

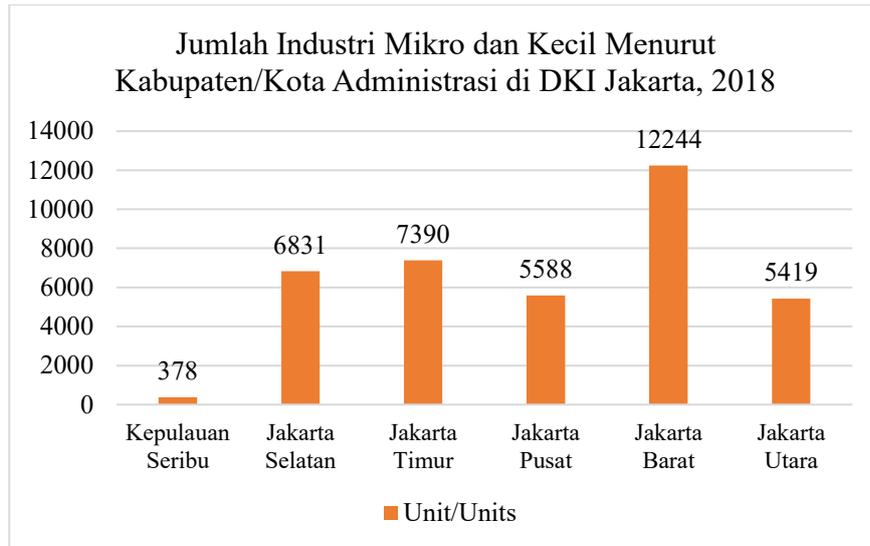
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Tren industri *fashion* semakin melekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga mempengaruhi gaya hidup anak muda dalam berpakaian. Menurut Dina Midiani, salah satu desainer ternama Tanah Air mengatakan bahwa industri *fashion* memiliki peran dalam menyumbang 40 persen dari seluruh kegiatan ekonomi kreatif di Indonesia. Hal ini membuat *fashion* menjadi penyumbang terbesar kedua pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) setelah kuliner (Yasyi, 2020).

Salah satu kota yang menjadi inspirasi dari *trend fashion* di Indonesia adalah Kota Jakarta. Menurut Ketua Indonesia *Fashion Chamber* (IFC) Jakarta *Chapter*, Hannie Hananto mengatakan bahwa, “Kota Jakarta berpotensi sebagai acuan dari inspirasi gaya hidup di tingkat nasional maupun global.” (Media, 2018). Selain itu Kota Jakarta dikenal sebagai sentra perdagangan yang dapat berperan sebagai tolak ukur atau cerminan bagi kota-kota lain di Indonesia, kemudian gaya hidup yang terus berkembang di Jakarta sebagai kota metropolitan juga selalu menarik perhatian banyak orang.

Dalam mendukung kegiatan ekonomi kreatif di Indonesia, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan salah satu penggerak roda perekonomian dalam bidang industri kreatif. Berdasarkan hasil survei Industri Mikro dan Kecil (IMK) menunjukkan jumlah UMKM di DKI Jakarta sebanyak 37.850 unit pada tahun 2018 yang tersebar di seluruh bagian DKI Jakarta. Berikut merupakan grafik yang menunjukkan sebaran dari IMK yang tersebar di seluruh kabupaten/kota administrasi pada tahun 2018.

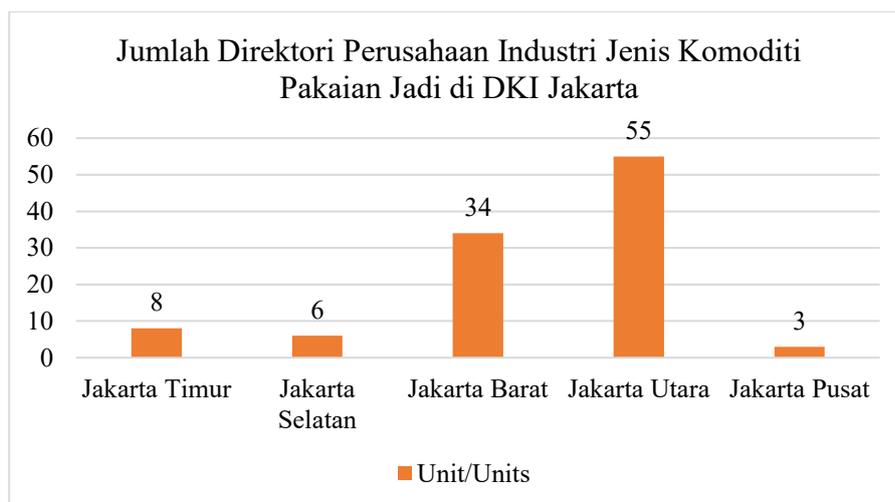


Gambar I. 1 Jumlah Industri Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten/Kota Administrasi di DKI Jakarta, 2018

(Sumber: <https://jakarta.bps.go.id/>)

Berdasarkan Gambar I. 1 jumlah IMK terbanyak berada di Jakarta Barat sebanyak 12.244 unit, dengan porsi sebesar 32,25% dari keseluruhan jumlah IMK di DKI Jakarta. Kemudian jumlah IMK terbanyak kedua berada di Jakarta Timur sebanyak 7.390 unit atau setara dengan porsi sebesar 19,52%. Kepulauan Seribu dengan jumlah IMK sebanyak 378 unit atau setara dengan porsi 1%, yang merupakan satu-satunya kabupaten administrasi dan data yang disajikan merupakan jumlah dari industri mikro.

Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita dalam siaran pers pada 6 November 2019 mengatakan bahwa, industri tekstil dan pakaian merupakan salah satu sektor manufaktur yang diprioritaskan pengembangannya dalam memasuki era industri 4.0 karena tingginya permintaan akan sentra produksi tekstil dan pakaian jadi di pasar domestik. Pernyataan ini juga didukung dengan data dari Badan Pusat Statistik, bahwa pada produksi industri pakaian jadi mengalami pertumbuhan dengan peningkatan yang signifikan sebesar 15,29% (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2020).



Gambar I. 2 Jumlah Direktori Perusahaan Industri Jenis Komoditi Pakaian Jadi di DKI Jakarta

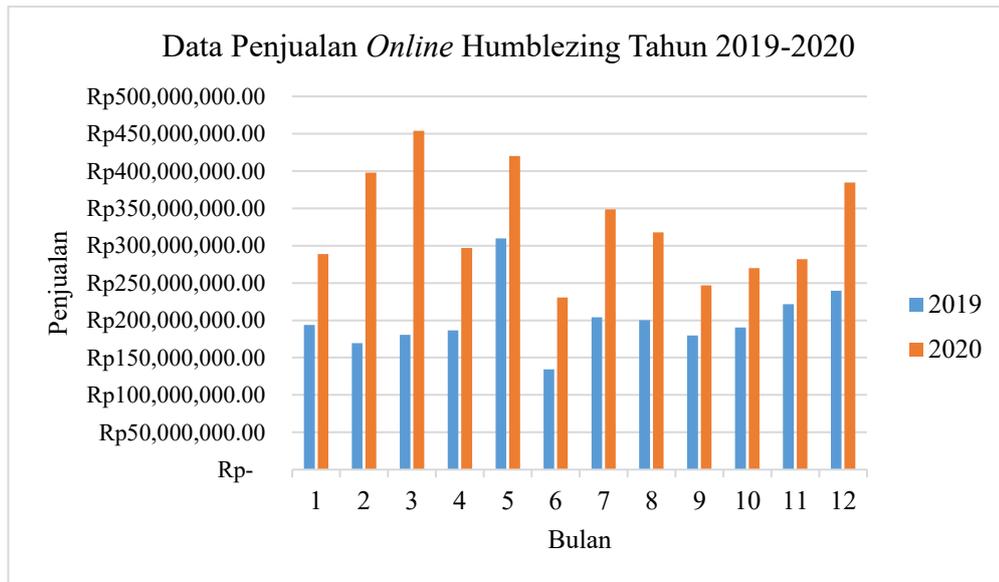
Sumber: <https://kemenperin.go.id/> (Diakses: 02 Desember, 2020)

Sedangkan berdasarkan data yang diperoleh dari Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2 Digit pada tahun 2018, sebaran dari jumlah IMK di DKI Jakarta didominasi oleh industri pakaian jadi dengan jumlah populasinya mencapai 13.369 atau 35,32% (Pusat Statistik, 2018). Gambar I. 2 menunjukkan jumlah perusahaan industri jenis komoditi pakaian jadi di beberapa bagian DKI Jakarta dimana Jakarta Utara memperoleh jumlah perusahaan industri pakaian jadi terbanyak sebanyak 55 unit, kemudian urutan kedua terbanyak dengan jumlah sebanyak 34 unit di Jakarta Barat, dan Jakarta Pusat memiliki jumlah industri pakaian jadi terendah sebanyak 3 unit.

Salah satu bentuk implementasi dari perusahaan industri jenis komoditi pakaian jadi adalah dengan adanya kehadiran lokal brand di industri *fashion* disertai dengan berdirinya *clothing line* yang menciptakan dan memproduksi sebuah label brand milik sendiri yang kemudian dijual ke masyarakat. *Clothing line* dengan merk lokal memiliki ciri khasnya masing-masing yang menjadi identitas untuk brand tersebut.

Salah satu *clothing line* dengan merk lokal asal Kota Bandung adalah Humblezing, berdiri sejak tahun 2010 oleh Ridho Khusnul (Ujang). Humblezing mengusung gaya berpakaian modern yang praktis untuk pria dan wanita yang menjadi jembatan antara aktivitas diluar ruangan dan gaya hidup perkotaan.

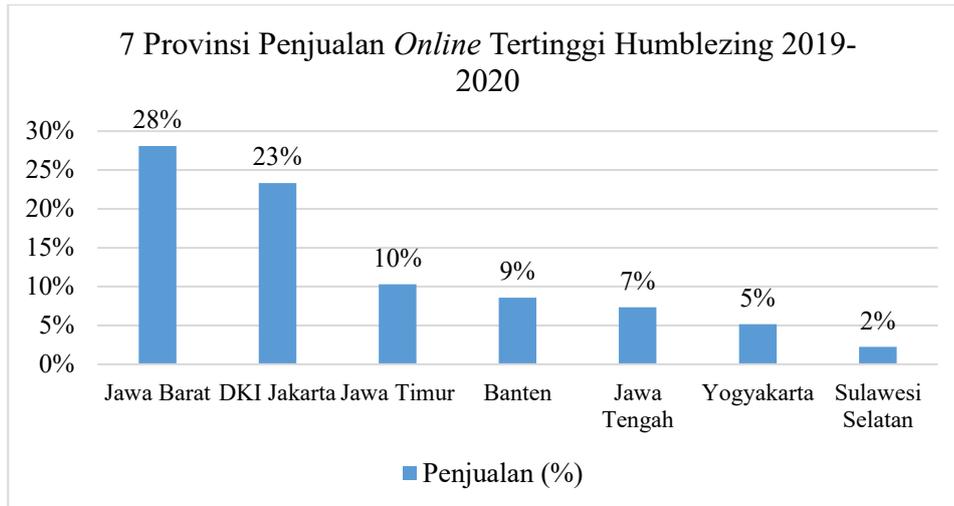
Adapun produk yang ditawarkan Humblezing seperti jaket, kaos, kemeja, celana serta aksesoris seperti topi dan tas. Selama 11 tahun menjalankan bisnisnya, Humblezing melakukan penjualan secara *online* dan *offline* yang baru berdiri sejak November 2019 dan telah memiliki toko pertama yang berlokasi di jalan Lombok No.11, Merdeka, Sumurbandung.



Gambar I. 3 Data Penjualan *Online* Humblezing Tahun 2019-2020

Sumber : (Humblezing, 2020)

Berdasarkan grafik pada Gambar I. 3 dibawah ini, menunjukkan bahwa tidak sedikit produk Humblezing yang sudah terjual di pasaran. Humblezing memanfaatkan pemasaran secara *online* melalui *Instagram*, *Website*, dan bekerjasama dengan beberapa *marketplace* ternama seperti *Shopee* dan *Tokopedia*. Humblezing menjadikan *website* sebagai *platform* untuk *customer* memesan produknya



Gambar I. 4 7 Provinsi Penjualan *Online* Tertinggi Humblezing 2019-2020

Sumber: (Humblezing, 2020)

Pernyataan ini didukung dengan grafik yang ditunjukkan pada Gambar I. 4 berdasarkan grafik tersebut dapat dilihat DKI Jakarta berada pada posisi kedua dengan persentase penjualan tertinggi setelah Jawa Barat, yaitu sebesar 23%. Dengan perencanaan ini, pemilik Humblezing memiliki pertimbangan untuk membuka cabang baru di Jakarta Selatan. Karena menurut beliau, gaya hidup penduduk di Jakarta Selatan sesuai dengan ciri khas produk Humblezing. Selain itu, Kota Jakarta dikenal sebagai kota metropolitan yang cepat mengalami perkembangan mode akan tren *fashion* anak muda (Guide, 2018).



Gambar I. 5 Laju Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Jakarta Selatan Berdasarkan Jenis Kelamin, 2017-2020

Sumber: (Pusat Statistik, 2020)

Selain itu, berdasarkan Gambar I. 5 menunjukkan jumlah penduduk Kota Jakarta Selatan sesuai kelompok umur, merepresentasikan bahwa target pasar Humblezing dinilai cukup tinggi. Dengan target pasar Humblezing adalah laki-laki dan wanita yang berada pada kelompok umur 15-29 tahun. Begitupun dengan potensi pasar dari jumlah penduduk di Kota Jakarta Selatan, sehingga menurut Ujang pemilik Humblezing jika ia mendirikan cabang *offline store* di Kota Jakarta Selatan potensi pasarnya akan lebih besar.

Untuk melakukan pengembangan usahanya Humblezing perlu melakukan perencanaan yang matang, yaitu dari segi analisis kelayakan. Terdapat beberapa aspek yang perlu ditinjau Humblezing dari segi kelayakan usaha dalam mendirikan cabang *offline store* di Jakarta Selatan, yaitu aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Menganalisis aspek pasar perlu dilakukan untuk mengukur besarnya permintaan pasar dan merancang strategi yang tepat agar memperoleh keuntungan yang maksimal serta mampu bersaing dengan para kompetitor. Kemudian dalam mendirikan cabang *offline store* di Jakarta Selatan, perlu dilakukan analisis dari aspek teknis dalam mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam menunjang kebutuhan operasional toko.

Selanjutnya dilakukan analisis dari aspek finansial untuk mengetahui kelayakan nilai investasi dan mengantisipasi risiko dari investasi yang mungkin ada dalam pengembangan bisnis Humblezing ini. Selain itu, dilakukan analisis sensitivitas dan analisis risiko untuk mengetahui kemungkinan risiko yang akan terjadi terhadap pendirian cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan, serta mengantisipasi peluang terjadinya kegagalan bisnis. Diharapkan hasil dari tugas akhir kelayakan ini dapat membantu Ujang selaku pemilik Humblezing dalam menentukan pengambilan keputusan yang tepat.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, Humblezing berencana untuk melakukan pengembangan terhadap usahanya dengan mendirikan cabang *offline store* di Jakarta Selatan, sehingga perlu dilakukan analisis studi kelayakan terhadap pengembangan yang akan dilakukan Humblezing. Berikut merupakan perumusan masalah pada tugas akhir ini:

1. Bagaimana mengukur besarnya permintaan pasar pada pembukaan cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan?
2. Bagaimana merancang aspek teknis dan operasional pembukaan cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan?
3. Bagaimana mengukur kelayakan finansial pembukaan cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan?
4. Bagaimana tingkat sensitivitas dan tingkat risiko pembukaan cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Tugas akhir ini bertujuan untuk:

1. Mengukur besarnya permintaan pasar pada pembukaan cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan,
2. Merancang teknis dan operasional pembukaan cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan,
3. Mengukur kelayakan finansial pembukaan cabang *offline store* Humblezing di Jakarta Selatan,
4. Mengukur tingkat sensitivitas dan tingkat risiko pembukaan cabang *offline store* di Jakarta Selatan.

I.4 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Batasan dan asumsi yang digunakan selama pengerjaan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat suku bunga MARR mengacu pada selama periode pengerjaan tugas akhir, sebesar 11,25% sesuai Suku Bunga Dasar Kredit (SBDK) mikro acuan Bank Mandiri,
2. Pengembangan bisnis ini direncanakan akan diimplementasikan di tahun 2022 setelah pandemi COVID-19 berakhir,
3. Tingkat inflasi mengacu pada laju inflasi pada tahun 2020 selama periode pengerjaan tugas akhir yaitu sebesar 1,23%,
4. Kondisi ekonomi dan politik selama periode tugas akhir diasumsikan stabil.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini:

1. Bagi perusahaan, memberikan masukan dalam melakukan pertimbangan dengan mendirikan cabang *offline store* di Jakarta Selatan,
2. Bagi peneliti, tugas akhir ini bermanfaat dalam memperoleh informasi terkait perancangan bisnis serta studi kelayakan Humblezing dalam mendirikan cabang *offline store* di Jakarta Selatan,
3. Bagi pembaca, memperoleh wawasan terkait studi kelayakan bisnis.

I.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai konteks permasalahan, latar belakang permasalahan, perumusan masalah yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dengan menciptakan sistem terintegrasi yang terdiri dari manusia dengan material, fasilitas dan informasi, batasan dan asumsi tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi studi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diambil dan dibahas pula hasil-hasil referensi buku, penelitian atau referensi lainnya yang dapat digunakan untuk merancang dan menyelesaikan masalah. Pada akhir bab ini, terdapat analisis pemilihan *tools* yang digunakan dalam melakukan pengolahan data untuk dapat menjawab permasalahan yang ada.

Bab III Metodologi Penyelesaian Masalah

Metodologi penyelesaian merupakan penjelasan model konseptual dan kerangka sistematika penelitian yang telah dipilih pada bab Tinjauan Pustaka. Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah tugas akhir secara rinci meliputi: tahap merumuskan dan mengidentifikasi masalah, melakukan studi literatur dan studi lapangan, merancang

pengumpulan dan pengolahan data, merancang analisis pengolahan data dalam rangka perancangan sistem terintegrasi untuk penyelesaian permasalahan.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Seluruh kegiatan dalam rangka perancangan sistem terintegrasi untuk penyelesaian masalah dapat dicantumkan pada bab ini. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa pengumpulan dan pengolahan data, pengujian data, dan perancangan solusi.

Bab V Analisis Hasil dan Evaluasi

Pada bab ini, disajikan hasil rancangan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi atau verifikasi, sehingga hasil tersebut apakah telah benar-benar menyelesaikan masalah atau menurunkan gap antara kondisi eksisting dan target yang akan dicapai. Analisis sensitifitas juga digunakan di bab ini untuk lebih mengetahui hasil tugas akhir dapat diterapkan baik secara khusus di lapangan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penyelesaian masalah yang dilakukan serta jawaban dari rumusan permasalahan yang ada pada bagian pendahuluan. Serta terdapat manfaat bagi pihak perusahaan. Saran dari solusi dikemukakan pada bab ini untuk tugas akhir selanjutnya.