

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis pakaian di Indonesia adalah salah satu bidang yang paling banyak dilirik oleh para calon pebisnis. Selain karena memiliki prospek pasar yang menjanjikan, bisnis pakaian juga terdiri dari berbagai macam konsep yang bisa dipilih. Salah satu konsep yang cukup menarik untuk dicoba adalah bisnis pakaian alias *clothing line*. *Clothing line* adalah bisnis yang mengacu pada usaha menciptakan sebuah merek fesyen yang memproduksi desain fesyen sendiri. Dari kaca mata bisnis, usaha *clothing line* memang banyak peminatnya karena peluang untuk menghasilkan keuntungan sangatlah besar. Bisnis *clothing line* sendiri sangat beragam mulai dari yang kecil seperti distro hingga yang besar seperti yang ada di mall. *Clothing Line* adalah kebutuhan utama manusia, sehingga kapanpun dan di mana pun bisnis ini akan tetap selalu ada. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar, bisnis *clothing line* semakin hari semakin berkembang. Untuk membuat penasaran masyarakat, banyak juga inovasi bisnis baru yang membuat masyarakat tertarik untuk mencoba karena desain dan model nya yang unik. Banyak cara yang pelaku bisnis lakukan untuk memasarkan produknya seperti menonjolkan ciri khas dari produknya seperti desain, model, hingga bahan yang nyaman agar menjadi produk yang dapat digunakan oleh konsumen setiap harinya.

Bandung terkenal dengan beberapa lokasi yang dipenuhi dengan gerai Distro atau *Factory Outlet* (FO) seperti jalan Cihampelas dan jalan Trunojoyo selain di kedua jalan tersebut sebenarnya masih banyak gerai distro atau FO yang ada di Kota Bandung yang jumlahnya bisa mencapai puluhan bahkan ratusan. Namun adanya internet mendorong kreativitas penggiat di bidang *clothing line* untuk memulai bisnis mereka hanya melalui internet, jadi tidak jarang saat ini ada *clothing line* yang tidak memiliki toko secara fisik. Skala usaha dari tiap merek *clothing line* pun berbeda beda, terdapat usaha yang hanya mencakup wilayah lokal sebatas di Bandung saja hingga usaha *clothing line* dengan distributor hingga ke luar negeri.

Produk yang ditawarkan oleh *clothing line* di Bandung bisa dibilang sangat beragam. *Clothing line* di Bandung bisa menjual kaos sampai dengan sepatu dengan merek atau label yang sama namun tidak jarang ada *clothing line* yang memfokuskan produknya pada salah satu item fesyen seperti sepatu, kaos, topi ataupun item fesyen lainnya. Harga yang ditawarkan pun sangatlah beragam, harga tersebut bisa sangat bervariasi tergantung dari merek ataupun material yang digunakan oleh produsen tersebut. Kualitas produk fesyen di Bandung pun

terkenal sangat baik, hal ini tidak terlepas dari dukungan pihak ketiga yang membantu proses bisnis *clothing line* di Bandung seperti adanya sentra sablon suci, pengrajin sepatu di Cibaduyut dan juga masih banyak lokasi lain yang menjadi vendor pendukung bagi para pelaku bisnis *clothing line*. *Clothing line* lokal yang terdapat di Kota Bandung, dapat dilihat pada Tabel 1.1.

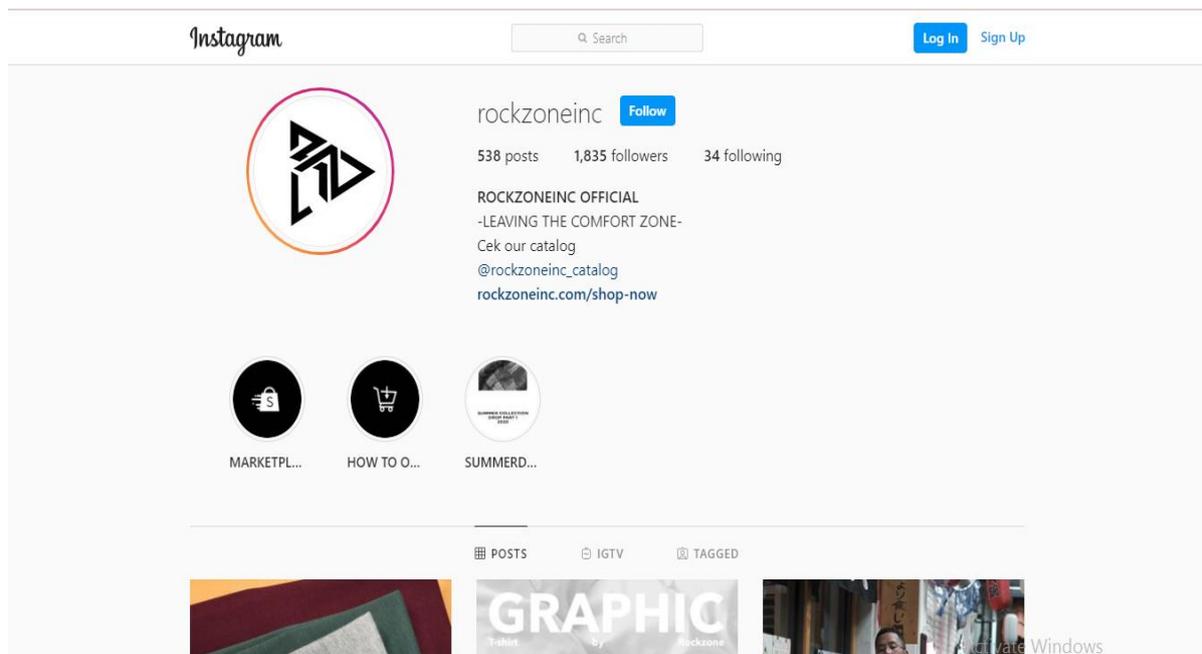
Table 1. 1 *Clothing line* Lokal Wilayah Kota Bandung

No	Nama <i>Clothing Line</i>	Produk Unggulan
1	Unkl347	Pakaian Pria dan aksesorisnya
2	Black ID	Pakaian Pria dan aksesorisnya
3	Based Club	Pakaian Pria dan aksesorisnya
4	Arena	Pakaian Pria dan aksesorisnya
5	Evil Army	Pakaian Pria dan aksesorisnya
6	RSCH	Pakaian Pria dan aksesorisnya
7	Bloods	Pakaian Pria dan aksesorisnya
8	Flashy	Pakaian wanita dan aksesorisnya
9	Cosmic	Pakaian Pria dan aksesorisnya
10	Adorable Project	Pakaian wanita dan aksesorisnya
11	Kick Denim	Produk denim, pakaian serta aksesorisnya
12	4 Eastern Wolves	Perhiasan pria, pakaian dan aksesorisnya
13	PMP Denim	Produk denim, pakaian serta aksesorisnya
14	SMITH	Pakaian pria dan aksesorisnya
15	Geoff Max	Sepatu, pakaian dan aksesorisnya
16	Rockzoneinc	Pakaian Pria dan aksesorisnya

Tabel 1.1 memperlihatkan beberapa contoh *clothing line* di Kota Bandung. Banyaknya jumlah pesaing di Kota Bandung, membuat salah satu merek *clothing line* yaitu Rockzoneinc terdorong untuk mencari cara agar dapat bersaing di bisnis *clothing line* ini guna meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke tempatnya.

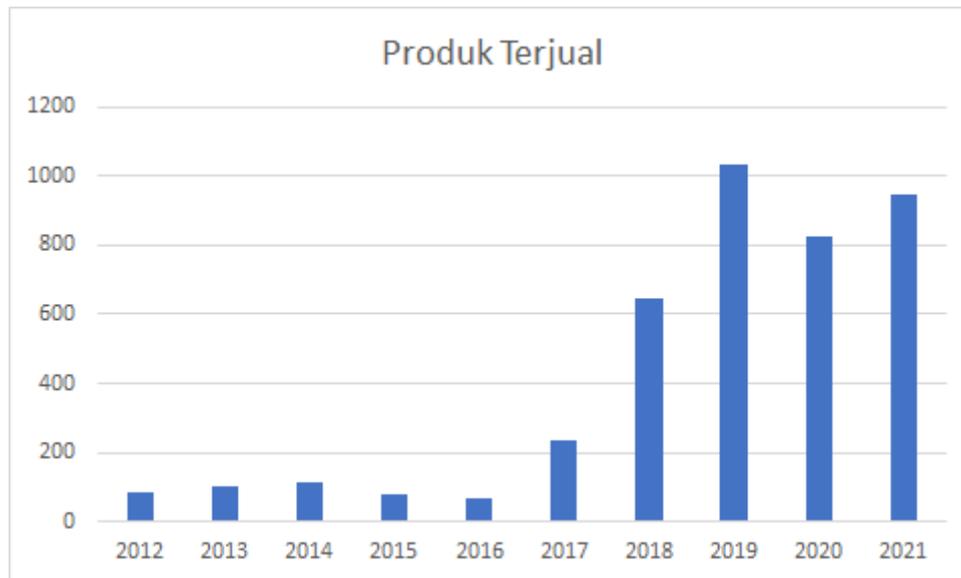
Rockzoneinc merupakan perusahaan *clothing line* yang berdiri sejak tahun 2012 pada bulan Juni akan tetapi Rockzoneinc baru memasarkan produknya secara online pada bulan Agustus 2020, dan terletak di Jl.Paledang No.1, Lengkong Kecil, Kota Bandung, Jawa Barat.

Rockzoneinc menggunakan media salah satunya ialah Instagram dalam penyebaran informasi. Konten yang disajikan oleh Rockzoneinc adalah produk – produk yang mereka jual. Rockzoneinc mendapatkan *followers* sebanyak seribu delapan ratus tiga puluh lima, beberapa kalangan Indonesia yang memiliki Instagram mengikuti akun tersebut hanya untuk mengetahui informasi terkait Rockzoneinc. Rockzoneinc membuat kontennya dengan kreativitas tinggi dan serba modern. Profil Instagram dari Rockzoneinc yaitu 538 *post*, 1.835 *followers*, dan 34 *following*, dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Akun Resmi Instagram Rockzoneinc

Penjualan produk Rockzoneinc ke seluruh Indonesia pada tahun 2012 sebanyak 86 buah dan di tahun 2013 Rockzoneinc menjual produk sebanyak 105 buah, di tahun 2014 penjualan Rockzoneinc meningkat sebanyak 113 buah dan di tahun 2015 dan 2016 terjadi penurunan jumlah produk terjual sebanyak 66 buah. Di tahun 2017 penjualan kembali meningkat sebanyak 236 buah dan di tahun 2018 penjualan tetap meningkat sebanyak 645 buah dan di tahun 2019 menjadi rekor penjualan terbanyak sampai saat ini sebanyak 1034 buah dan terjadi penurunan penjualan di tahun 2020 dikarenakan pandemi COVID-19 sebanyak 824 buah dan kembali meningkat di tahun 2022 sebanyak 945 buah. Penjualan produk dapat dilihat pada Gambar 1.2.



Gambar 1. 2 Jumlah Produk Terjual

Akan tetapi Rockzoneinc menghadapi banyak kendala seperti terhambatnya pesanan dikirim, orderan tidak sesuai dengan stock yang tersedia, desain konsep yang masih belum jelas sehingga perlu adanya strategi yang jelas untuk *value proposition*. Selain itu pada blok *Key Activities* terdapat keluhan pelanggan yang disampaikan seperti pesanan yang tidak sesuai atau pesanan terlambat sehingga pelanggan membutuhkan waktu lebih untuk menggunakan produk yang telah dipesan. Dengan mempunyai produk yang berciri khas dengan bahan *Superior Soft Cotton* membuat model bisnis Rockzoneinc mempertimbangkan perlu ada tindak lanjut untuk merancang model bisnisnya dengan menemukan dan memahami karakter (ciri khas), nilai yang akan ditawarkan kepada konsumen serta memahami segmen konsumen sehingga dapat bertahan dalam persaingan dalam dunia bisnis *clothing line*. Keluhan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1. 3 Keluhan pelanggan terhadap Rockzoneinc

Memperhatikan masalah di atas, guna meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pasar, maka model bisnis yang sesuai menggunakan pendekatan model bisnis kanvas. Bisnis model kanvas tidak hanya digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saat ini, namun juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru dan dilanjutkan usulan strategi berdasarkan *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) seperti lingkungan eksternal dan internal perusahaan dan memaksimalkan kekuatan serta peluang untuk dapat meminimalisir kelemahan ancaman dari luar.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kondisi eksisting dan model bisnis eksisting Rockzoneinc ?
2. Merancang usulan model bisnis pada Rockzoneinc menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi pada perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini antara lain

1. Mengidentifikasi kondisi eksisting dan model bisnis eksisting Rockzoneinc;
2. Merancang usulan model bisnis untuk Rockzoneinc menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC);

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian untuk dunia akademik antara lain :

1. Manfaat dari penelitian ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan Tugas Akhir;
2. Sebagai referensi dan dapat memberikan kontribusi dalam pembuatan penelitian dan kajian mengenai analisis dan rancangan *Business Model Canvas* pada usaha *clothing line* yang lainnya.

Manfaat penelitian untuk perusahaan antara lain :

1. Memberikan usulan strategi yang dapat diimplementasikan terhadap model bisnis Rockzoneinc.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan penelitian kali ini dalam penelitian ini

1. Batasan yang dilakukan di Rockzoneinc dan hanya sampai dengan tahap pengujian model bisnis berdasarkan strategi usulan yang telah dirumuskan;

2. Tidak sampai pada tahap implementasi menggunakan model bisnis usulan.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari dan mendukung permasalahan yang dibahas. bab ini juga membahas teori serta konsep yang berhubungan secara rinci.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian yang digunakan secara rinci mengenai sistematika pemecahan masalah dan model konseptual yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan tahapan proses pengumpulan data serta pengolahan data yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini.

BAB V ANALISIS

Bab ini menjelaskan mengenai analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang telah didapatkan pada bab sebelumnya guna mencapai tujuan penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan akhir dari penelitian yang berisi uraian dan penjelasan kesimpulan dari seluruh tahapan dan proses yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan bagi penelitian selanjutnya.