

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Party Partner adalah sebuah bisnis yang terbentuk pada tahun 2015 dimana pendirinya adalah kumpulan dari mahasiswa yang mempunyai ide untuk menjual bisnis yang berbeda dari yang lain yaitu menjual suatu produk yang unik, memiliki nilai seni yang tinggi, masih sedikit pesaingnya serta menghasilkan karya buatan tangan yang dapat membuat orang tertarik untuk membelinya dan mendapat banyak apresiasi. Party Partner pertama hanya sebuah bisnis kecil yang dimana pemasarannya bermula dari mulut ke mulut dengan sistem *pre order*. Setelah dilihat produk yang di jual banyak diminati akhirnya pemilik pun mengembangkan bisnisnya menjadi bisnis online. Seiring dengan berjalanya waktu pendiri Party Partner ini baru membeli beberapa stok produknya agar dapat langsung dibeli dan dapat langsung di pasarkan.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1

Logo Party Partner

Sumber : Data Internal Usaha Party Partner

Logo bisnis mahasiswa ini dibuat sesederhana mungkin agar para konsumen mudah untuk mengingatnya, makna dari logo ini adalah dimana warna huruf yang

beraneka ragam yang mengartikan bahwa produk ini produk yang dapat di gunakan oleh semua kalangan. Serta bentuk huruf menyesuaikan dengan barang utama yang di jual yaitu berupa balon foil, dan bendera buntil.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

1. Membangun skala usaha yang luas.
2. Menjadikan usaha kami sebagai usaha yang dapat diterima dan di ingat d alam benak konsumen.

Misi :

1. Mengembangkan produk kami dengan berbagai variasi.
2. Memenuhi semua keinginan konsumen.
3. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jaringan strategi berbasis teknologi.

1.1.4 Produk Party Partner

Party Partner merupakan bisnis yang menjual berbagai perlengkapan dekor dan barang untuk di jadikan hadiah atau buah tangan. Harga produknya juga sangat terjangkau namun tetap berkualitas. Barang untuk mendekor biasanya di peroleh dari *supplier* sedangkan barang yang untuk hadia biasanya berupa *custom* sesuai dengan mau pelanggan.



Gambar 1.2

Gambar Produk Party Partner

Sumber : Data Internal Usaha Party Partner

1.2 Latar Belakang

Saat ini banyak sekali usaha yang bergerak dalam berbagai macam bidang mulai dari bisnis rumahan atau home industri, menengah hingga usaha makro. Jenis barang yang digunakan untuk usaha juga bermacam-macam, mulai dari makanan, pakaian hingga barang-barang rumah tangga, dengan harga yang murah hingga ratusan juta rupiah. Tetapi bagi mahasiswa yang ingin membangun peluang usaha dengan keterbatasan modal, usaha yang memanfaatkan kreativitas merupakan usaha yang cocok untuk dikembangkan. Salah satu bentuk usaha yang dapat dirintis adalah usaha handmade atau usaha buatan tangan. Dengan usaha handmade, kita dapat memaksimalkan imajinasi yang kita miliki, yang nantinya dituangkan dalam sebuah barang mulai dari asesoris-asesoris sampai hiasan atau pajangan.



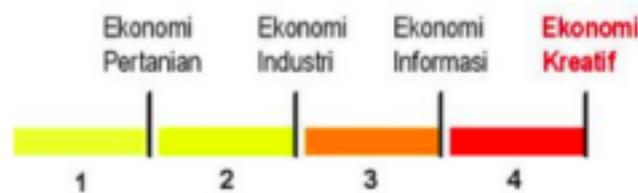
Gambar 1.5

Gambar Usaha di Indonesia Berdasarkan Ukuran

Sumber : Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia, (2008)

Peluang usaha pembuatan hiasan maupun asesoris juga masih memiliki pangsa pasar yang tidak sedikit. Hal ini didasarkan pada pengalaman pribadi, maupun banyaknya teman di lingkungan sekitar yang sangat antusias jika membeli barang-barang hiasan terutama barang hiasan yang unik dan dapat di *custom* sesuai

keinginan. Industri rumahan merupakan solusi awal dalam menciptakan ekonomi kreatif. Menurut *Jhon Howkins* ekonomi kreatif dalam *The kreatif economy: How people make money from ideas* ekonomi kreatif diartikan sebagai segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreatifitas (kekayaan intelektual), budaya dan warisan budaya, maupun sebagai tumpuan masa depan. Dimana seperti gambar yang ditunjukkan di bawah ini, salah satu jenis sektor yang banyak digeluti oleh UKM adalah sektor ekonomi kreatif. Pada saat sekarang ekonomi dunia mengalami pergeseran dimulai dari era pertanian, era industri, lalu disusul era informasi dan kemudian sekarang telah beralih pada era ekonomi kreatif.



Gambar 1.4

Gambaran Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia

Sumber : Studi Industri Kreatif (2009)

Perkembangan teknologi saat ini juga sangat pesat terutama perkembangan teknologi internet. Menurut data *eMarketer* pada *dailysosial.net* diprediksi pada tahun 2015 total pengguna Internet di seluruh dunia akan mencapai 3 miliar, artinya 42,4% dari total populasi sudah memiliki akses terhadap Internet. Angka tersebut diperkirakan mencapai 50% di tahun 2018. Di tahun 2017, pengguna Internet di Indonesia diperkirakan akan melewati Jepang untuk menjadi negara pengakses Internet terbesar kelima dunia. Data *eMarketer* menunjukkan bahwa tahun 2014 pengguna Internet di Indonesia menduduki peringkat keenam dunia dengan mencapai 83,7 juta pengguna. Jumlah terus menanjak dan melewati *milestone* 100 juta di tahun 2016. Diperkirakan tahun 2017 terdapat 112,6 juta pengguna Internet di tanah air, lebih tinggi dibandingkan Jepang yang hampir mencapai titik kulminasi dan pada tahun tersebut diprediksikan memiliki 105 juta pengguna

(Karimuddin, 2014). Saat ini banyaknya pengusaha yang memanfaatkan internet untuk menjalankan bisnisnya. Dimana perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia.

Peningkatan pengguna internet di Indonesia sangatlah signifikan, Sementara itu dilihat dari sektor pekerjaan, internet di Indonesia mayoritas digunakan pada sektor perdagangan dan jasa. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengguna internet hampir setiap provinsi, baik di wilayah Indonesia bagian Barat dan Timur, baik di daerah urban maupun rural mayoritas beraktivitas di sektor perdagangan dan jasa. Yang dapat dilihat seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.6. Dimana pada gambar 1.6 Indonesia menempati urutan ke 6 dalam penggunaan internet di dunia, dengan perkiraan pengguna untuk tahun yang akan datang mencapai 123.0 juta.

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

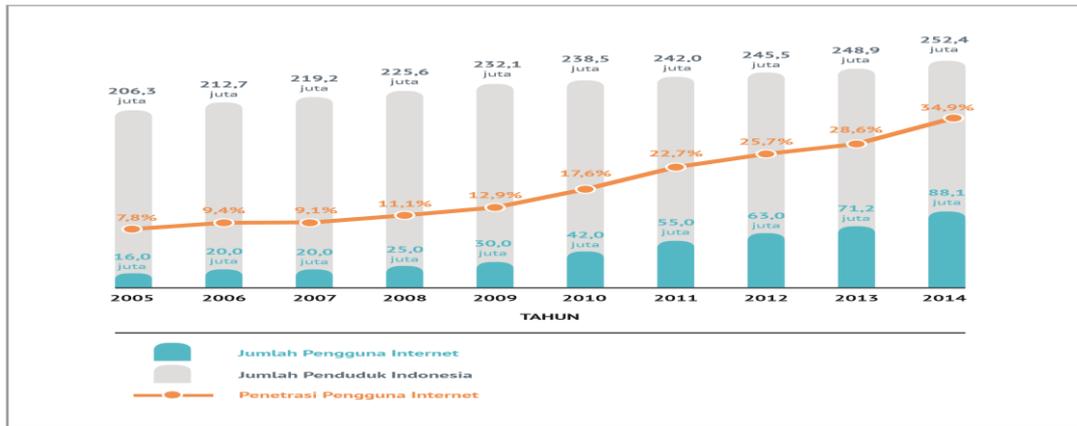
181948 www.eMarketer.com

Gambar 1.5

Data Pengguna Internet

*Sumber:*e-marketer.com, 2014.

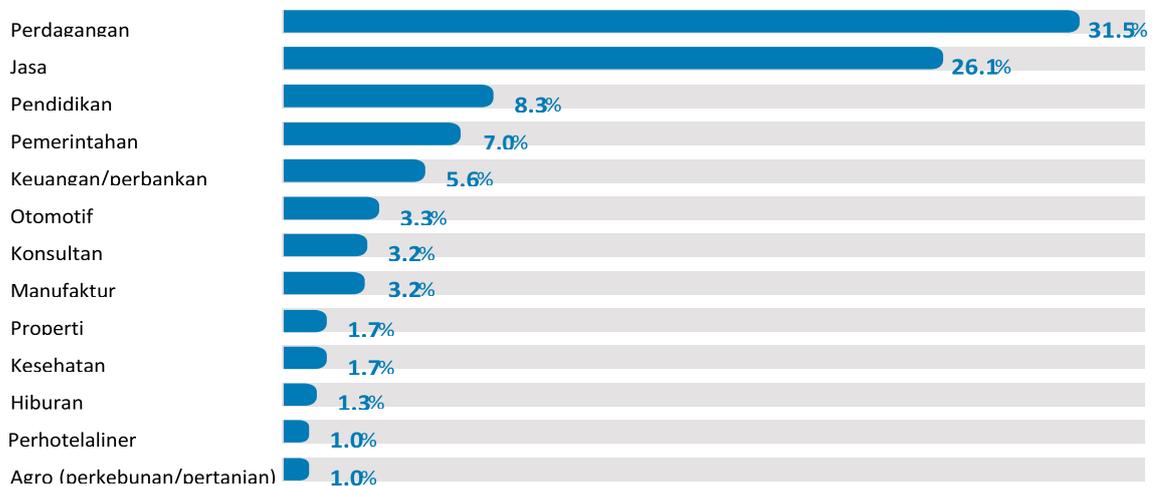
Seiringnya terjadi peningkatan penduduk di Indonesia, juga memicunya peningkatan pengguna Internet di Indonesia. Dibawah ini juga adanya gambar data pengguna internet di Indonesia yang tiap tahunnya terus mengalami peningkatan.



Gambar 1.6

Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: apjii.or.id, 2014



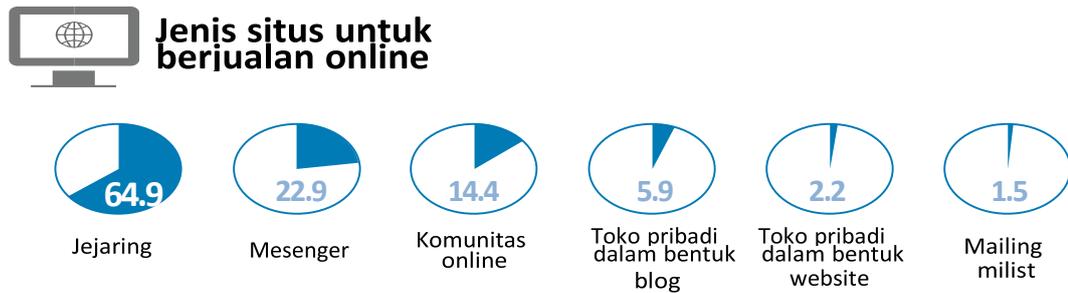
Gambar 1.7

Pemanfaatan Internet

Sumber: apjii.or.id, 2014.

Perkembangan teknologi dan peningkatan penggunaan internet tersebut mengakibatkan pola hidup masyarakat modern yang serba cepat dan efisien. Seperti

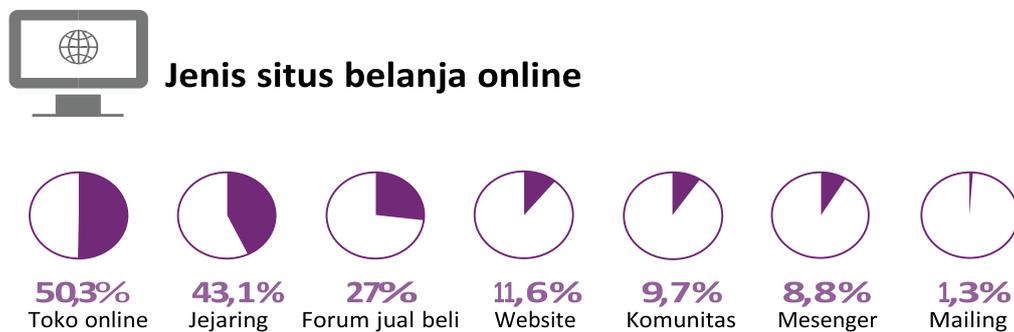
pada gambar 1.8 dimana pada laporan Profil Terkini Internet Industri Indonesia tercatat dari sisi pemanfaatan, posisi utama pola penggunaan internet adalah para pedagang, yang dimana banyaknya pedagang kini yang menggunakan internet untuk menjalankan usahanya.



Gambar 1.8

Jenis Situs Berjualan Online

Sumber: apjii.or.id, 2014.

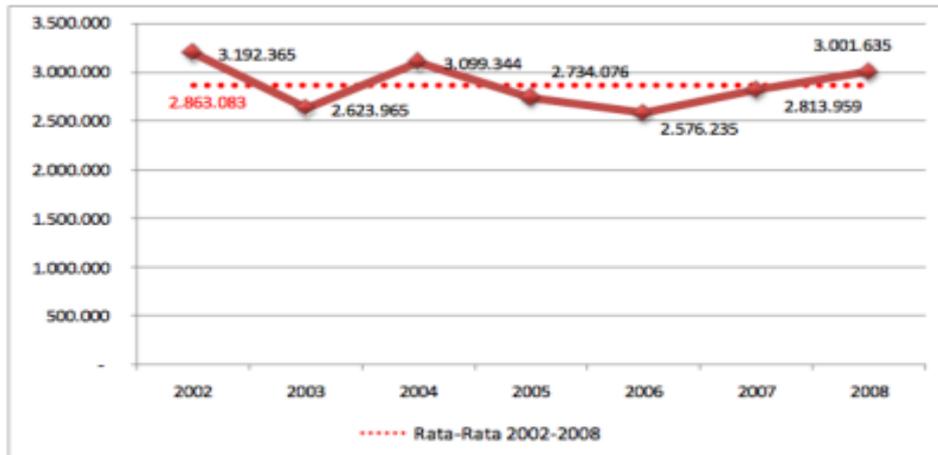


Gambar 1.9

Situs yang Sering Dikunjungi

Sumber: apjii.or.id, 2012.

Dilihat dari gambar 1.6 dan 1.7 pemanfaatan paling banyak dari pemakaian internet adalah jejaringan sosial yang dimana jejaringan sosial 50,3% nya di akses oleh toko Online. Dan di gambar 1.8 menunjukkan bahwa toko Online merupakan jenis situs belanja Online yang paling banyak di akses.

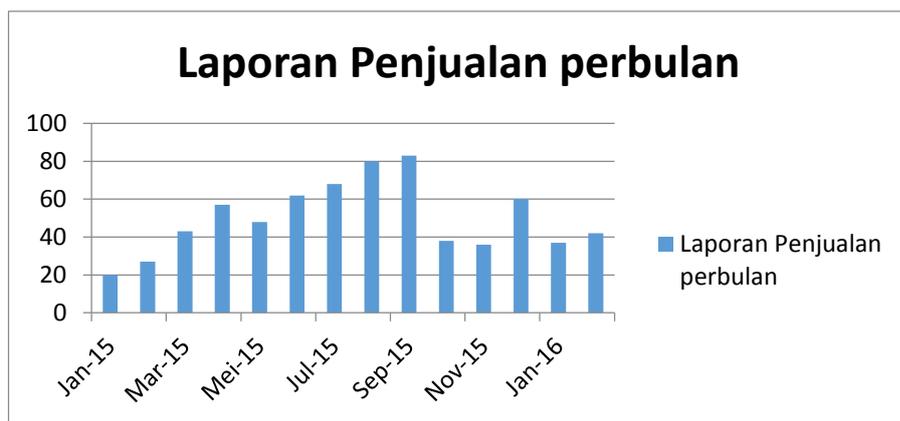


Gambar 1.10

Pertumbuhan Industri Kreatif

Sumber: Studi Industri Kreatif (2009).

Dari gambar tersebut juga menggambarkan bahwa terjadinya pertumbuhan pedagang di industri kreatif, Semakin banyaknya pedagang di sektor ini serta semakin banyaknya yang menggunakan media internet dan munculnya berbagai bisnis unik lainnya di instagram menjadikannya semakin banyaknya pesaing yang akan di hadapi.



Gambar 1.11

Laporan Penjualan Jam Periode Januari 2015 - Februari 2016

Sumber: Data Internal Party Partner

Semakin banyaknya pesaing di dunia industry kreatif dan bisnis online berdampak langsung pada penjualan dimana terjadinya penurunan drastis pada penjualan. Hal ini yang menuntut bisnis online ini harus selalu melakukan inovasi dan pengembangan bisnisnya, terlebih lagi sedikitnya peluang keberhasilan bisnis mahasiswa ini jarang yang bertahan lama yang dikarenakan faktor kurangnya memperhatikan perhitungan finansial dan strategi pengembangan usahanya serta kebanyakan toko online mempunyai permasalahan karena terdapatnya kesenjangan antara penjual dan pembeli yang dikarenakan apa yang di berikan dari penjualan belum sepenuhnya yang diinginkan para konsumen.

Maka dari itu bisnis online Party Partner ini mengembangkan bisnisnya dengan membuka sebuah outlet yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan serta perlu dilakukan kajian supaya dapat diketahui apakah bisnis yang dijalankan layak atau tidak untuk dikembangkan. Menurut Umar (2009:12) kajian yang harus dilakukan adalah studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Menurut Kasmir & Jakfar (2014:7) untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek.

Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek dampak lingkungan bisnis. Dalam studi kelayakan bisnis yang akan dilakukan pada Party Partner terdapat beberapa aspek yang perlu ditinjau yaitu aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis, aspek manajemen aspek ekonomi dan sisial serta aspek lingkungan bisnis. Berdasarkan pentingnya studi kelayakan bisnis dan rencana Party Partner untuk menganalisis kelayakan bisnisnya lah yang menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KELAYAKAN PEMBUKAAN OUTLET PARTY PARTNER ”**

1.3 Rumusan masalah

1. Apakah bisnis Party Patner layak untuk dijalankan berdasarkan aspek pasar dan pemasaran?
2. Apakah bisnis Party Patner layak untuk dijalankan berdasarkan aspek hukum?
3. Apakah bisnis Party Patner layak untuk dijalankan berdasarkan aspek lingkungan?
4. Apakah bisnis Party Patner di Kota Bandung layak untuk dijalankan berdasarkan aspek teknis dan teknologi?
5. Apakah bisnis Party Patner layak untuk dijalankan berdasarkan aspek manajemen dan sumber daya manusia?
6. Apakah bisnis Party Patner layak untuk dijalankan berdasarkan aspek keuangan?

1.4 Tujuan penelitian

1. Mengetahui kelayakan bisnis Party Patner berdasarkan aspek pasar dan pemasaran.
2. Mengetahui kelayakan bisnis Party Patner berdasarkan aspek hukum.
3. Mengetahui kelayakan bisnis Party Patner berdasarkan aspek lingkungan.
4. Mengetahui kelayakan bisnis Party Patner berdasarkan aspek teknis dan teknologi.
5. Mengetahui kelayakan bisnis Party Patner berdasarkan aspek manajemen dan sumber daya manusia.
6. Mengetahui kelayakan bisnis Party Patner berdasarkan aspek keuangan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam mempertahankan dan meningkatkan pendapatan *party partner*.
2. Memberikan Informasi mengenai aspek finansial dalam rangka pengembangan bisnis Party Partner.
3. Sebagai bahan pertimbangan jika ingin membuka toko cabang baru.
4. Memberikan informasi jangka waktu pengembalian investasi (payback period) *party partner*

1.6 Sistematika Penelitian Tugas Akhir

Sistematika penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Gambaran secara terperinci dari bab ke bab mengenai isi dari penelitian. Sistematika penelitian adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang pengenalan masalah yang akan dibahas meliputi gambaran umum objek studi, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta literatur-literatur baik jurnal maupun karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian yang mendukung permasalahan, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional dalam penelitian, metode analisis pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan secara rinci tentang pengolahan data berdasarkan teknik analisis yang digunakan. Untuk selanjutnya dilakukan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan akhir dari hasil analisis dan pembahasan serta saran-saran yang dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang berkaitan dengan hasil penelitian ini.