

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era yang serba digital saat ini, banyak orang menggunakan teknologi digital untuk membuka bisnis. Ini termasuk menggunakan *website* dan media social. Pemakaian internet saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam dunia bisnis. Ketika teknologi informasi berkembang, internet menjadi alat penting untuk berbagi data dan informasi. Sangat banyak digunakan di berbagai industry, terutama yang membutuhkan pertukaran data cepat antara berbagai tempat. Dunia bisnis sangat dipengaruhi oleh internet, banyak bisnis berhasil menjual barang dan jasa melalui internet. Internet tampaknya menawarkan tantangan baru bagi orang-orang yang sudah ada serta mereka ingin membangun produk atau bisnis baru. *Startup* adalah jenis perusahaan yang dirancang untuk berkembang pesat dan merupakan salah satu jenis bisnis yang menggunakan media *online* (Graham, 2012). Namun, setelah gelombang dot-com, istilah startup menjadi lebih populer di seluruh dunia. Jadi, perusahaan baru yang menggunakan teknologi media untuk memulai bisnisnya disebut *startup*.

Gaya hidup tidak terpengaruh oleh tren masyarakat yang sedang berkembang. Salah satunya adalah mode yang berarti bahwa seseorang harus berpakaian sesuai dengan mode atau tren saat ini. Karena citra diri sangat penting bagi manusia untuk memberikan kesan pada lingkungan sosialnya, *fashion* saat ini menjadi salah satu cara seseorang menunjukkan citra diri atau kepribadiannya melalui pakaian yang mereka kenakan. Saat ini, pakaian bekas sedang populer di kalangan masyarakat, terutama di kalangan remaja. Yang menariknya terdapat *Online Thrift Shop*, yang merupakan salah satu bisnis yang sedang populer dengan menjual pakaian bekas secara *online*. Pakaian yang dijual di toko ini adalah pakaian yang sudah pernah dipakai oleh seseorang yang masih berkualitas tinggi dan memiliki ciri unik

Jual beli pakaian bekas sebenarnya sudah ada sejak lama, tetapi baru-baru ini menjadi lebih populer di kalangan remaja. *Thrift shopping* adalah istilah untuk aktivitas ini. Berbeda dengan masa lalu, kebiasaan belanja hemat sekarang bahkan telah masuk ke media *online*, termasuk media social dan platform belanja *online*.

Sebenarnya ini adalah cara belanja yang bertujuan untuk menghemat, dengan barang yang dibeli sebagai barang. Pakaian yang sudah tidak digunakan atau bekas biasanya disebut sebagai *second hand*, tetapi pakaian yang dibeli dari *thrift shop* ini biasanya berkualitas dan masih layak pakai. Sebenarnya kegiatan *thrift shop* saat ini cukup bertolak belakang dengan pengertian *thrift shop* yang dikemukakan oleh Parsons pada tahun 2016, menurutnya *thrift shop* merupakan salah satu kegiatan amal untuk menggalang dana. Berikut merupakan kutipan Parsons (2016) mengenai *thrift shop* atau *store*, “itu adalah sebuah toko yang menjual barang yang telah disumbangkan dimana keuntungan yang didapat digunakan untuk tujuan beramal”. Sebaliknya tujuan *thrift shop* saat ini bukan hanya untuk mengumpulkan uang. Namun, pada saat ini *thrift shopping* telah menjadi gaya hidup bagi beberapa orang. Pada awalnya, orang-orang ini mungkin merasa malu karena membeli barang bekas. Namun, remaja, terutama mahasiswa mulai tertarik pada *thrift shop* ini pada tahun 2017.

Melakukan *thrift shopping* adalah kegiatan yang menarik bagi mahasiswa karena tidak hanya dapat menghemat uang, tetapi juga menguji pembeli untuk memilih pakaian yang masih bagus dan sesuai saat ini. Karena harga pakaian di *thrift shop* sangat murah, ini dapat mengasah kreativitas pelaku dan membuat mereka tidak khawatir tentang jumlah uang yang harus mereka keluarkan. Selain itu, kegiatan ini dianggap memiliki lebih banyak manfaat daripada efek negatifnya. Selain itu, kegiatan ini dapat membantu orang dalam bernegosiasi, karena jika mereka pandai bernegosiasi, harga yang mereka beli juga akan lebih murah. Baik dalam negeri maupun di luar negeri, gaya hidup *thrift shopping* ini sudah sangat populer.

Berawal dari kebutuhan inilah yang menjadi pertimbangan awal kami untuk membuka usaha pakaian bekas yang masih layak pakai. Pemilihan bisnis ini juga mempertimbangkan perkembangan teknologi yang cepat dan fakta bahwa tidak semua orang mampu membeli pakaian dengan merek terkenal. Bisnis ini menawarkan solusi bagi mereka yang ingin tetap modis dengan menggunakan barang bekas, yang biasanya tersedia dengan harga yang cukup murah. Selain itu, limbah tekstil pasti akan meningkat karena keinginan untuk mengikuti tren dunia mode tidak akan habis. Sehingga munculah sebuah ide bisnis yang bernama *Startup NoMinus*, merupakan sebuah platform berbasis teknologi dimana pengguna dapat menjual dan membeli pakaian baru maupun *pre-loved*. No Minus menawarkan berbagai produk, termasuk pakaian pria, wanita, dan anak-anak

Kita tahu pada tahun 2024 jumlah *startup* di Indonesia mencapai 2.562 dan ada di posisi ke 6 yang ada didunia. Dilansir dari *Katadata.co.id*, hal ini dibuktikan dengan posisi Indonesia di no 6 sebagai pencetak *startup* di dunia.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Startup Di Indonesia Pada Tahun 2024

Sumber: Kadata (2024)

Dapat dilihat dari data diatas Indonesia mempunyai banyak *Startup* yang pada tahun 2024 sebanyak 2.562. Dengan pertumbuhan *Startup* yang signifikan, pastinya terdapat tantangan besar dalam pengembangan bisnis *startup* melihat persaingan *startup* sekarang yang begitu ketat, oleh karena itu diharapkan penelitian ini dapat membantu *startup* NoMinus dalam mengembangkan bisnis nya agar dapat bersaing di pasar yang begitu kompetitif dan juga dengan penelitian ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen terhadap *startup* NoMinus. Salah satu *tools* yang digunakan untuk membantu penelitian ini adalah menggunakan analisis Swot. Menurut Freddy Rangkuti(2016), analisis SWOT adalah analisis yang digunakan secara rasional untuk menentukan kekuatan, kelemahan, dan ancaman suatu organisasi sambil meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Dengan mengelompokkan masing-masing kontribusi, situasi dan kondisi perusahaan dianggap sebagai factor masukan. Dalam analisis SWOT, factor *internal* terdiri dari dari kekuatan dan kelemahan, sedangkan factor *eksternal* terdiri dari peluang dan ancaman.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan banyaknya pelanggan dan peminat di industry *fashion* ini, mungkin ada peluang bagi *Start Up No Minus*. Meskipun demikian, ini juga menunjukkan bahwa ada banyak *competitor* dari *No Minus* yang melihat hal serupa, oleh karena itu *No Minus* harus mempertahankan bisnis dengan segala jenis ancaman dan mengambil peluang yang ada, dengan cara menggunakan alat bantu Analisa SWOT.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, bisa dilihat belum adanya stratifikasi bisnis yang baik dan kurangnya pemetaan menggunakan model keberlanjutan perusahaan *Start Up No Minus*. Selanjutnya, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT dari *Start Up No Minus*?
2. Bagaimana rumusan strategi pengembangan untuk *Start Up No Minus*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Mengetahui Analisis SWOT pada *Start Up No Minus*
2. Merumuskan Strategi Pengembangan Bisnis untuk *Start Up No Minus*

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa ide, studi dan penelitian tentang strategi pengembangan bisnis untuk analisis, pemetaan dan pengembangan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu *Start Up NoMinus* sebagai strategi untuk terus meningkatkan kinerja bisnisnya dan menjadi *market leader* di industry serupa.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bagaimana *Start Up Nominus* dapat membangun bisnis baru dengan menggunakan metode analisis SWOT. Hasil analisa SWOT akan digunakan sebagai dasar untuk membuat strategi baru.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Tugas akhir ini disusun sebagai berikut untuk memudahkan pemahaman penelitian ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat pengantar dari penelitian seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang informasi mengenai dasar teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menyediakan pengetahuan mengenai teori yang relevan dengan penelitian tentang strategi pengembangan bisnis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode, alat dan tekenik penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan serta menganalisis data penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dari analisis berupa pengolahan data SWOT dan strategi pengembangan bisnis.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan hasil dari penelitian.