

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki keanekaragaman seni dan budaya yang terbesar dibandingkan dengan bagian manapun juga di dunia ini. Salah satu dari warisan budaya itu adalah keragaman kain tradisional. Melalui kain tradisional, kita tidak hanya dapat melihat kekayaan warisan budaya seperti teknik pembuatan, aneka ragam corak serta jenis kain yang dibuat, tetapi kita juga dapat mengenal berbagai fungsi dan arti dari kain dalam kehidupan masyarakatnya yang mencerminkan adat istiadat, kebudayaan, dan kebiasaan budaya (*cultural habit*) yang bermuara pada jati diri sebagai komponen bangsa Indonesia. Keragaman kain-kain tradisional dihasilkan oleh perbedaan geografis yang mempengaruhi corak hidup setiap suku bangsa di Nusantara. Perbedaan iklim mempengaruhi flora dan fauna yang ada di lingkungannya juga mempunyai andil besar terhadap perbedaan gaya hidup dan mata pencaharian sebuah kelompok masyarakat, sehingga yang satu berbeda dengan yang lainnya.

Perbedaan sumber kehidupan masyarakat inilah yang turut mempengaruhi keragaman jenis kain dan ragam hiasnya. Unsur lingkungan telah menghasilkan keragaman teknik, jenis-jenis bahan, serta penciptaan peralatan yang pada akhirnya mempengaruhi hasil akhir sehelai kain. Salah satu jenis kain tradisional tersebut adalah kain tenun.

Seiring dengan perkembangan zaman, kain tenun ini tidak lagi hanya digunakan untuk acara-acara ritual kebudayaan setempat maupun acara-acara *formal* saja, melainkan sudah dieksplorasi untuk dapat digunakan sehari-hari. *Trend* fashion dengan menggunakan kain tenun memang belum lama *popular*, namun sudah banyak masyarakat Indonesia khususnya anak muda yang senang dan tertarik untuk menggunakan barang ataupun pakaian yang terbuat dari kain tenun. *Trend* fashion ini berkembang didaerah yang padat penduduk dan sudah memiliki teknologi yang memadai untuk mengakses dan bertukar informasi satu sama lainnya, salah satunya adalah Bekasi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik,

Bekasi merupakan salah satu dari kota terpadat di Indonesia. Dapat dilihat pada Tabel I.1 jumlah penduduk di Kota Bekasi.

Tabel I.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bekasi tahun 2015

Kelompok Usia	Jenis Kelamin			Perhitungan Target	
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Jumlah Kelompok Usia	Persentase Kelompok Usia
0-4	129.866	124.138	254.004	973.706	35,62%
5-9	128.457	121.505	249.962		
10-14	115.822	111.039	226.861		
15-19	117.651	125.228	242.879		
20-24	130.479	136.049	266.528		
25-29	146.452	148.600	295.052	1.441.567	52,74%
30-34	134.336	135.110	269.446		
35-39	120.228	117.224	237.452		
40-44	103.651	102.021	205.672		
45-49	84.232	83.185	167.417		
50-54	66.609	59.634	126.243	317.967	11,63%
55-59	46.122	35.769	81.891		
60-64	24.146	20.978	45.124		
65+	30.832	33.877	64.709		
Jumlah	1.378.883	1.354.357	2.733.240		

(Sumber: BPS Kota Bekasi 2015)

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, diketahui bahwa kelompok usia dewasa memiliki jumlah orang sebanyak 1.441.567 jiwa dan memiliki persentase sebesar 52,74% dari total penduduk yang berada di Kota Bekasi. Kondisi ini merupakan peluang yang cukup besar bagi para pelaku bisnis yang menargetkan pasarnya kepada orang dewasa (usia 20-50 tahun).

Jika ditelusuri lebih jauh, sebenarnya banyak sekali pelaku usaha di bidang *fashion*, salah satunya adalah Mantikaen. Mantikaen merupakan bisnis *online* yang bergerak di bidang *fashion* berbahan dasar kain tenun asli Nusa Tenggara Barat (NTB). Mantikaen didirikan pada tahun 2016. Berdirinya Mantikaen berawal dari kondisi *trend* bisnis *online* yang berkembang pesat di dunia dan disertai dengan keinginan untuk memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat

mengenai tenun Indonesia, khususnya NTB. Berikut jenis produk yang dijual oleh Mantikaen dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Jenis Produk yang Dipasarkan oleh Mantikaen

No.	Nama Produk	Keterangan
1	Kelampa	Totebag atau tas jinjing yang biasa digunakan untuk membawa buku, kosmetik, peralatan, maupun penggunaan lain yang dapat digunakan dengan praktis.
2	Lalo	Slingbag atau tas selempang berukuran kecil yang biasa digunakan untuk membawa barang berukuran kecil seperti dompet, gadget, dan sebagainya.
3	Syal	Kain pakaian sederhana seperti selendang, dipakai secara longgar di atas bahu, tubuh bagian atas dan lengan, kadang-kadang juga di atas kepala.
4	Tambora	Tas selempang berukuran sedang yang biasa digunakan untuk membawa barang keperluan sehari-hari.
5	Kaen	Merupakan kain tenun ikat asli dari Nusa Tenggara Barat

(Sumber: Mantikaen, 2017)

Produk-produk diatas dapat diperoleh dengan sistem pembelian *delivery order*. Mantikaen melakukan promosi pada produknya menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Pelanggan yang ingin membeli produk Mantikaen dapat langsung menghubungi *owner* melalui media sosial Line, WhatsApp, ataupun dengan *Short Message Service* (SMS). Proses transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan transfer ke Bank atas nama *owner* Mantikaen. Berikut merupakan tabel penjualan dan pendapatan Mantikaen pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel I.3 Tabel Penjualan dan Pendapatan Mantikaen Tahun 2016 dan 2017

	Tahun	
	2016	2017
Penjualan	Rp 198.880.000	Rp 550.595.000
Pendapatan	Rp 87.943.800	Rp 238.087.400

Berdasarkan Tabel I.3, pendapatan bersih Mantikaen pada tahun 2016 sebesar Rp87.943.800,- dan mengalami peningkatan sebesar Rp238.087.400,- pada tahun 2017.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyaknya konsumen yang menanyakan keberadaan toko atau *outlet* dari Mantikaen ini. Maka dari itu, *owner* Mantikaen ingin mengembangkan bisnisnya dengan mendirikan *outlet* karena melihat cukup banyak respon dari konsumen yang tertarik namun masih sedikit ragu karena Mantikaen belum memiliki *outlet* atau toko fisik. Selain pertanyaan dari konsumen, dengan melihat jumlah penduduk Kota Bekasi, Mantikaen pun melihat adanya peluang untuk membuka *outlet* di Kota Bekasi. Meskipun investasi yang harus dikeluarkan terbilang cukup besar, pembukaan *outlet* ini dianggap dapat meningkatkan pendapatan. Berikut adalah alasan mengapa suatu *online shop* perlu memiliki *offline shop* atau toko fisik.

Tabel I.4 Perbandingan *Online Shop* dan *Offline Shop*

No	<i>Offline Shop</i>	<i>Online Shop</i>
1	Pelanggan dapat memilih dan mengecek langsung barang yang ingin di beli.	Pelanggan tidak bisa memilih dan mengecek langsung barang yang ingin di beli. Pelanggan melihat produk berdasarkan foto yang di unggah di <i>website</i> atau media sosial.
2	Pelanggan sangat mudah melakukan retur barang, klaim garansi, minta, dan lain-lain. Pelanggan tidak perlu menunggu beberapa hari untuk diproses. Pelayanan after sales menjadi yang terbaik di mata pelanggan.	Meski <i>online shop</i> bisa saja melakukan hal yang serupa, namun tidak akan bisa mengalahkan kecepatan dan kemudahan pelayanan di toko <i>offline</i> .

3	Mampu menciptakan tren sendiri dan membuat toko berbeda dari yang lain. Dengan cara membuat dekorasi dan suasana toko seunik dan semenarik mungkin sehingga menarik minat pelanggan untuk berkunjung.	Toko <i>online</i> pada umumnya sama. Terdapat daftar produk, keranjang belanja, pilihan cara pembayaran, dan jasa pengiriman barang. Yang berbeda dari biasanya hanya pada tampilan saja.
4	Dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Pelanggan tahu bahwa toko tersebut bukan toko yang tidak bertanggung jawab jika ada transaksi yang bermasalah. Dan akan lebih terpercaya lagi apabila toko dilengkapi dengan nomor telepon area lokal.	Tidak sedikit orang yang ragu untuk berbelanja secara <i>online</i> . Karena bisnis <i>online</i> rentan terhadap penipuan. Bahkan ada yang melakukan pembajakan terhadap <i>online shop</i> yang sudah cukup terkenal untuk mempermudah kegiatan penipuan.
5	Sebuah toko yang terpercaya biasanya selalu didatangi oleh investor atau diajak kerjasama oleh pihak lain.	Terbilang jarang di lirik investor atau pihak lain untuk diajak bekerja sama.

Berbisnis secara *online* memang merupakan cara yang praktis dan efisien. Berbelanja *online* hanya bermodalkan internet, sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko jauh-jauh ke toko. Namun, berbisnis secara *online* memiliki kelemahan seperti sulitnya meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap *online shop* dibandingkan yang memiliki *offline shop* (toko fisik) sehingga lebih sulit dalam mendapatkan pasar. Berdasarkan hasil pertimbangan dari Tabel I.4, mendirikan *outlet* Mantikaen dirasa tepat oleh *owner* karena dapat memperluas pasar, mendapatkan kepercayaan pelanggan, dan meningkatkan pendapatan. Maka dari itu perlu adanya analisis kelayakan agar investasi yang dikeluarkan tidak sia-sia di masa yang akan datang. Analisis kelayakan yang akan peneliti lakukan terhadap investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Kota Bekasi akan ditinjau dari aspek pasar, teknis, dan finansial.

I.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana kelayakan investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Kota Bekasi dilihat dari aspek pasar?
2. Bagaimana kelayakan investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Kota Bekasi dilihat dari aspek teknis?
3. Bagaimana kelayakan investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Kota Bekasi dilihat dari aspek finansial?
4. Bagaimana tingkat sensitivitas yang ada dalam investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Kota Bekasi?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kelayakan investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Bekasi dilihat dari aspek pasar.
2. Menganalisis kelayakan investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Bekasi dilihat dari aspek teknis.
3. Menganalisis kelayakan investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Bekasi dilihat dari aspek finansial.
4. Menganalisis tingkat sensitivitas investasi pembukaan *outlet* Mantikaen di Bekasi.

I.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai pertimbangan pengembalian keputusan investasi bisnis terkait pasar yang menjadi sasaran.
2. Sebagai masukan untuk perusahaan dalam pertimbangan pengembangan usaha selanjutnya.
3. Sebagai masukan dalam melakukan inovasi produk.

I.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kondisi ekonomi dianggap normal dan stabil selama periode analisis.

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 Tinjauan Pustaka

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

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.