ekonomi.

Begitu juga dalam suatu usaha berbagai hambatan dari resiko pasti akan ditemui. Maka dari itu untuk meminimalisirkan semua itu, perlu dilakukan studi yang dikenal dengan studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis adalah penyelidikan terperinci untuk menentukan bisnis yang ada atau apakah bisnis itu layak. Kelangsungan hidup bisnis anda dapat dilihat dari beberapa sudut. Namun, keputusan penilaian tidak boleh hanya tentang satu aspek, tetapi atas dasar semua aspek penilaian. Produksi, kontrol dan insufisiensi keuangan masih bisa diubah. Contohnya termasuk pindah dari lokasi yang tidak tepat ke lokasi lain yang menguntungkan, menemukan sumber daya manusia yang terbatas dalam satu lini bisnis, memindahkannya ke yang lain, atau mobilitas yang ada untuk mengisi kekurangan modal. Pinjaman, tingkat bunga yang lebih tinggi, dan sumber keuangan alternatif selalu dapat dilunasi dengan tingkat bunga yang lebih rendah. Namun jika anda tidak bisa sampai ke sisi pemasaran dari sisi pasar, bisnis Anda pasti akan gagal

Ini adalah fungsi studi kelayakan yang mendeteksi kesehatan bisnis dan memprediksi serta memperkirakan kesehatan bisnis sebelum berinvestasi. Misalnya, skala efektif setiap jenis usaha sangat berbeda, seperti perdagangan roti dengan perdagangan pendidikan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Atas dasar latar belakang tersebut, identifikasi masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data pertumbuhan pengguna *e-commerce* yang mengalami kenaikan dan persaingan industri *clothing* semakin ketat yang mendasari

peneliti melakukan penelitian tentang studi kelayakan usaha dan strategi pemasaran pada *clothing online* Justapparel.

2. Berdasarkan data penjualan pada tahun 2020 yang fluktuatif dan tidak adanya kenaikan yang signifikan dalam penjualan perbulannya mendasari peneliti melakukan penelitian tentang studi kelayakan usaha dan strategi pemasaran pada *clothing online* Justapparel.
3. Justapparel atau *home industry* ini sudah berjalan tetapi belum ada penelitian atau dilakukannya mengenai studi kelayakan usaha dan memerlukan strategi pemasaran untuk kedepannya.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang didapat untuk penelitian ini yakni:

1. Bagaimana studi kelayakan usaha dengan aspek non finansial (aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan hukum) dan aspek finansial (kriteria penilaian investasi)?
2. Bagaimana hasil strategi pemasaran dengan analisis SWOT dari pendirian usaha ini yang dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pemilik usaha Justapparel?
3. Bagaimana hasil strategi pemasaran dengan analisis QSPM dari pendirian usaha ini yang dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pemilik usaha Justapparel?

### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah penelitian ini diberikan untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar tidak menyimpang dari arah dan tujuan penelitian dan tidak meluas ke pertanyaan yang menyimpang, berikut batasan masalah untuk penelitian ini:

1. Penelitian ini difokuskan tentang menentukan layak/tidaknya usaha baju bersablon secara *online* pada studi kelayakan usaha dengan aspek non finansial (aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan hukum) dan aspek finansial (kriteria penilaian investasi) serta strategi pemasaran dengan analisis SWOT dan analisis QSPM

2. Data yang diambil yaitu hanya pada bulan Januari sampai dengan Desember tahun 2020.
3. Penelitian hanya dilakukan terhadap *store online* saja dikarenakan Justapparel tidak memiliki *store offline*.
4. Dalam melakukan penelitian secara observasi langsung di tempat usaha Justapparel dan dilakukan dengan wawancara serta melakukan kuesioner dan kajian bersama dengan pemiliknya.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang dapat dicapai di dalam penelitian ini yakni:

1. Menganalisa studi kelayakan usaha dengan aspek non finansial (aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan hukum) dan aspek finansial (kriteria penilaian investasi) untuk menentukan layak/tidaknya usaha baju bersablon Justapparel ini.
2. Merencanakan pengembangan dan strategi pemasaran usaha dengan menggunakan analisis SWOT.
3. Merencanakan pengembangan dan strategi pemasaran usaha dengan menggunakan analisis QSPM.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan. selama penelitian mengenai permasalahan yang didapat dan mengenai Studi kelayakan usaha, dan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan ataupun tambahan literatur sehingga diperoleh metode yang lebih efektif untuk digunakan dalam meningkatkan kualitas usaha.
2. Penelitian dan analisis bisnis saat ini dapat digunakan dalam dokumen evaluasi *clothing online* Justapparel

3. Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak investor yang berminat pada usaha ini.

### **1.7 Tempat Dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini terletak pada rumah pribadi pemilik Justapparel di Perumahan Bumi Lestari. Blok H34 No 12. RT 05/RW 17. Tambun Selatan. Kab. Bekasi. Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan pada bulan Maret hingga Mei tahun 2021.

### **1.8 Metode Penelitian**

Metode penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dokumen yang dibutuhkan dengan cara pengamatan langsung di lokasi Justapparel yang menjadi objek penelitian dan untuk mengumpulkan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi.

### **1.9 Sistematika Penulisan**

Untuk dapat memberikan pembahasan yang jelas dan teks terstruktur berikut untuk memberikan diskusi yang jelas dan terperinci serta analisis yang baik sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan penelitian relevan serta sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menjelaskan tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori dan pemikiran yang digunakan sebagai landasan serta pemecahan masalah.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan kerangka penelitian.

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang analisis data penelitian dengan menggunakan teori-teori yang telah dituangkan dalam bagian teori dan tinjauan umum.

## **BAB V PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan harus menjawab pertanyaan yang diajukan dalam penyelidikan dan memberikan rekomendasi lebih lanjut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

