

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Menurut Riyanto dan Zulbahri (2009), busana memiliki pengertian sebagai bahan tekstil atau bahan lainnya yang sudah dijahit atau tidak dijahit yang dipakaikan atau disampirkan untuk menutup tubuh seseorang. Pakaian merupakan salah satu jenis produk *fashion*.

Menurut UNESCO (*The United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization*) yang merupakan organisasi pendidikan, ilmu pengetahuan dan kebudayaan perserikatan bangsa-bangsa, menetapkan empat kota di Indonesia yang masuk ke dalam daftar jaringan kota kreatif diantaranya adalah Bandung, Pekalongan, Ambon, dan Jakarta.

Tabel I. 1 Daftar Kota Jaringan Kreatif Menurut UNESCO

No	Kota	Industri Kreatif
1	Bandung, Jawa Barat	Fashion, Desain Grafis, Media Digital
2	Pekalongan, Jawa Tengah	Kerajinan Tangan
3	Ambon, Maluku	Musik
4	Jakarta, DKI Jakarta	Penerbitan

(Sumber: *Creative Cities Network UNESCO*, 2022)

Kota Bandung memiliki tiga industri kreatif yang cukup produktif salah satunya adalah industri *fashion*.

Industri *fashion* kota Bandung memberikan kontribusi kedua terbanyak setelah industri kuliner terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) pada tahun 2022. Berdasarkan data PDRB, industri *fashion* mengalami penurunan dan kenaikan, dimana pada tahun 2020 berkontribusi 17,6%, tahun 2021 mengalami penurunan sehingga berkontribusi 14,08%, dan mengalami kenaikan pada tahun 2022 dengan kontribusi 17,0%. Berikut merupakan tabel Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) di Kota Bandung:

Tabel I. 2 Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandung

No	Industri Kreatif	Kontribusi PDRB					
		2020		2021		2022	
		Rp	%	Rp	%	Rp	%
1	Kuliner	Rp 23.472.307.387	41,4%	Rp 49.905.969.490	43,72%	Rp52.019.412.243	41,0%
2	Fashion	Rp 9.978.565.495	17,6%	Rp 16.080.768.980	14,08%	Rp21.569.024.589	17,0%
3	Kerajinan	Rp 8.561.155.593	15,1%	Rp 10.170.688.435	8,91%	Rp18.904.615.669	14,9%
4	Periklanan	Rp 3.016.248.195	5,32%	Rp 8.305.034.367	7,28%	Rp 7.866.350.144	6,2%
5	Desain	Rp 2.522.989.562	4,45%	Rp 2.522.989.562	5,39%	Rp 4.131.804.918	3,4%
6	Aplikasi dan Game Developer	Rp 1.882.320.302	3,32%	Rp 5.375.175.655	4,71%	Rp 4.440.681.533	3,5%
7	Penerbitan dan Percetakan	Rp 1.814.284.628	3,2%	Rp 4.283.989.793	3,75%	Rp 3.045.038.765	2,4%
8	Arsitektur	Rp 1.428.749.145	2,52%	Rp 4.134.446.695	3,62%	Rp 3.806.298.457	3,0%
9	Musik	Rp 1.207.633.206	2,13%	Rp 3.824.179.411	3,35%	Rp 4.313.804.918	3,4%
10	Televisi dan Radio	Rp 1.048.883.301	1,85%	Rp 2.136.827.023	1,87%	Rp 2.156.902.495	1,7%
11	Film Video dan Animasi	Rp 639.499.620	1,12%	Rp 1.343.794.235	1,18%	Rp 1.268.766.152	1,0%
12	Layanan Komputer dan Perangkat Lunak	Rp 483.919.354	0,85%	Rp 1.040.637.861	0,91%	Rp 1.141.889.537	0,9%
13	Pasar dan Barang Seni	Rp 255.133.775	0,45%	Rp 685.870.805	0,60%	Rp 1.268.766.152	1,0%
14	Fotografi	Rp 192.767.741	0,34%	Rp 250.431.983	0,22%	Rp 253.753.230	0,2%
15	Permainan Interaktif	Rp 130.401.707	0,23%	Rp 337.392.321	0,30%	Rp 380.629.846	0,3%
16	Seni Pertunjukan	Rp 68.035.673	0,12%	Rp 124.467.644	0,11%	Rp 126.876.615	0,1%

(Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2022)

Berdasarkan data-data diatas, tentunya hal tersebut menjadi kesempatan yang bagus bagi para pelaku usaha yang bergerak dibidang industri tekstil atau *fashion*. Menurut Rhino (2024), secara umum peluang keberhasilan membuka toko fisik di Kota Bandung diperkirakan sekitar 50-70%, tergantung pada sebaik apa toko dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi pasar lokal serta bersaing dengan kompetitor yang sudah ada. Selain itu untuk harga eceran rata-rata baju muslim wanita yang dijual di kota Bandung untuk tahun 2020-2021 sebesar Rp349.900. Berikut ini merupakan tabel dari harga rata-rata eceran pakaian muslim wanita yang ada di Kota Bandung:

Tabel I.3 Harga Eceran Baju Muslim Wanita di Kota Bandung

Bulan dan Rata-Rata	Harga Konsumen/Eceran Baju Muslim Wanita di Kota Bandung			
	2020		2021	
Januari	Rp	349.900	Rp	349.900
Februari	Rp	349.900	Rp	349.900
Maret	Rp	349.900	Rp	349.900
April	Rp	349.900	Rp	349.900
Mei	Rp	349.900	Rp	349.900
Juni	Rp	349.900	Rp	349.900
Juli	Rp	349.900	Rp	349.900
Agustus	Rp	349.900	Rp	349.900
September	Rp	349.900	Rp	349.900
Oktober	Rp	349.900	Rp	349.900
November	Rp	349.900	Rp	349.900
Desember	Rp	349.900	Rp	349.900

(Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2022)

Pada tanggal 4 Oktober terjadi penutupan sementara TiktokShop oleh pemerintah Indonesia, namun dibuka kembali pada tanggal 12 Desember

dengan Tiktok menggandeng Tokopedia sebagai mitra bisnis dalam aktivitas penjualan. Penutupan Tiktok tersebut oleh pemerintah Indonesia dikarenakan *platform social commerce* hanya boleh mempromosikan barang atau jasa, dilarang untuk membuka fasilitas transaksi (jual-beli dengan pengguna). Informasi tersebut didapatkan dari penuturan Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan pada saat wawancara dengan media masa pada tanggal 25 September tahun 2023 (Liputan 6, 2023).

Menurut informasi mengenai wawancara dengan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (MenKopUKM) pada tanggal 20 September 2023, Teten Masduki mengatakan bahwa sekitar 56% total *revenue* pasar *e-commerce* dikuasai asing. Berdasarkan riset *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF), hampir 90% dari 400 perusahaan *e-commerce* di Indonesia dikuasai produk impor. Hal tersebut memberikan gambaran mengenai penjualan *online* masih dikuasai oleh pihak asing daripada pelaku usaha dalam negeri. Sehingga, perlu adanya antisipasi dari penyingkiran pelaku usaha dalam negeri yang dilakukan oleh pihak asing dan dapat mengakibatkan kebangkrutan atau gulung tikar apabila tidak dapat bersaing dengan pihak asing (Liputan 6, 2023).

Zamar Project merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang *fashion*. Fokus usaha ini adalah menjual pakaian muslim wanita dewasa dan anak. Usaha ini berdiri sejak tahun 2017. Sejak tahun 2017 hingga saat ini, aktivitas bisnisnya berada pada penjualan *online*. Media penjualan yang digunakan diantaranya Shopee, TiktokShop, dan *live* Facebook. Aktivitas bisnisnya berada dikediaman pemilik, mulai dari proses produksi (konveksi) hingga proses penjualan, yaitu di Kp. Pasar Kemis RT 05 RW 18, Kelurahan Menggahang, Kecamatan Buah Batu, Kabupaten Bandung.

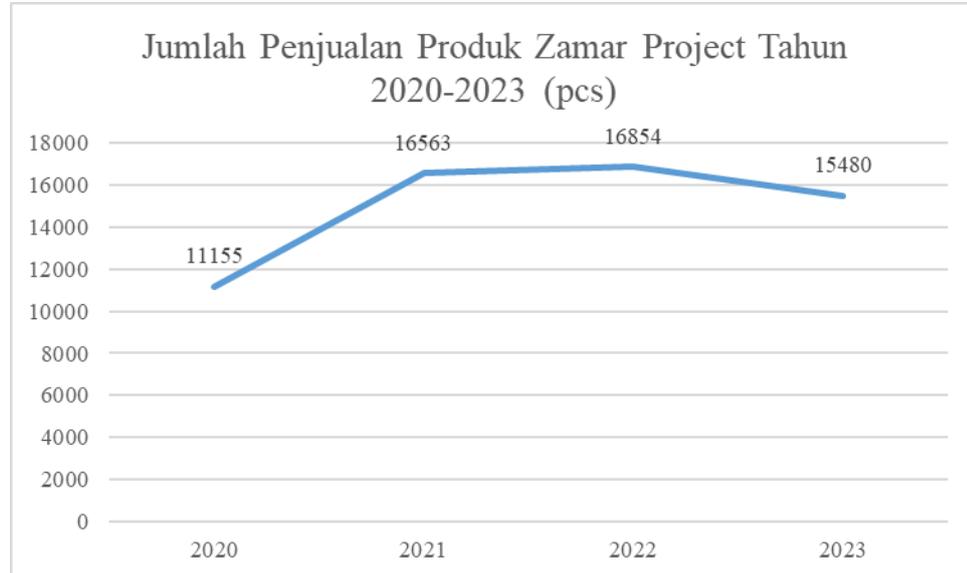
Saat ini produk yang dijual adalah Gamis Dewasa, Set Syari, *One Set* Dewasa, dan Gamis Anak. Berbeda dengan harga pakaian muslim yang biasanya dijual, produk dari Zamar Project memiliki harga yang relatif berada di bawah harga rata-rata. Gamis Dewasa dijual dengan *range* harga Rp55.000-Rp200.000, Set Syari dijual dengan *range* harga Rp120.000-Rp200.000, *One Set* Dewasa dijual

dengan *range* harga Rp75.000-Rp200.000, dan Gamis Anak dijual dengan *range* harga Rp45.000-Rp150.000.

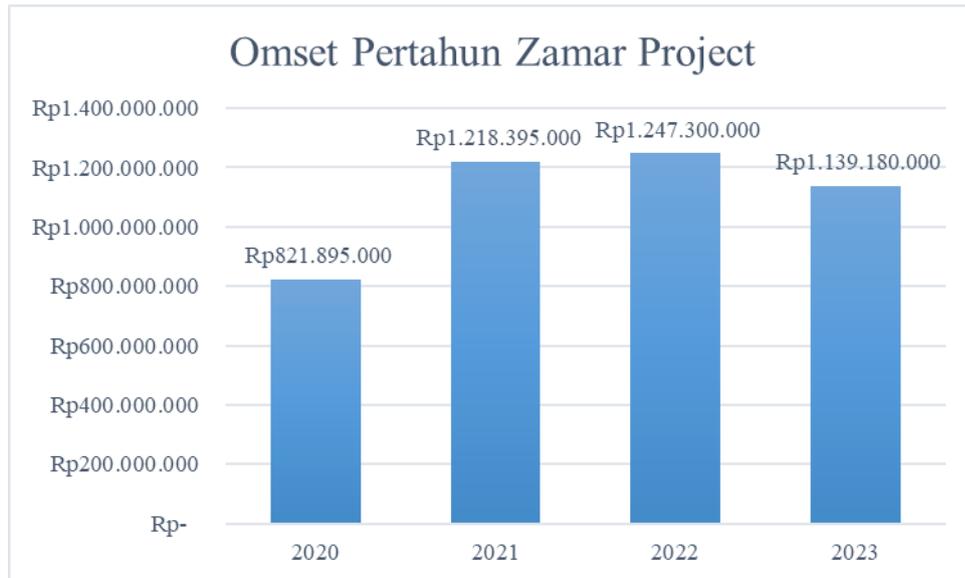


Gambar I. 1 Contoh Produk Zamar Project

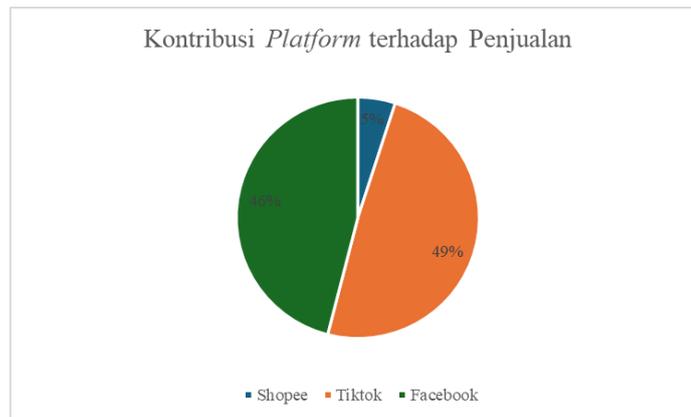
Kurang lebih enam tahun berjalan usaha ini mengalami peningkatan dan penurunan permintaan konsumen terhadap pakaian muslim yang dijual. Berdasarkan data penjualan yang didapatkan, dapat diketahui bahwa penjualan terus meningkat pada tahun 2020-2022, namun terjadi penurunan permintaan pada tahun 2023. Berikut merupakan grafik penjualan untuk periode 2020-2023:



Gambar I. 2 Jumlah Penjualan Zamar Project Tahun 2020-2023



Gambar I. 3 Omset Pertahun Zamar Project

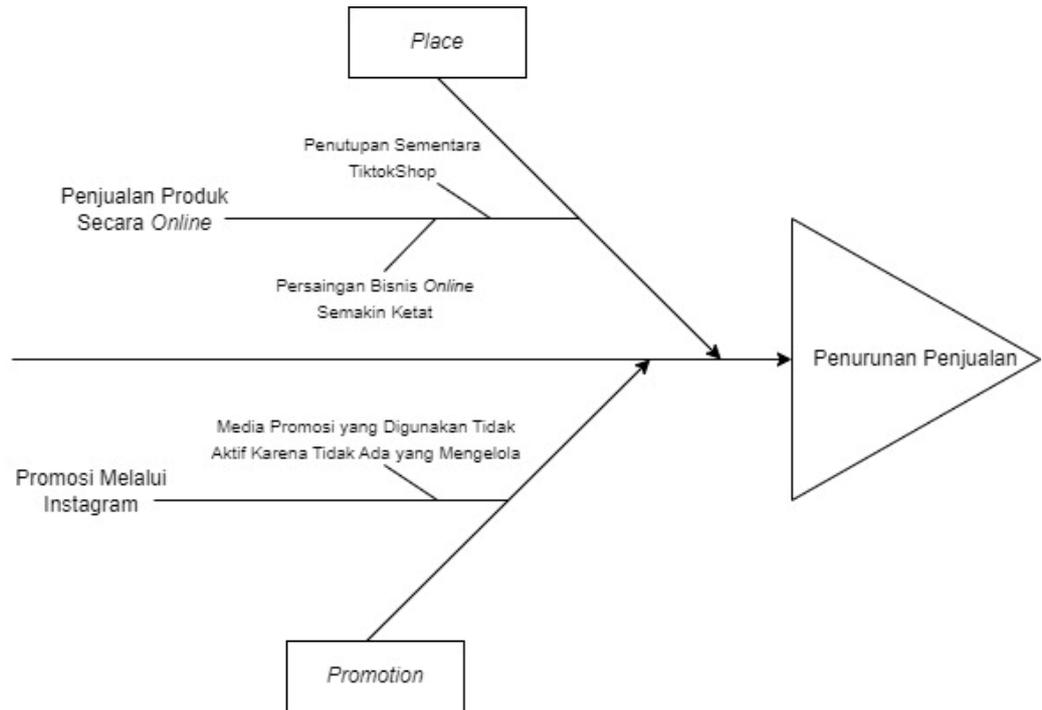


Gambar I. 4 Persentase Kontribusi Platform terhadap Penjualan Zamar Project

Berdasarkan Gambar I.2, Gambar I.3, dan Gambar I.4 penjualan dan omset pada tahun 2023 mengalami penurunan yang disebabkan oleh penutupan sementara TiktokShop oleh pemerintah Indonesia pada tanggal 4 Oktober, namun dibuka kembali pada tanggal 12 Desember dengan Tiktok menggandeng Tokopedia sebagai mitra bisnis dalam aktivitas penjualan. Selain itu, penurunan penjualan tersebut juga dikarenakan Tiktok atau TiktokShop memberikan kontribusi penjualan terbanyak jika dibandingkan dengan platform lainnya yang Zamar Project gunakan. Dimana Tiktok memberikan kontribusi penjualan sebanyak 49%, Facebook 46%, dan Shopee 5%. Semakin banyaknya persaingan yang terjadi pada bisnis online juga menjadi kesulitan lain untuk Zamar Project dalam mempertahankan bisnis online-nya. Kegiatan promosi yang dilakukan pada

media Instagram milik Zamar Project tidak berjalan dengan baik karena tidak ada yang mengelola menjadi alasan lain mengapa Zamar Project mengalami penurunan penjualan. Informasi-informasi tersebut didapatkan langsung melalui wawancara dengan pemilik dari Zamar Project.

Segmen potensi pasar *offline* di Kota Bandung memiliki daya tarik yang besar, terutama untuk produk-produk kreatif dan *fashion*. Potensi pasar *offline* di Kota Bandung dapat dilihat dari kesuksesan acara seperti Pasar Kreatif Kota Bandung yang telah berjalan sejak tahun 2020 dan terus mengalami pertumbuhan omset yang signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2023, Pasar Kreatif mendapatkan omset sebesar Rp9,3 miliar. Acara tersebut melibatkan berbagai macam pelaku usaha, salah satunya pelaku usaha *fashion* (Diskominfo Kota Bandung, 2024). Secara umum, Kota Bandung memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik dengan kontribusi dari berbagai sektor seperti perdagangan, industri kreatif, dan pariwisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kota Bandung memiliki pasat potensial untuk bisnis *offline*, terutama yang berhubungan dengan produk *fashion* dan kreatif (Badan Pusat Statistik, 2024). Sehingga, dengan kondisi saat ini yang dimiliki oleh Zamar Project, agar bisnis dapat tetap berjalan tanpa mengkhawatirkan perubahan peraturan media atau *platform* jual-beli *online* yang dapat terjadi kapan saja, juga semakin banyaknya pesaing yang ada pada bisnis *online*, Zamar Project ingin memperluas pasar dengan melakukan pengadaan toko *offline* dikota yang sama dengan aktivitas bisnis yang sedang dijalani saat ini. Alasan lain mengapa pemilihan lokasi dari pengadaan toko *offline* di Kota Bandung adalah karena Zamar Project akan mempertahankan harga jual produk yang ditawarkan pada bisnis *online* untuk diterapkan juga pada aktivitas bisnis *offline*, sehingga Zamar Project dapat menarik minat calon konsumen dengan harga jual yang mereka berikan berada dibawah rata-rata harga eceran pakaian muslim wanita di Kota Bandung.



Gambar I. 5 *Fishbone Diagram*

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya dengan menggunakan *Fishbone Diagram*, diketahui bahwa permasalahan yang terjadi pada Zamar Project terjadi pada aspek *place* dan *promotion*. Permasalahan pada aspek *place*, berasal dari penjualan produk secara *online*. Berdasarkan informasi yang didapatkan melalui wawancara dengan pemilik penutupan sementara TiktokShop oleh pemerintah mengakibatkan penurunan penjualan. Selain itu, semakin ketatnya persaingan bisnis *online* juga menyebabkan penurunan penjualan karena Zamar Project kesulitan dalam mempertahankan eksistensi pada *platform* atau media jual-beli *online*. Dan pada aspek *promotion*, karena media promosi yang digunakan hanya Instagram lalu tidak ada yang mengurus serta mengatur strategi pemasarannya sehingga Instagram yang digunakan sebagai media promosi pun tidak digunakan dengan baik atau dapat dikatakan tidak aktif.

Tabel I. 4 Solusi Alternatif

No	Akar Permasalahan	Alternatif Solusi
1.	Penutupan sementara TiktokShop	

2.	Persaingan bisnis <i>online</i> yang semakin ketat	Pengadaan toko <i>offline</i> dengan mempertimbangkan analisis kelayakan usaha
3.	Media promosi yang digunakan tidak aktif karena tidak ada yang mengurus	Membuat perancangan sumber daya manusia yang mengatur media promosi

Berdasarkan tabel alternatif solusi di atas, potensi solusi yang dapat dilakukan adalah dengan mempertimbangkan dan melakukan perancangan analisis kelayakan usaha pengadaan toko *offline* Zamar Project. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai analisis kelayakan pada pengadaan toko *offline* di kota Bandung untuk usaha penyedia pakaian muslim wanita dewasa dan anak Zamar Project. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman usaha bagi pelaku bisnis dalam melakukan analisis kelayakan.

I.3 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana estimasi permintaan pasar pada pengadaan toko *offline* Zamar Project?
2. Bagaimana perancangan aspek teknis dari pengadaan toko *offline* Zamar Project?
3. Bagaimana tingkat kelayakan finansial pada pengadaan toko *offline* Zamar Project?
4. Bagaimana tingkat sensitivitas pada pengadaan toko *offline* Zamar Project?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan penelitian tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Mengestimasi permintaan pasar pada pengadaan toko *offline* Zamar Project.
2. Merancang aspek teknis pada pengadaan toko *offline* Zamar Project.
3. Mengukur tingkat kelayakan finansial pada pengadaan toko *offline* Zamar Project.
4. Mengukur tingkat sensitivitas pada pengadaan toko *offline* Zamar Project.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang dapat diberikan dari tugas akhir ini sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk Zamar Project dalam mengembangkan usahanya dalam bentuk pengadaan toko *offline* melalui analisis perancangan dan kelayakan usaha.

b. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menambah wawasan dalam melakukan analisis kelayakan dari sebuah bisnis, serta membantu peneliti dalam mengimplementasikan bidang keteknikan yang sudah dipelajari sebelumnya selama proses perkuliahan.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan kepada pembaca mengenai studi analisis kelayakan usaha, dan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari enam bab secara sistematis yang meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I pedahuluan berisi mengenai latar belakang dalam melakukan penelitian dan menjelaskan secara singkat objek dan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Kemudian, dilanjutkan dengan perumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II landasan teori berisi mengenai teori-teori yang relevan dan melandasi permasalahan dari penelitian ini. Teori yang digunakan atau diambil berdasarkan referensi buku/penelitian/referensi lainnya. Selain itu, pada bab ini terdapat alasan pemilihan metode dan teori penyelesaian masalah yang digunakan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III metodologi penelitian berisi mengenai bagaimana pendekatan serta teknik yang digunakan selama mengidentifikasi masalah dan metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab IV pengumpulan dan pengolahan data berisi mengenai bagaimana menguraikan data yang didapat dan dikumpulkan dari pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan.

BAB V ANALISIS

Bab V analisis membahas mengenai analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan dan didapatkan pada bab sebelumnya,

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab VI kesimpulan dan saran berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diusulkan berdasarkan hasil penelitian.