

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan pasar yang semakin global membuat persaingan usaha di Indonesia semakin ketat. Banyak industri-industri baru bermunculan dan ikut mewarnai pasar industri di beberapa dekade terakhir ini. Setiap perusahaan pasti akan berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk pelanggannya dan menjadi yang terdepan diantara kompetitornya. Banyak cara yang dilakukan dengan strategi bisnis masing-masing. Perusahaan yang tumbuh dan berkembang itu salah satunya yaitu usaha yang bergerak di bidang pakaian atau busana.

Busana merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Ini artinya busana merupakan kebutuhan pokok manusia. Seiring dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, kegiatan dan aktifitas seseorang semakin banyak, sehingga dibutuhkan berbagai jenis busana yang dapat dipakai sesuai dengan kegiatan tersebut. Selain itu, busana saat ini digunakan sebagai simbol status, jabatan ataupun kedudukan seseorang yang menggunakannya. Perkembangan busana dipengaruhi oleh kebutuhan dan budaya yang berkembang di masyarakat pada saat itu. Hal tersebut juga mempengaruhi bentuk pakaian dan tren *fashion* yang berbeda di setiap negara tergantung pada persepsi masing-masing negara tersebut.

Di Indonesia salah satu kota yang terkenal di bidang *fashion* adalah Kota Bandung. Bandung merupakan kota yang terkenal dengan industri pakaian jadi dengan model-model yang unik dan sangat mengikuti tren masa kini. Bandung dikenal dengan anak mudanya yang kreatif, khususnya di bidang *fashion*. Bandung kini menjadi salah satu kota tujuan wisata belanja di Indonesia. Banyak pendatang dari luar kota Bandung yang sengaja datang untuk sekedar berbelanja pakaian. Kota Bandung merupakan kota di Indonesia yang sering diburu wisatawan untuk berbelanja pakaian karena dikenal memiliki banyak *Factory Outlet (FO)* dan *Distribution store (Distro)* (Kementrian Perdagangan, 2011). Jumlah pengunjung ke Kota Bandung dari luar kota meningkat setiap tahunnya.

Berikut ini adalah data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2008-2010.

Tabel I.1 Data Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2008-2010 (BPS,2011)

Tahun	Kendaraan yang masuk melalui gerbang tol (orang)	Pengunjung melalui bandara, stasiun, terminal (orang)	Pengunjung melalui pintu kedatangan (orang)	Jumlah wisatawan baik wisman maupun wisnus	Jumlah
2008	59.264.795	4.901.123	64.165.618	4.496.145	132.827.681
2009	62.796.847	7.147.694	69.944.541	4.933.790	144.822.872
2010	65.442.916	7.990.407	73.433.323	5.179.888	152.046.534

Berdasarkan tabel di atas diperoleh informasi rata-rata peningkatan wisatawan pada Tahun 2008 hingga 2010 adalah sebesar 7%. Kondisi ini mempunyai peluang yang cukup besar bagi para pelaku bisnis (*incumbent* dan *new entrant*).

Salah satu industri fashion yang berkembang di Bandung adalah busana muslim. “Di Kota Bandung terdapat sebanyak 73 *outlet* busana muslim ...”(onestopbandung.com). Bisnis ini bermunculan seiring dengan terjadinya peningkatan permintaan akan produk busana muslim dan sekaligus munculnya banyak usaha dagang yang bergerak dalam bisnis busana muslim. Di bawah ini adalah tabel jumlah *outlet* busana muslim yang dibagi berdasarkan daerah di Kota Bandung.

Tabel I.2 Jumlah *Outlet* Busana Muslim Dibagi Berdasarkan Daerah Di Kota Bandung (onestopbandung,2013)

No	Daerah	Jumlah	Persentase
1	Bandung Utara	6	8,22%
2	Bandung Timur	8	10,96%
3	Bandung Tengah	6	8,22%

Tabel I.2 Jumlah *Outlet* Busana Muslim Dibagi Berdasarkan Daerah Di Kota Bandung (lanjutan)

No	Daerah	Jumlah	Persentase
4	Bandung Selatan	6	8,22%
5	Bandung Barat	47	64,38%
Total		73	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh informasi bahwa masing-masing Daerah Bandung memiliki *outlet* busana muslim. Melihat kondisi tersebut bisa dilihat bahwa persaingan bisnis dalam bidang *fashion* cukup kompetitif. Tentunya setiap perusahaan harus mempunyai *value added* tersendiri untuk menarik minat pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Sekarang ini, untuk memasarkan barang yang akan dijual kepada pembeli tidak hanya dengan cara menjualkan barangnya langsung kepada pembeli. Dengan pemasaran *online* yang memanfaatkan teknologi *search engine* dapat mengundang calon pelanggan yang relevan dengan produk/jasa yang ditawarkan untuk mengetahui produk/jasa melalui *website* atau media sosial lainnya. Karena saat ini tidak sedikit orang yang mencari barang di internet maka hanya perlu menjelaskan barang yang dijual secara detail.

Jika ditelusuri lebih jauh, sebenarnya banyak sekali pelaku usaha di bidang *fashion*, salah satunya adalah Queenze Hijab Fashion. Queenze Hijab Fashion merupakan bisnis *online* yang bergerak di bidang pakaian muslim wanita. Queenze didirikan pada bulan Februari Tahun 2012. Berdirinya Queenze berawal dari kondisi *trend* bisnis *online* yang berkembang pesat di dunia dan disertai dengan model hijab yang tengah menjamur di tengah masyarakat Indonesia. Berikut adalah jenis produk yang dijual oleh Queenze.

Tabel I.3 Jenis Produk yang Dipasarkan oleh Queenze

No	Nama Produk	Keterangan
1	Baju	Baju yang diproduksi seperti kemeja, blazer, cardigan, dan sejenisnya.
2	Celana	Celana yang sebagian besar berbahan katun, chino, denim dan sejenisnya.

Tabel I.3 Jenis Produk yang Dipasarkan oleh Queenze (lanjutan)

No	Nama Produk	Keterangan
3	Rok	Rok yang diproduksi seperti rok rample, rok model A, rok kembang, dan sebagainya.
4	<i>Dress</i>	<i>Dress</i> yang diproduksi ada dua jenis, yaitu lengan panjang dan tanpa lengan.
5	Pashmina	Pashmina yang diproduksi rata-rata berbahan sifon.
6	Ciput	Ciput merupakan salah satu komponen hijab yang berfungsi sebagai tempat melekatnya hijab. Ciput terbuat dari bahan kaos yang sangat nyaman jika digunakan.
7	<i>Hanger</i> jilbab	<i>Hanger</i> jilbab terdiri dari 28 lubang. <i>Hanger</i> ini terbuat dari besi dan plastik berwarna cerah. <i>Hanger</i> ini diperoleh dari <i>supplier</i> yang terdapat di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Bandung

Produk-produk di atas dapat diperoleh dengan sistem pembelian *delivery order*. Dalam pelaksanaannya Queenze *launching* katalog yang berisikan produk terbaru setiap bulannya. Katalog ini dipublikasikan dengan memanfaatkan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *BlackBerry Messenger (BBM)* Para pelanggan yang tertarik terhadap produk Queenze dapat memesan melalui *SMS*, *BBM* dan *Line* dengan mencantumkan identitas disertai kode barang. Setelah itu pelanggan dapat memilih sistem pembayaran melalui tiga bank konvensional yaitu Mandiri, BNI dan BCA.

Selama bisnis tersebut dijalankan, pendapat Queenze meningkat setiap tahunnya. Pada tahun pertama, di akhir tahun 2012 pendapatan yang diperoleh Rp74.310.000,00. Pada tahun kedua, di akhir tahun 2013, pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 147.252.000,00.

Berikut adalah rincian pendapatan Queenze setiap bulannya.

**Tabel I.4 Penjualan dan Pendapatan Queenze Tahun 2012-2013
(Queenze,2013)**

Tahun 2012			Tahun 2013		
Bulan ke-	Penjualan (rupiah)	Pendapatan (rupiah)	Bulan ke-	Penjualan (rupiah)	Pendapatan (rupiah)
1	Rp 3.400.000	Rp 510.000	1	Rp 9.480.000	Rp 740.000
2	Rp 3.575.000	Rp 536.250	2	Rp 9.535.000	Rp 767.500
3	Rp 4.900.000	Rp 735.000	3	Rp 10.271.000	Rp 1.135.500
4	Rp 4.774.000	Rp 716.100	4	Rp 10.324.000	Rp 1.162.000
5	Rp 5.100.000	Rp 765.000	5	Rp 12.891.000	Rp 2.445.500
6	Rp 6.325.000	Rp 948.750	6	Rp 13.000.000	Rp 2.500.000
7	Rp 6.230.000	Rp 934.500	7	Rp 12.750.000	Rp 2.375.000
8	Rp 6.600.000	Rp 990.000	8	Rp 15.800.000	Rp 3.900.000
9	Rp 7.760.000	Rp 1.104.000	9	Rp 13.300.000	Rp 2.650.000
10	Rp 7.322.000	Rp 928.800	10	Rp 13.213.000	Rp 2.606.500
11	Rp 8.950.000	Rp 1.080.000	11	Rp 13.132.000	Rp 2.566.000
12	Rp 9.374.000	Rp 1.249.600	12	Rp 13.556.000	Rp 2.778.000
Total	Rp 74.310.000	Rp 10.498.000	Total	Rp 147.252.000	Rp 25.626.000
rata-rata	Rp 6.192.500	Rp 874.833	rata-rata	Rp 12.271.000	Rp 2.135.500

Berdasarkan tabel di atas, pendapatan bersih Queenze mengalami peningkatan sebesar Rp 15.128.000,00. Kenaikan pendapatan Queenze pada Tahun 2012 hingga 2013 sebesar 144,1%. Queenze ingin mengembangkan usahanya dan tentunya meningkatkan pendapatan. Maka dari itu, dengan melihat peningkatan pengunjung ke Kota Bandung pada Tahun 2008 sampai dengan 2010, Queenze melihat adanya peluang bisnis dengan membuka *outlet* di Kota Bandung. Sementara *cost* yang dibutuhkan terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan bersbisnis secara online. Berikut adalah alasan mengapa suatu *online shop* harus memiliki *offline shop*.

Tabel I.5 Perbandingan *Online Shop* dan *Offline Shop* (Faizul, 2013)

NO	<i>Offline Shop</i>	<i>Online Shop</i>
1	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.
2	Pelanggan bisa 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.
3	Pelanggan sangat mudah melakukan retur barang, klaim garansi, minta, dan lain-lain. Pelanggan tidak perlu menunggu beberapa hari untuk diproses. Pelayanan <i>after sales</i> 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> .
4	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.
5	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. Ada daftar produk, keranjang belanjaan, pilihan cara pembayaran dan jasa pengiriman barang. Yang berbeda biasanya hanya pada tampilan saja.

Tabel I.5 Perbandingan Online Shop dan Offline Shop (lanjutan)

NO	<i>Offline Shop</i>	<i>Online Shop</i>
6	Dapat melakukan <i>event</i> menarik yang akan menarik calon pelanggan. Misalnya lomba foto model yang nantinya akan menjadi <i>brand ambassador</i> toko tersebut, atau memanfaatkan parkir atau halaman toko untuk melakukan bazar untuk halnya toko pakaian, dan lain sebagainya.	Tidak banyak <i>event</i> yang bisa dilakukan karena terbatas dengan tidak adanya pertemuan pihak <i>online shop</i> dan pelanggan.
7	Bisa bertatap muka dengan pelanggan dan dapat dengan mudah meneliti karakter dan kebiasaan pelanggan tersebut. Dengan hal ini apa yang diinginkan pelanggan, dan strategi market berikutnya akan tepat sasaran.	Tidak bisa bertatap muka dengan pelanggan sehingga tidak mudah meneliti karakter dan kebiasaan pelanggan tersebut.

Berdasarkan perbandingan di atas dan keinginan *owner* Queenze untuk meningkatkan keuntungan serta memperluas *market*, maka pemilihan keputusan untuk membuka *outlet* atau toko *offline* dirasa sangat tepat. Dengan memiliki toko *offline*, bukan berarti menutup *online shop*, dan begitu pula sebaliknya. Kedua hal tersebut adalah kegiatan yang saling komplementer dan dapat berjalan dan berkembang secara beriringan. Kemudian berikutnya harus dilakukan pemilihan lokasi yang baik untuk toko *offline* yang ingin didirikan. Maka dari itu perlu dilakukan analisis kelayakan agar usaha yang akan dijalankan tidak sia-sia serta dapat meminimalisasi masalah yang akan timbul di masa yang akan datang. Melihat hal-hal di atas maka peneliti akan mengkaji tentang kelayakan investasi pembukaan *outlet* busana muslim Queenze ditinjau dari aspek pasar, teknis dan finansial di Kota Bandung.

I.2 Perumusan Masalah

Queenze memiliki pendapatan per tahun yang meningkat. Dengan melihat jumlah pengunjung ke Kota Bandung yang terus meningkat, Queenze ingin meningkatkan pendapatannya dan ingin mengembangkan usaha busana muslimnya dengan cara melakukan pembukaan *outlet*. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka akan dilakukan analisa kelayakan investasi pada pembukaan *outlet* busana muslim Queenze yang dilihat dari beberapa aspek. Berdasarkan latar belakang yang ada, terdapat beberapa permasalahan pokok yang akan ditinjau dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan *outlet* busana muslim Queenze di Kota Bandung dilihat dari aspek pasar dan teknis?
2. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan *outlet* busana muslim Queenze di Kota Bandung dilihat dari aspek finansial?
3. Bagaimana tingkat sensitivitas dan resiko yang ada dalam bisnis pembukaan *outlet* busana muslim Queenze di Kota Bandung terhadap perubahan variabel – variabel tertentu?

I.3 Tujuan Penelitian

Sehubung dengan permasalahan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir ini, maka tujuan dilakukannya penelitian ini berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Menganalisis kelayakan bisnis pembukaan *outlet* busana muslim Queenze di Kota Bandung dilihat dari aspek pasar dan aspek teknis.
2. Menganalisis kelayakan bisnis pembukaan *outlet* busana muslim Queenze di Kota Bandung dilihat dari aspek finansial.
3. Menganalisis tingkat sensitivitas dan resiko bisnis pembukaan *outlet* busana muslim Queenze di Kota Bandung.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini diantaranya adalah :

1. Sebagai bahan pertimbangan pengembalian keputusan investasi bisnis yang dilakukan *outlet* busana muslim Queenze.

2. Sebagai bahan masukan yang dapat dipertimbangkan dalam hal dasar pembuatan kebijakan perusahaan mengenai pengembangan usaha selanjutnya.
3. Sebagai masukan dalam melakukan inovasi produk dan pemasaran yang lebih luas.

I.5 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan semula. Pembatasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah suku bunga, inflasi, pajak dan kondisi ekonomi lainnya 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.