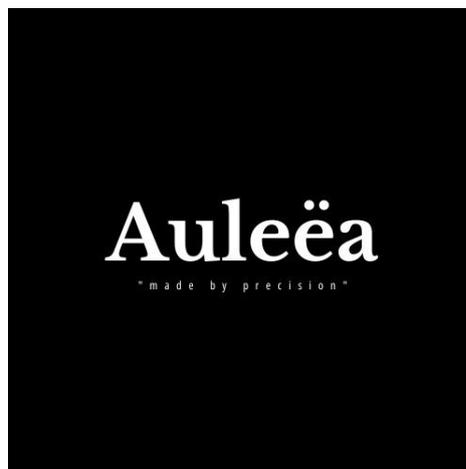


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Auleea.os merupakan bisnis Usaha Mikro yang diluncurkan pada bulan Agustus 2020 bertepatan dengan kondisi pandemi, sehingga usaha mikro ini bergerak di bidang *clothing line* secara digital melalui sosial media dan *e-commerce*. Pemilik bisnis usaha mikro ini merupakan seorang mahasiswi yang masih berstatus sebagai mahasiswa aktif di salah satu universitas di kota Surabaya. Kategori pemilik bisnis Auleea.os ini termasuk sebagai *solopreneur* dimana semua aktivitas bisnis dimulai dari pencarian tempat konveksi dan bahan hingga promosi dilakukan dengan sendiri. Logo Auleea.os dapat dilihat pada gambar 1.1.



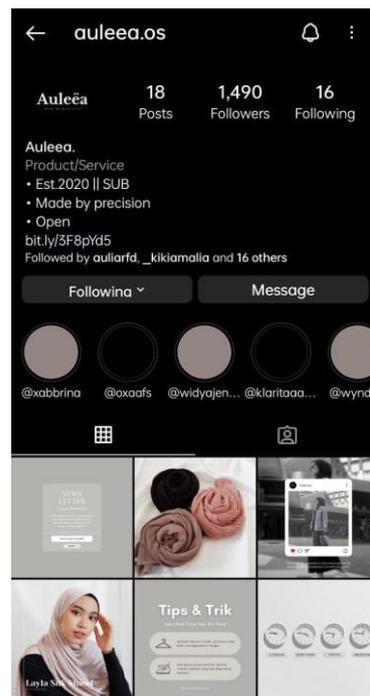
Gambar 1.1 Logo Auleea.os

Sumber : (Auleea.os, 2022)

Produk yang ditawarkan Auleea.os untuk saat ini masih berupa fashion muslim wanita yang elegan dan modern, segmen pasar utama dari produk ini merupakan wanita dari segala umur yang memiliki ketertarikan besar pada fashion masa kini. produk favorit dari auleea.os untuk saat ini adalah hijab pashmina jersey

instant dan sahara premium voal serta pashmina full plisket juga yang sangat laku dipasaran.

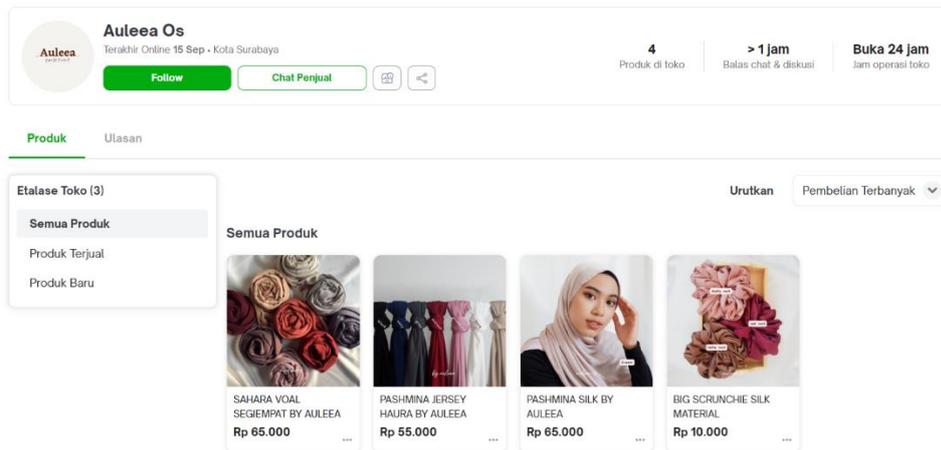
Auleea.os hingga saat ini sedang dalam proses pengembangan bisnis, dengan terus membangun citra merek dan minat konsumen di pasar, salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menambah berbagai varian produk untuk dapat menarik minat calon konsumen. Auleea.os menawarkan produknya melalui katalog yang tersedia di media sosial instagram. karakteristik produk dan desain dikemas dalam postingan yang menarik pada halaman sosial media instagramnya. Selain menggunakan instagram, auleea.os juga menggunakan e-commerce shopee dan tokopedia untuk merambah jaringan pasar yang luas. Instagram Auleea.os dapat dilihat pada gambar 1.2.



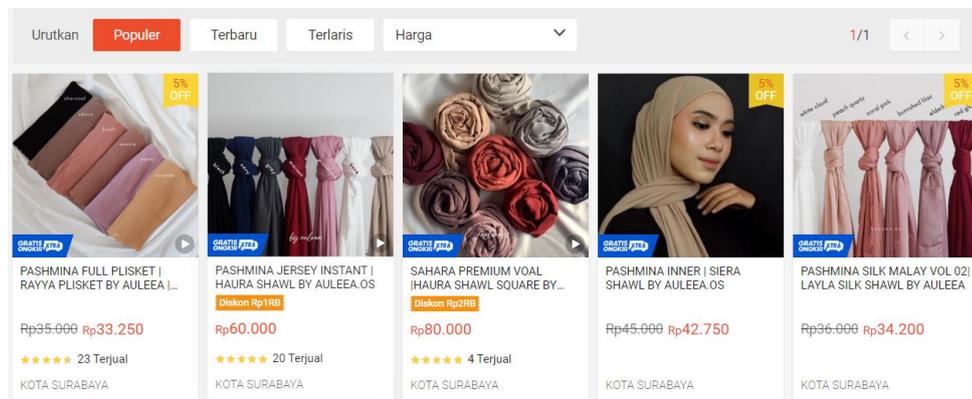
Gambar 1.2 Instagram Auleea.os

Instagram Auleea.os saat ini sudah cukup banyak memiliki pengikut yaitu sebanyak 1490 pengikut seperti yang telah dicantumkan pada gambar 1.2. Hal ini bisa didapatkan karena strategi bisnis yang dilakukan oleh auleea.os itu sendiri salah satunya adalah dengan menggunakan metode promosi kepada influencer

(endorsement) yang memiliki banyak pengikut. Pada halaman tampilan *e-commerce* postingan produk dari Auleea.os juga diatur dengan rapi sehingga dapat meningkatkan ketertarikan pada calon pelanggannya. Produk populer *e-commerce* Auleea.os dapat dilihat pada gambar 1.3 dan 1.4



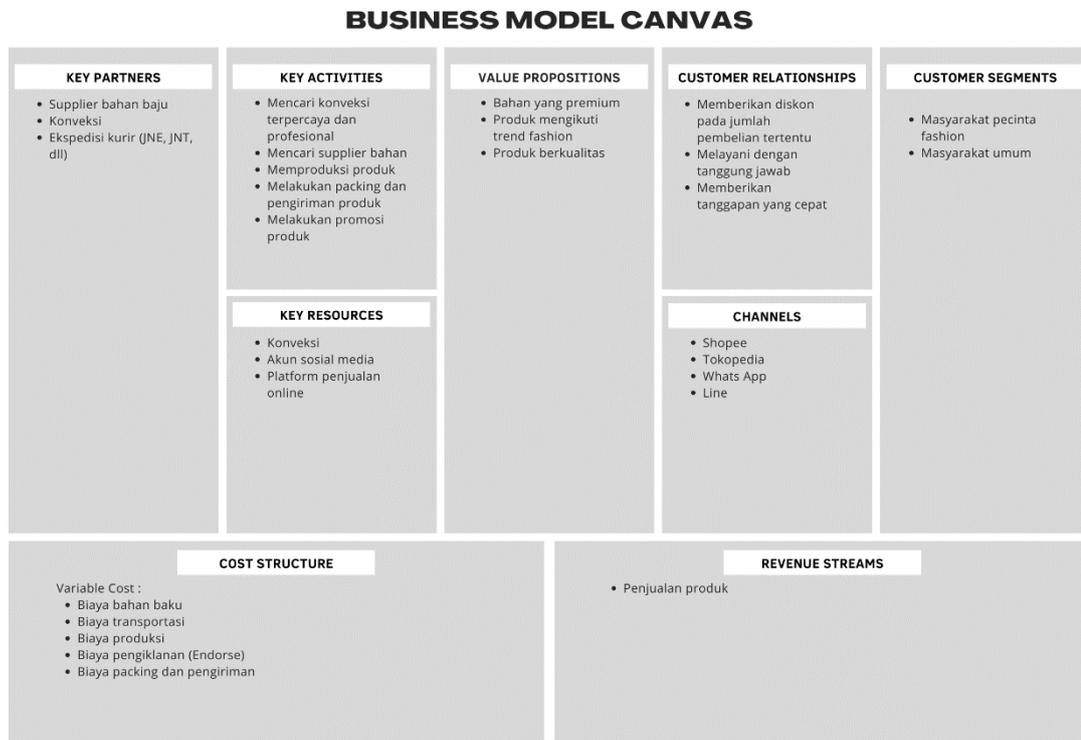
Gambar 1.3 Produk Terpopuler Auleea.os di Tokopedia



Gambar 1. 4 Produk Terpopuler Auleea.os di Shopee

Selama tahun 2022-2022 Auleea.os telah melakukan penjualan produk melalui beberapa *channel*, seperti pada Instagram yang akan dilanjutkan ke Whatsapp atau Line untuk melakukan pembelian dan pembayaran secara transfer manual pada bank yang telah disediakan. Sedangkan pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia transaksi pembelian yang tercatat sebanyak 90 transaksi, yang didominasi oleh pembelian pashmina dengan bahan plisket. Saat ini Auleea.os memiliki total 8 produk jenis hijab, 1 produk jenis pakaian wanita dan 1 aksesoris

fashion wanita yaitu scrunchie. *Business Model Canvas* (BMC) Auleea.os dapat dilihat pada gambar 1.5.



Gambar 1.5 *Business Model Canvas* Auleea.os

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia Sektor Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) telah muncul sebagai salah satu bagian terpenting dari perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah dari waktu ke waktu. Jumlah itu setara dengan 99,99% dari seluruh perusahaan Indonesia. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Mikro menemukan bahwa jumlah usaha mikro kecil dan menengah mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah itu meningkat 1,98% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 64,19 juta unit. Di sisi lain, perusahaan besar hanya berjumlah 5.637 atau 0,001%. Secara spesifik sebanyak 64,19 juta unit merupakan usaha mikro, angka ini setara dengan 98,67 juta dari seluruh UMKM di Indonesia. Sebanyak 798.679 unit merupakan usaha kecil, persentase itu adalah 1,22% dari seluruh UMKM di tanah air. Sedangkan perusahaan menengah hanya mengelola 65.465 unit. Jumlah ini setara dengan 0,1% dari seluruh UMKM di

Indonesia (Kemenkop Ukm, 2019). Dengan banyaknya UMKM tersebut maka persaingan pasar bisnis akan semakin ketat.

Pada setiap periode krisis, UMKM bisa pulih dengan signifikan, bersifat resilien, dan bahkan menjadi *buffer*. Kontribusi UMKM sendiri tercatat mencapai kisaran 61% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja. Walaupun tercatat UMKM dapat pulih dengan signifikan tetapi masih terdapat UMKM yang tidak dapat bertahan dalam merintis usahanya. *World bank* dan Bappenas melaporkan pada tahun 2020 sekitar 75% usaha mengalami penurunan keuntungan selama pandemi, 43% mengalami penurunan biaya SDM, dan 22% kesulitan membayar pinjaman (Ekon.go.id, 2021).

Data yang diperoleh dari Kemenkeu menunjukkan bahwa di awal tahun 2020 UMKM sempat mengalami penurunan dengan kontribusi pada PDB 37,3% dan serapan tenaga kerja 73%, tetapi hal ini dapat dipulihkan dengan cepat sehingga di tahun 2021 UMKM kembali naik dengan kontribusinya pada PDB menjadi 61,9% dan serapan tenaga kerja mencapai sebesar 97%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa UMKM dapat pulih secara signifikan namun tidak semua UMKM dapat pulih dan berkembang pesat bahkan mengalami penurunan (Ekon.go.id, 2021).

Pandemi Covid-19 telah memukul perekonomian dunia, termasuk di Indonesia. Pada krisis saat ini UMKM ikut terlibat dalam guncangan ekonomi yang menyebabkan penurunan jumlah permintaan barang dan jasa dalam perekonomian secara signifikan. Kontribusi UMKM sendiri tercatat mencapai kisaran 61% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja. Dengan keterlibatan yang sedemikian besar, kejatuhan UMKM akan memberikan dampak besar meningkatnya kemiskinan serta memperlebar kesenjangan sosial antara masyarakat miskin dan menengah/kaya. Pemerintah berupaya keras untuk membantu meringankan beban UMKM. Berbagai usaha diupayakan untuk UMKM sebagai bagian dari Program Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (PC-PEN). Dana yang diberikan melalui anggaran untuk dukungan UMKM, pada tahun 2020 diberikan sebesar Rp 112,44 triliun dan Rp 184,83 triliun pada tahun 2021 (Ekon.go.id, 2021).

UMKM di Indonesia memiliki berbagai sektor, salah satunya adalah sektor industri tekstil dan produk tekstil, sektor ini terus memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Menurut Menperin Agus industri tekstil dan produk tekstil memiliki peranan yang strategis dalam proses industrialisasi. Karena input dan output industri tekstil dan produk tekstil memiliki ketertarikan kuat dengan industri lain maupun sektor ekonomi lain, mulai dari bahan baku sampai dengan barang jadi dan pakaian jadi. Mengingat besarnya peranan dan kontribusi yang dilakukan maka pemerintah memacu utilitas industri tekstil agar kembali ke tingkat utilisasi sebelum pandemi sehingga dapat menopang ekspor nasional (Kemenperin.go.id, 2022).

Nilai ekspor industri tekstil dan produk tekstil pada tahun 2022 sendiri naik secara signifikan sebesar 28% dibanding tahun 2021. Investasi industri juga mengalami kenaikan sebesar 6,4% sampai triwulan I tahun 2022 (Kemenperin.go.id, 2022). Tabel jumlah Perusahaan Mikro Pakaian Jadi dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah Perusahaan Mikro Pakaian Jadi

KBLI 2 Digit (Deskripsi)	Jumlah Perusahaan Menurut 2-digit KBLI (Unit)		
	Mikro		
	2020	2019	2018
Pakaian Jadi	557.436	586.412	537.606
JUMLAH	3.909.718	4.127.108	3.998.337

Sumber : (BPS, 2022)

Berdasarkan data yang telah tertera dan diolah oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa dari tahun 2018-2019 industri tekstil dan produksi tekstil telah mengalami kenaikan sebanyak 48.806 unit dan dari tahun 2019-2020 mengalami penurunan sebesar 28.976 unit. Jumlah UMKM yang tercatat di Jawa Timur pada industri tekstil dan pakaian jadi pada tahun 2020 sebanyak 92.265 unit (Jatim BPS, 2020). Sehingga pemerintah perlu memperhatikan dan tetap mendukung perkembangan UMKM agar dapat bertahan dan bersaing dalam pasar.

Industri tekstil dan pakaian jadi merupakan salah satu sektor yang mendapat prioritas pengembangan karena memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia (Kemenperin, 2022). Namun, pandemi covid-19 telah merubah lingkungan UMKM secara signifikan. Digitalisasi di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Nilai transaksi uang elektronik pada tahun 2021 meningkat hingga 66,65% dalam setahun dan mencapai RP 34,6 triliun. Tidak hanya uang elektronik melainkan nilai transaksi digital banking juga bereskalasi 62,82% menjadi Rp 4.314,3 triliun. Sementara, nominal transaksi QRIS meningkat 260%. Tentunya perkembangan digitalisasi dapat menjadi sebuah peluang besar untuk merubah mekanisme kinerja UMKM agar dapat ikut serta dalam ekonomi berbasis digital yang semakin maju (BI, 2022).

Selama pandemi Covid-19 penggunaan aplikasi media sosial dan *e-commerce* meningkat hal ini berkorelasi dengan meningkatnya transaksi penjualan para UMKM. Dengan kata lain, UMKM yang berhasil bertahan dan melakukan transaksi penjualan selama pandemi ini adalah yang berhasil memanfaatkan media sosial dan platform digital penjualan pada usaha mereka (Detak, Sriyono, dan Sarwenda, 2020). Dengan digitalisasi para pelaku usaha sangat memerlukan inovasi baru untuk disisipkan pada produk, tujuannya yaitu untuk dapat mempertahankan hasil penjualan. Dengan adanya inovasi baru maka diperlukannya sebuah riset atau validasi untuk perkembangan pasar.

Validasi inovasi model bisnis sangat penting untuk dilakukan karena bertujuan untuk mengetahui apakah ide inovasi produk mempunyai target pasar dan dapat diterima oleh pasar. Ada beberapa cara untuk melakukan pengujian validasi model bisnis, salah satunya yaitu menggunakan proses pengujian yang biasa disebut *testing business ideas* atau pengujian ide bisnis yang berpedoman pada buku Osterwalder dan Pigneur (2019) dengan menggunakan pedoman *testing* ini diharapkan dapat mempermudah menentukan *value* sebuah perusahaan dan meminimalisir resiko dalam menyesuaikan target pasar.

1.3 Perumusan Masalah

Auleea.os merupakan usaha mikro di bidang fashion *clothing line* yang didirikan sejak tahun 2020 di Kota Surabaya, tentunya bukan hal yang mudah dalam membangun usaha yang dapat bertahan hingga saat ini, dengan sengitnya persaingan antar bisnis dan perkembangan zaman yang mengharuskan untuk mengikuti tren yang ada. Auleea.os yang didirikan disaat pandemi Covid-19 sedang berlangsung di Indonesia membuat Auleea.os harus memahami perilaku berbelanja konsumen, selain itu tren fashion yang kian marak juga menjadi perhitungan tersendiri.

Tantangan utama yang dihadapi Auleea.os saat ini yaitu, kurangnya pengetahuan mengenai target pasar, bagaimana produk tersebut dapat diterima oleh kalangan masyarakat umum dan apa produk yang akan diminati oleh konsumen secara luas. Dari berbagai macam produk tentunya Auleea.os terus berinovasi dalam mengembangkan produk tersebut, namun inovasi yang dilakukan hanya berasal dari pemikiran pemilik Auleea.os sehingga hasil dari inovasi tersebut belum dilakukan pengembangan inovasi lebih lanjut sebelum ditawarkan langsung kepada pelanggan yang dituju.

Untuk mengefisiensikan usahanya kembali Auleea.os memutuskan untuk membuat inovasi pada produk yang akan ditawarkan pada konsumennya. Salah satu perubahan dari *value* yang ditawarkan adalah dengan mengganti produk busana fashion menjadi busana fashion adaptif yang nantinya akan mempermudah pekerjaan target pelanggan yang dituju. Maka dari itu diperlukannya validasi model bisnis dari produk yang akan dikembangkan Auleea.os kepada calon pelanggan agar dapat mengurangi asumsi-asumsi yang beresiko dan menghasilkan produk yang tepat dan sesuai dengan keinginan target pasar. Dengan demikian, penulis ingin mengetahui model bisnis inovasi Auleea.os dengan melakukan penelitian berjudul **“Validasi Model Bisnis Usaha Mikro pada Industri Pakaian Jadi (Studi Kasus Pada Auleea.os di Kota Surabaya)”**.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan perumusan masalah diatas, maka peneliti menentukan pertanyaan pada penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana inovasi *Business Model Canvas* Auleea.os?
2. Bagaimana asumsi yang beresiko pada *Business Model Canvas* Auleea.os?
3. Bagaimana tindak lanjut dari hasil temuan Validasi Model Bisnis pada Auleea.os?

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah, maka peneliti memiliki tujuan untuk penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui model bisnis dari inovasi produk dan layanan yang dikembangkan Auleea.os.
2. Untuk mengetahui asumsi-asumsi dari inovasi model bisnis Auleea.os yang dianggap paling beresiko dan memerlukan validasi.
3. Untuk Mengetahui tindak lanjutan dari hasil penemuan validasi model bisnis inovasi produk Auleea.os.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan secara langsung maupun tidak langsung, dalam hal ini terdapat dua aspek yaitu :

- a. Ilmu Pengetahuan
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengetahuan dan informasi bagi dunia pendidikan khususnya pada teori validasi model bisnis yang belum banyak diketahui atau hipotesis yang akan dilakukan secara nyata oleh pelaku usaha khususnya usaha mikro. Proses dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan validasi model bisnis pada pelaku usaha serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.
- b. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai *business model canvas*, inovasi pengembangan bisnis dan validasi model bisnis, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini. Temuan pada hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi dasar dan rujukan teori penelitian yang sama selanjutnya, dan diharapkan penelitian ini dapat membawa wawasan dan pengetahuan yang luas mengenai bidang tersebut.

1.6.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi pelaku usaha Auleea.os dan pelaku usaha sejenis maupun tidak sejenis untuk mengembangkan bisnis atau inovasi yang dapat menentukan strategi usaha yang memberikan dampak pada peningkatan bisnis usaha dan daya saing.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan penjelasan secara umum serta menggambarkan isi dari penelitian. Bab ini mencakup: gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, pertanyaan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan hipotesis jika diperlukan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan teori disertai penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran, serta diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan dalam menganalisis temuan dan menjawab masalah penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil dari penelitian dan pembahasan yang dijabarkan secara sistematis. Setiap pembahasan dimulai dari hasil

analisis data kemudian di interpretasikan dan dilanjut dengan penarikan kesimpulan

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan kesimpulan dalam bentuk jawaban dari pernyataan penelitian, serta dijadikan saran yang terkait dengan manfaat penelitian.