

# Bab I Pendahuluan

## I.1. Latar Belakang

Di negara-negara berkembang, industri pakaian sangat berkembang dengan pesat karena derasnya arus informasi dari negara maju dan banjir impor produk luar negeri. Konsekuensi atas globalisasi tersebut adalah ikut berkembangnya industri pakaian dalam negeri seperti Indonesia. Awalnya peredaran asesoris pakaian seperti tas hanya di dominasi dengan merek impor, namun dalam perkembangannya mulai muncul inovasi dari industri penghasil tas di dalam negeri. Jika pada sebelumnya hanya menjiplak model desain dari tas merek impor, hari ini bahan tas yang diproduksi industri tas dalam negeri pun sudah sangat bervariasi. Tidak hanya bahan yang digunakan memiliki keunikan, namun bentuknya pun tidak jarang keluar dari model umum dari bentuk tas yang ada. Di Indonesia produsen tas terdiri dari banyak level industri mulai dari skala mikro seperti UKM, hingga pabrikan dengan merek dagang. Bahkan sudah banyak pula industri tas dan kerajinan skala UKM di Indonesia yang sudah mampu memiliki konsumen pasar sendiri seperti di negara Swiss, dimana produksi tas dari skala UKM dengan bahan yang unik mampu menarik pelanggan di negara tersebut ([agro.kemenperin.go.id/1613-MUBA-2013--Produk-Kerajinan-UKM-Indonesia](http://agro.kemenperin.go.id/1613-MUBA-2013--Produk-Kerajinan-UKM-Indonesia), diakses pada 15 Maret 2014).

Esgotado adalah perusahaan skala kecil menengah yang berdiri sejak November 2012. Esgotado berlokasi di kota Bandung, di lokasi inilah Esgotado memproduksi dan menjual produknya secara *online*. Selama ini Esgotado telah melakukan promosi melalui media sosial seperti *website*, *twitter* & *facebook* yang tetap berjalan hingga saat ini. Berdasarkan data penjualan selama 4 tahun jumlah pemesan mengalami peningkatan yang signifikan, peningkatan penjualan pertahun berkisar 26,05%, selengkapnya data penjualan tersebut disajikan dalam tabel berikut :

Tabel I.1 Peningkatan Penjualan Egotado 2012-2015

Penjualan Egotado			
2012	2013	2014	2015
Rp.15.000.000	Rp. 200.000.000	Rp 627.707.000	Rp. 3.084.929.000

Sumber : Data Laporan Keuangan Egotado 2016

Dari tabel tersebut, dapat dijelaskan bahwa terjadi peningkatan omset penjualan dari tahun 2012 sampai 2015. Peningkatan omset dari setiap tahun terlihat sangat signifikan terutama peningkatan omset dari tahun 2012 ke 2013 dengan peningkatan sebesar 92,5% pada tahun berikutnya juga mengalami peningkatan akan tetapi tidak sebesar pada tahun pertama. Artinya penjualan dari Egotado mengalami perkembangan yang positif dan Egotado ingin terus meningkatkan omset penjualan.

Meskipun sejak teknologi informasi berkembang pesat dan terbukti sangat mendukung dan bermanfaat bagi proses pemasaran dan penjualan produk, namun dengan banyaknya destinasi belanja pada kota-kota besar maka proses penjualan secara konvensional melalui transaksi pada pertokoan tetap menjadi hal yang penting dalam meningkatkan penjualan produk. Sampai saat ini, penjualan konvensional masih merupakan suatu cara yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Masyarakat Indonesia yang secara umum masih kurang terbiasa dengan *online shop* merupakan hal yang penting untuk di pertimbangkan pengusaha untuk menyediakan aktiva tetap sebagai penjaring masyarakat yang belum terbiasa belanja *online* tersebut.

Masih rendahnya pelanggan *online shop* di kalangan masyarakat Indonesia secara garis besar di pengaruhi oleh dua hal, seperti yang dikatakan dalam artikel di WSJ yang menyatakan bahwa penyebab pertama kenapa orang Indonesia sampai saat ini masih ada yang belum pernah belanja online adalah rendahnya penetrasi kartu debit dan kredit dan penyebab kedua kenapa orang Indonesia belum pernah belanja online adalah ketidakpercayaan (Wyndo Mitra Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar *E-Commerce* di Indonesia Saat Ini di akses 21 Maret dari <http://startupbisnis.com>). Sedangkan menurut survei yang dilakukan oleh Rakuten menyatakan bahwa Hasrat belanja online di Indonesia masih rendah yaitu

sebesar 63% penduduk Indonesia masih ingin berbelanja secara *offline* (<https://id.techinasia.com/fokus-rakuten-indonesia-2016> diakses pada 9 Februari 2016)

Dalam kurun waktu 2014-2016, konsumen yang melakukan pembelian secara *online* banyak yang menanyakan keberadaan dari toko *offline* Esgotado, konsumen yang biasanya menanyakan keberadaan toko *offline* ini adalah konsumen yang berada di Jawa Barat dan JABODETABEK. Kadang diwaktu tertentu konsumen yang disebutkan diatas tersebut datang sebagai wisatawan ke daerah Bandung dan ingin secara langsung melakukan transaksi dengan mengunjungi toko *offline* dari Esgotado. Adapun data kosumen yang menanyakan keberadaan dari toko *offline* Esgotado selengkapnya dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel I.2 Jumlah Konsumen yang Menanyakan Toko *Offline* Tahun 2016

<b>Bulan</b>	<b>Oktober 2015</b>	<b>November 2015</b>	<b>Desember 2015</b>	<b>Januari 2016</b>	<b>Februari 2016</b>	<b>Maret 2016</b>
Konsumen	350	450	300	500	500	600

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa konsumen tas Esgotato memiliki antusias yang tinggi terhadap keberadaan toko *offline* tas Esgotado. Hal ini merupakan sebuah peluang bagi pengusaha tas Esgotado untuk meningkatkan penjualan dengan membangun toko *offline* di jalan Trunojoyo kota Bandung. Jalan Trunojoyo merupakan pusat distro dimana lebih dari 10 toko *offline* yang menjual pakaian anak muda ada disana. Selain itu, jika dilihat dari data statistik penduduk Kota Bandung pada tahun 2013 mencapai 2.483.977 jiwa (BPS Kota Bandung, 2013) sedangkan untuk jumlah wisatawan domestik dan mancanegara dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel I.3 Jumlah Wisatawan Kota Bandung Tahun 2008-2012

Tahun	Wisatawan		
	Mancanegara	Domestik	Jumlah
2008	74.730	1.346.729	1.421.459
2009	168.712	2.928.157	3.096.869
2010	180.603	3.024.666	3.205.269
2011	194.062	3.882.010	4.070.072
2012	158.848	3.254.857	3.513.705

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Bandung dalam Fauzan Jurnal Analisis Kelayakan Pembukaan Toko Disneck Merchandise Dilihat dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Aspek Keuangan, dan Aspek Manajemen diakses 21 Maret <https://repository.telkomuniversity.ac.id>

Metode penjualan dengan menyediakan toko *offline* bagi perusahaan industri kreatif memiliki nilai efisien yang signifikan dalam peningkatan omset, karena dapat memberikan kepastian bagi konsumen. Hal ini telah di buktikan oleh perusahaan kreatif lainnya yang berada di Kota Bandung seperti perusahaan sepatu Brodo. Brodo adalah salah satu merk perusahaan sepatu yang diawali dari penjualan *online* pada Juni 2010 lewat jejaring sosial dan forum-forum diskusi *online*. Penjualan melalui toko *online* ini mendapat repon positif dari pasar, dan pada tahun 2011 Brodo pertama kalinya mendirikan toko *offline* di kawasan Plaza Indonesia Jakarta. Setelah adanya toko *offline* ini penjualan Brodo semakin meningkat hingga sapa saat ini sudah memiliki empat toko *offline* yang tersebar di Jakarta, Bandung, Bekasi dan Surabaya.

Mengingat banyaknya peluang yang dapat dioptimalkan oleh Esgotado untuk meningkatkan *profit*, perusahaan Esgotado berkeinginan untuk meningkatkan hasil penjualannya dengan membuka toko *offline* untuk pemasaran produknya, maka perlu dilakukan analisis kelayakan investasi pembukaan toko tas Esgotado. Analisis kelayakan dilakukan untuk mengetahui apakah pembukaan toko tas Esgotado ini layak untuk dilakukan jika ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Dalam aspek finansial, pengukuran kelayakan menggunakan indikator *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Payback Period (PBP)*. Analisis sensitivitas juga perlu dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh kenaikan harga bahan baku atau perubahan jumlah permintaan terhadap tingkat kelayakan bisnis.

## **I.2. Perumusan Masalah**

Perusahaan tas Esgotado selama ini menjalankan metode pemasaran berbasis media sosial yang cukup berkontribusi terhadap hasil penjualan produk, namun pemilik Esgotado memandang perlu dilakukan metode pemasaran dengan toko *offline*, karena dengan toko *offline* pelanggan dapat melihat secara langsung produk unggulan dari perusahaan. Untuk mengetahui apakah pembukaan toko *offline* tersebut layak, maka perlu dilakukan analisis kelayakan pada tas Esgotado yang dilihat dari berbagai aspek. Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini, rumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan toko tas Esgotado dilihat dari aspek pasar, teknis dan finansial?
2. Bagaimana tingkat sensitivitas yang ada dalam bisnis pembukaan toko tas Esgotado terhadap perubahan variabel – variabel tertentu ?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis kelayakan bisnis pembukaan toko tas Esgotado dilihat dari aspek pasar, teknis dan finansial?
2. Menganalisis tingkat sensitivitas yang ada dalam bisnis pembukaan toko tas Esgotado terhadap perubahan variabel – variabel tertentu ?

## **I.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan keputusan investasi bisnis yang dilakukan perusahaan tas Esgotado.
2. Sebagai bahan pertimbangan kebijakan pemasaran tas Esgotado selanjutnya.

### **I.5. Batasan Penelitian**

Untuk memfokuskan penelitian ini, peneliti merumuskan beberapa batasan masalah sebagai berikut :

1. Suku bunga, inflasi, pajak dan kondisi ekonomi lainnya dianggap normal dan stabil selama periode analisis.
2. Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian yang ruang lingkungannya hanya di Kota Bandung.

### **I.6. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I           Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II          Landasan Teori**

Pada bab ini terdapat dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas. Tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dan landasan teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

#### **BAB III        Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai tujuan dari permasalahan yang dibahas dan berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang ditetapkan

#### **BAB IV         Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

**BAB V Analisis Data**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan

**BAB VI Kesimpulan dan Saran**

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