

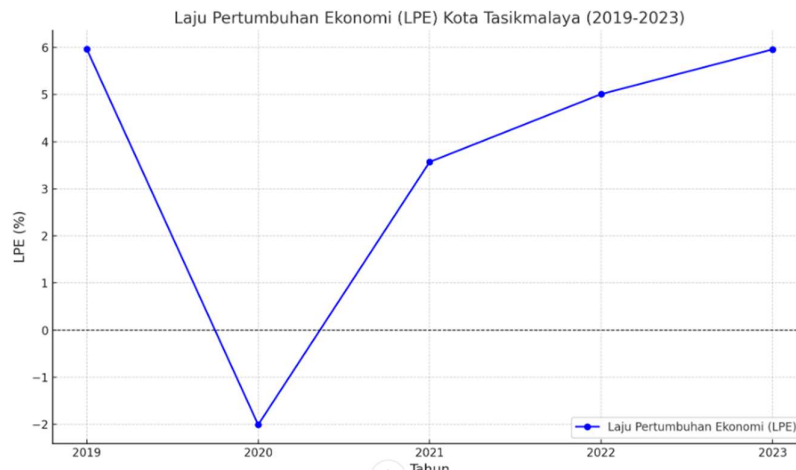
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sektor ekonomi kreatif semakin menjadi fokus penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Istilah "ekonomi kreatif" merujuk pada ide yang menekankan pentingnya kreativitas, pengetahuan, dan ide sebagai aspek kunci dalam menciptakan nilai ekonomi. Sejak diumumkan secara resmi oleh pemerintah Indonesia pada tahun 2006, ekonomi kreatif telah mengalami perkembangan signifikan dan memainkan peran penting dalam transformasi ekonomi nasional.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) menjelaskan tingginya sumbangsih PDB sektor ekonomi kreatif (ekraf) bagi Indonesia. Saat ini sektor ekonomi kreatif Indonesia menjadi nomor tiga terbesar penyumbang PDB di dunia, setelah Amerika Serikat dengan Hollywood dan Korea Selatan dengan K-pop. Sektor ekonomi kreatif telah menyumbang PDB sebesar Rp1.100 triliun dari 17 subsektor ekonomi kreatif, utamanya dari industri *fashion*, kuliner, dan kriya (Sandiaga Uno, dalam *Indonesian Islamic Youth Economic Forum*). Mengutip data dari Opus pada tahun 2019, Sandiaga Uno menyebutkan jika total PDB tersebut yang berjumlah Rp175 triliun diantaranya disumbang oleh subsektor *fashion*. Menurut *The State Global Islamic Economy*, konsumsi busana muslim di Indonesia berada pada angka 20 miliar dolar Amerika Serikat dengan laju pertumbuhan sebesar 18,2% per tahun. Hal tersebut juga turut membuat Indonesia menjadi negara ketiga konsumen busana muslim terbanyak setelah Turki dan Uni Emirat Arab.

Kota Tasikmalaya merupakan sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini memiliki julukan Kota Sang Mutiara dari Priangan Timur. Kota Tasikmalaya terletak di jalur utama selatan Pulau Jawa yang menghubungkan Kota Bandung dengan Kota Surabaya, Jawa Timur. Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi Kota Tasikmalaya telah berkembang dengan cepat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tasikmalaya, seperti terlihat di gambar I.1, laju pertumbuhan ekonomi (LPE) pada tahun 2024 mencapai 5,96%, menunjukkan peningkatan aktivitas ekonomi di berbagai sektor. Maka dari itu, kota Priangan Timur ini merupakan pilihan yang tepat bagi para investor yang ingin menanamkan modalnya pada berbagai sektor industri termasuk bisnis konveksi sebagai bentuk investasi.



Gambar I. 1 Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Tasikmalaya (Sumber: BPS)

Berdasarkan grafik di atas, Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Kota Tasikmalaya menunjukkan perkembangan seiring dengan berjalannya waktu. Pada Tahun 2019 hingga tahun 2022 LPE Kota Tasikmalaya mengalami penurunan dikarenakan adanya wabah *covid* sehingga melemahkan daya beli masyarakat. Namun pada tahun 2021-2023, LPE Kota Tasikmalaya terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. sehingga hal tersebut menegaskan bahwa Kota Tasikmalaya memiliki daya saing ekonomi yang cukup kuat, yang didukung oleh berbagai sektor ekonomi seperti industri kreatif, jasa dan perdagangan. Melalui pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat, produksi di wilayah tersebut meningkat dengan lebih cepat, yang meningkatkan prospek pembangunan wilayah tersebut.

Myza.Ina merupakan sebuah bisnis di bidang *fashion* yang memproduksi dan menjual produk busana muslim khususnya untuk wanita dengan berfokus pada desain yang modern sesuai dengan *trend* masa kini. Myza.Ina menawarkan berbagai koleksi busana muslim seperti gamis, hijab, dan pakaian lainnya yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan *fashion* wanita masa kini akan gaya berbusana yang *simple* namun tetap *fashionable*. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas material terbaik, kenyamanan dan detail desain sehingga cocok digunakan dalam berbagai kesempatan, mulai dari aktivitas sehari-hari hingga acara formal. Beberapa contoh produk dapat dilihat di gambar I.2.



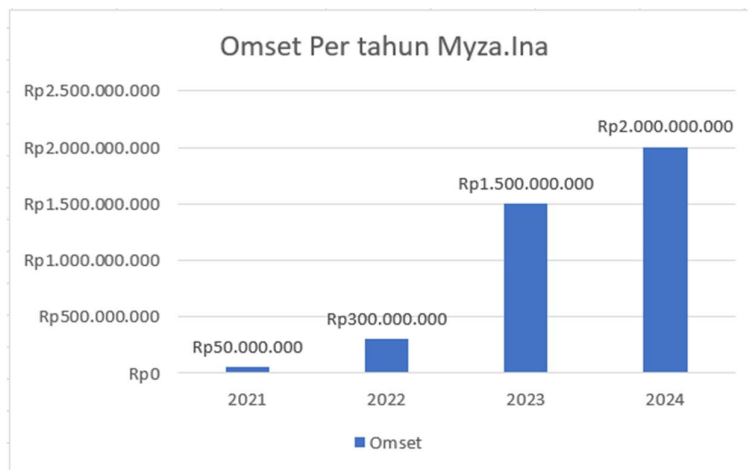
Gambar I. 2 Beberapa Contoh Produk Myza Ina

Myza.Ina memanfaatkan *platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai media untuk memasarkan produknya dan menjangkau pelanggan secara luas melalui pembuatan konten yang menarik. Hingga saat ini, kegiatan pemasaran dan penjualan masih berbasis *online* dan belum terdapat toko *offline*. Alasan perusahaan ini memulai dan bisnis secara *online* yaitu karena tren berbelanja *online* yang sedang berkembang khususnya pada bidang *fashion* belakangan ini. Selain itu, pada tahun awal penjualan Myza.Ina merupakan masa transisi atau peralihan dari pandemi Covid-19 sehingga tren belanja *online* sedang marak-maraknya terjadi di masyarakat umum.

Selama bisnis dijalankan, permintaan produk Myza.Ina mengalami peningkatan setiap tahunnya, seperti terlihat di gambar I.3. dan I.4.



Gambar I. 3 Jumlah Penjualan produk Myza Ina 2021-2024 (sumber: Data Internal Perusahaan)



Gambar I. 4 Omzet Myza Ina 2021-2024 (sumber: Data Internal Perusahaan)

Meski ada peningkatan, namun sebagai pengusaha yang selalu ingin mengembangkan diri, pemilik ingin meningkatkan penjualannya menjadi lebih tinggi lagi. Berdasarkan wawancara dengan pemilik mengatakan bahwa pemilik ingin meningkatkan pendapatan hingga Rp3.000.000.000 pada tahun 2025. Dengan demikian, ada gap antara target pendapatan dengan pendapatan saat ini.

Saat ini pasar busana Muslim berkembang dengan baik. Gambar I.5 dan I.6 menunjukkan peningkatan jumlah penduduk wanita usia produktif di Kota Tasikmalaya. Hal tersebut mencerminkan potensi pasar yang besar dan terus berkembang untuk produk Myza.Ina karena wanita dalam kelompok usia ini merupakan konsumen utama *fashion*, termasuk busana muslim. Kota Tasikmalaya juga terkenal dengan sebutan Kota Santri yang di dukung dengan

jumlah pondok pesantren yang signifikan sehingga turut menciptakan peluang besar bagi toko *fashion* muslim untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan busana muslim.



Gambar I. 5 Jumlah Penduduk Wanita Usia 15-64 Kota Tasikmalaya (Sumber: BPS)

Kecamatan Subdistrict	Pondok Pesantren Islamic Boarding Schools	Ustadz Teachers	Santri Students
(1)	(2)	(3)	(4)
Kawalu	44	250	4.697
Tamansari	47	270	4.295
Cibeureum	40	298	9.705
Purbaratu	25	185	3.455
Tawang	13	68	2.207
Cihideung	27	187	5.868
Mangkubumi	40	214	3.660
Indihiang	9	62	1.018
Bungursari	17	135	2.770
Cipedes	12	101	2.023
Kota Tasikmalaya	274	1.770	39.698

Catatan/Note: -
Sumber/Source: Kementerian Agama Kota Tasikmalaya/Ministry of Religious Affairs of Tasikmalaya Municipality

Gambar I. 6 Data Pesantren di Area Tasikmalaya (Sumber: Kemenag)

Untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat mencapai target, ada beberapa tantangan yang dihadapi dalam upaya peningkatan pendapatan Myza.Ina:

a. Produk

Adanya persaingan pada produk impor yang memiliki kualitas dan harga bersaing sehingga menyebabkan perpindahan minat konsumen ke produk impor. Ketua Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), Ade Sudrajat, menyatakan bahwa pakaian impor dari China memiliki harga yang lebih rendah sekitar 10-20% dibandingkan dengan produk lokal (detikFinance, 2019).

b. Tempat (*place*)

Penjualan Myza.Ina masih dijalankan secara *online* sehingga belum tersedianya akses untuk mencoba produk busana muslim secara langsung. Konsumen masih memiliki kekhawatiran terkait keamanan, keinginan untuk merasakan langsung produk secara fisik saat membeli, yang tidak dapat terpenuhi melalui belanja online, sehingga menimbulkan isu kepercayaan (Lindawatie et al., 2024). Selain itu, terdapat segmentasi pelanggan yang belum terbiasa dengan membeli barang secara *online*. Berdasarkan data yang diambil dari situs *GoodStats* menyatakan bahwa penggunaan *smartphone* paling banyak dari segi kelompok usia berada pada rentang usia 20-29 tahun sebesar 75,95%. Lalu, kelompok rentang usia 30-49 tahun sebesar 68,34%. Hingga penggunaan *smartphone* paling sedikit berada di rentang usia 50-79 tahun sebesar 50,79%. Hal tersebut didukung dengan data pasar terhadap produk busana muslim diantaranya merupakan wanita dengan usia 50 tahun ke atas sehingga belum familiar dengan penggunaan *smartphone*.

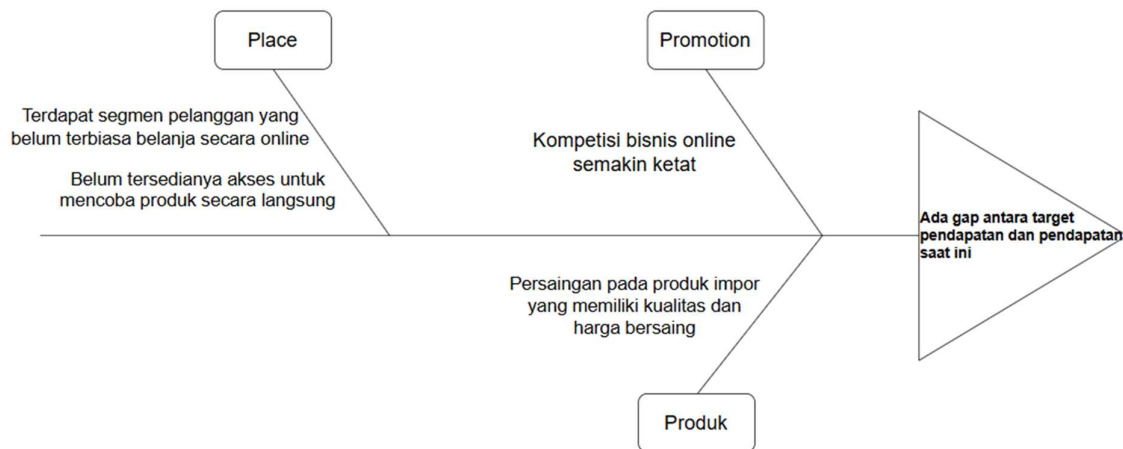
c. Promosi (*promotion*)

Kompetisi penjualan produk secara *online* semakin ketat, sehingga untuk mempertahankan citra merek produk, pemilik dapat meningkatkan atau membangun strategi melalui pelayanan yang baik dan dapat memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, pemilik juga dapat meningkatkan kualitas produk yang baik agar dapat bersaing dengan kompetitor.



Gambar I. 7 Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce (Sumber: Katadata)

Semua permasalahan, yaitu adanya kesenjangan antara target pendapatan dengan pendapatan saat ini, beserta tantangan yang dihadapi dapat dilihat di gambar I.8 berikut ini.



Gambar I. 8 Diagram Fishbone Upaya Peningkatan Penjualan Myza Ina

Berdasarkan masalah yang telah dianalisis sebelumnya melalui pendekatan *Fishbone Diagram*, berikut merupakan alternatif solusi yang diusulkan

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No	Akar Permasalahan	Alternatif Solusi
1	Terdapat segmen pelanggan yang belum terbiasa belanja secara <i>online</i>	Pembangunan toko <i>offline</i>
2	Belum tersedianya akses untuk mencoba produk secara langsung	
3	Kompetisi bisnis <i>online</i> semakin ketat	Perancangan program peningkatan loyalitas pelanggan
4	Persaingan pada produk impor yang memiliki kualitas dan harga bersaing	Perancangan Strategi Pengembangan Produk Myza Ina

Berdasarkan tabel alternatif solusi di atas, salah satu potensi solusi yang dapat diambil yaitu pembangunan toko *offline* Myza.Ina. Hal ini sejalan dengan rencana pemilik Myza Ina. Dengan melihat pasar dan perkembangan industri *fashion* di Kota Tasikmalaya ditambah dengan

budaya religius masyarakat, kebutuhan akan busana muslim menjadi sangat relevan sehingga dalam rangka memenuhi permintaan konsumen dan pengembangan bisnis, pemilik Myza.Ina memutuskan untuk melakukan pengadaan toko *offline* di Kota Tasikmalaya. Selain itu, keputusan pemilik Myza.Ina membangun toko *offline* juga didukung dengan keinginan untuk menumbuhkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau *brand* Myza.Ina karena dengan adanya toko *offline* tersebut konsumen dapat melihat, merasakan, dan mencoba produk secara langsung sebelum membeli. Toko *offline* juga dapat memberikan rasa aman terkait kualitas produk dan pelayanan, yang juga penting untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Karena pendirian toko *offline* menelan investasi yang cukup besar, maka perlu dilakukan studi kelayakan. Dan karena sekarang usaha sudah berjalan berupa toko online, maka metode yang digunakan adalah analisis inkremental, di mana dilakukan analisis bagaimana jika usaha tetap berjalan seperti sekarang, dan bagaimana jika usaha ditingkatkan dengan membangun *toko offline*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di bagian latar belakang, maka perumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana estimasi permintaan pasar pada skenario dengan dan tanpa pembangunan toko *offline* Myza.Ina di Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana perancangan aspek teknis dan operasional pada skenario dengan dan tanpa Pembangunan toko *offline* Myza.Ina di Kota Tasikmalaya?
3. Bagaimana tingkat kelayakan finansial pada skenario dengan dan tanpa pembangunan toko *offline* Myza.Ina di Kota Tasikmalaya?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan penelitian tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Mengestimasi permintaan pasar pada skenario dengan dan tanpa pembangunan toko *offline* Myza.Ina.
2. Merancang aspek teknis pada skenario dengan dan tanpa pembangunan toko *offline* Myza.Ina.
3. Mengukur tingkat kelayakan finansial pada skenario dengan dan tanpa pembangunan toko *offline* Myza.Ina

I.4 Manfaat Tugas Akhir

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

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan bagi Myza.Ina untuk mengembangkan usahanya melalui pembukaan toko offline, dilakukan analisis perancangan dan studi kelayakan bisnis.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada pembaca tentang analisis kelayakan usaha serta menjadi acuan bagi penelitian berikutnya.

I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Batasan penelitian ini merujuk pada pembatasan cakupan yang dibuat untuk memfokuskan perhatian hanya pada aspek tertentu, sementara asumsi penelitian merupakan anggapan pemikiran dasar yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian ini. Batasan dan asumsi penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Studi kelayakan yang dilakukan hanya meninjau dari aspek pasar, teknis, finansial, serta analisis inkremental.
2. Perhitungan kelayakan dalam penelitian ini hanya dilakukan untuk periode lima tahun, yaitu dari tahun 2025 hingga 2029.
3. Selama penelitian berlangsung, diasumsikan bahwa semua aspek ekonomi seperti tingkat suku bunga, tingkat inflasi, sistem perpajakan, serta indikator ekonomi lainnya berada dalam kondisi yang stabil dan normal.

I.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab I pendahuluan 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 teori-teori yang relevan dan melandasi penyelesaian 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 uraian mengenai teknik dan metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah. Juga di sini dijelaskan bagaimana verifikasi dan validasi hasil penelitian akan dilakukan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab IV pengumpulan dan pengolahan data berisi penjelasan mengenai pengumpulan data-data operasional perusahaan dan pengolahan data tersebut. Data-data tersebut dibutuhkan sebagai *output* untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

BAB V ANALISIS

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

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

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