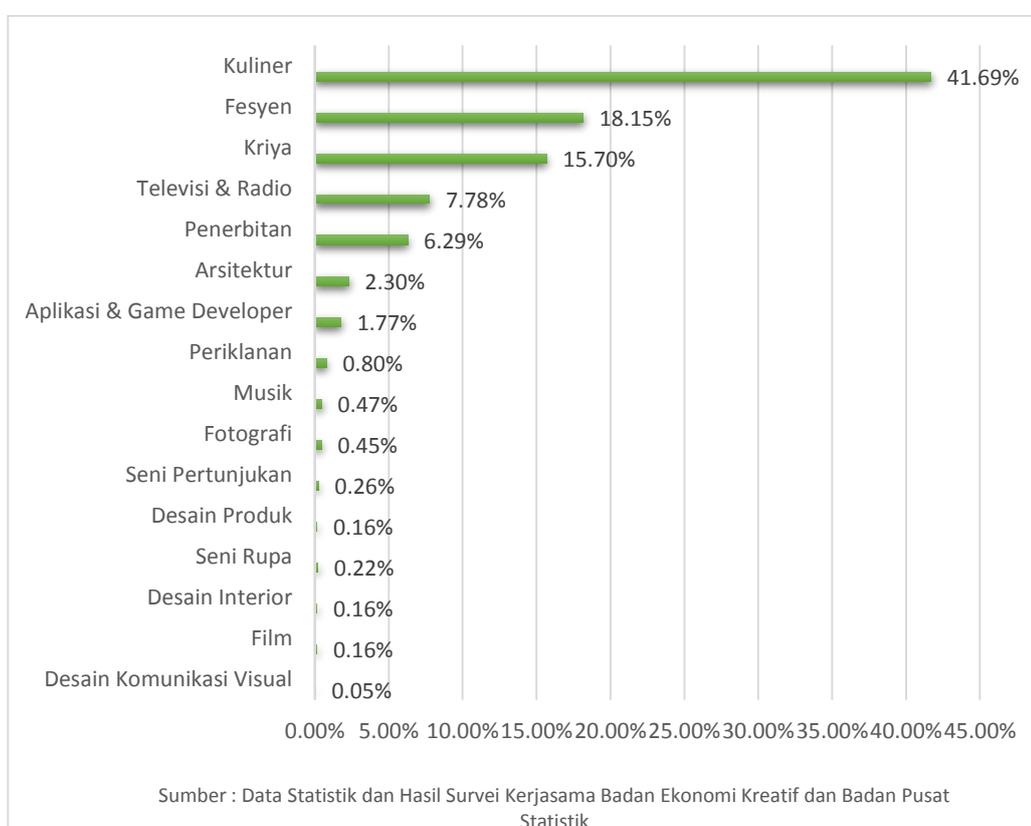


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar penting perekonomian Indonesia. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Berkaf) telah menetapkan 16 subsektor yang mendukung dalam industri kreatif yaitu, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi, dan radio.



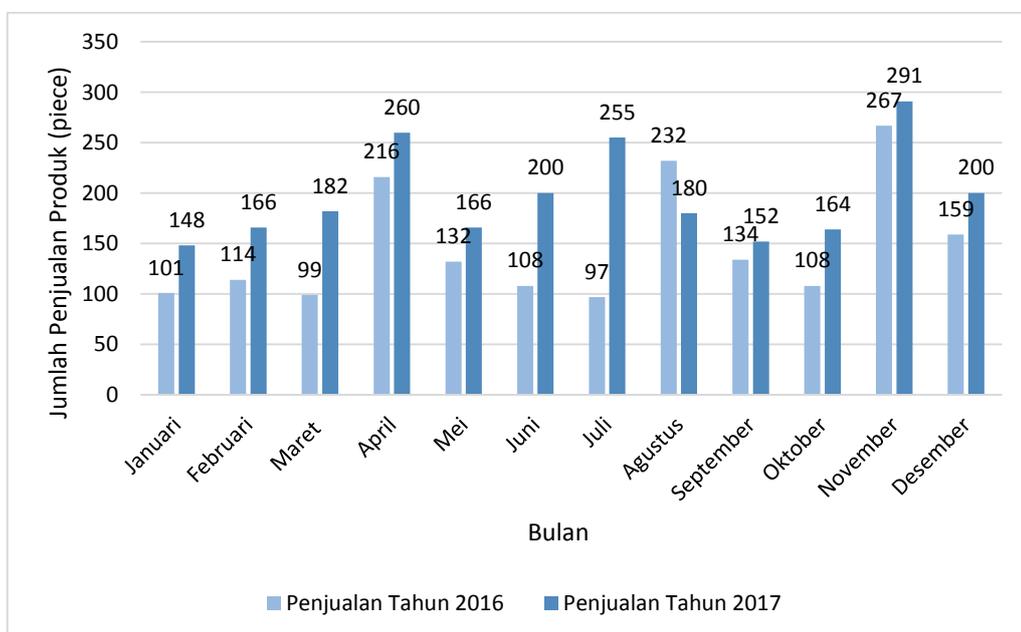
Gambar I. 1 Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Berdasarkan Subsektor

Data statistik dan hasil survei kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2016 mencatat bahwa PDB di bidang ekonomi kreatif mengalami kenaikan cukup signifikan dengan rata-rata 10.14% setiap tahun. Berdasarkan data tersebut, didapatkan bahwa industri kreatif memiliki 3 subsektor

yang mendominasi yaitu subsektor kuliner dengan 41.69%, fesyen 18.15%, dan kriya 15.70%.

Organisasi PKK (Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan) PBB mengumumkan Kota Bandung sebagai salah satu dalam jaringan kota kreatif UNESCO *Creative Cities Network*. Kota Bandung terpilih dalam 5 (lima) besar kota kreatif se-Asia, saat ini sudah ada 400 *outlet* industri kreatif yang menyerap kurang lebih 334,244 tenaga kerja dan memberikan kontribusi 11% untuk pertumbuhan ekonomi kota. Kontribusi terbesar ekonomi kreatif di Bandung terletak di bidang desain, fesyen, kerajinan, kuliner, dan turisme.

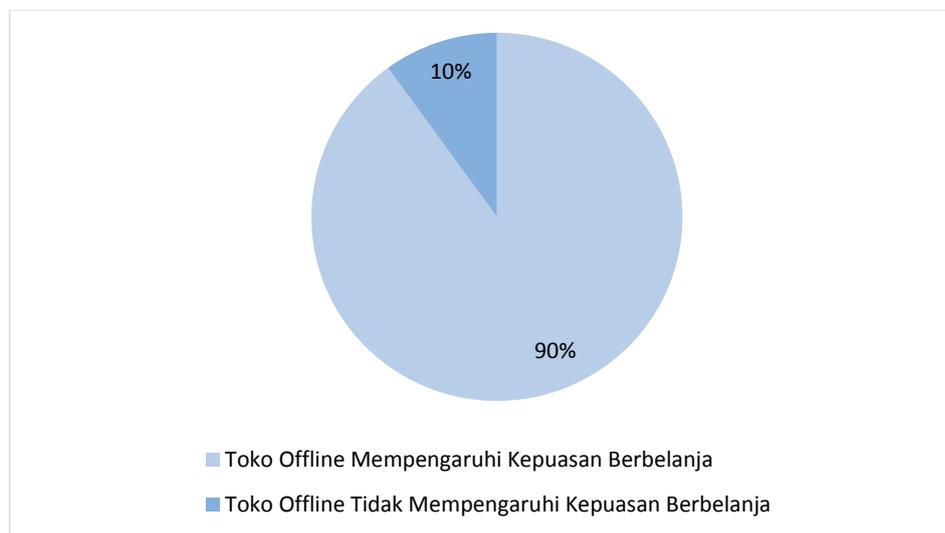
Cotton.go merupakan bisnis *clothing* yang menjual barang – barang yang berhubungan dengan dunia fesyen. Bisnis ini didirikan pada 24 November 2015 di Kota Bandung. *Cotton.go* adalah bisnis yang menawarkan beberapa produk seperti kaos, polo, jaket, dan kemeja. Awal mulanya bisnis *Cotton.go* melakukan riset terlebih dahulu dengan melakukan proses penjualan pada produk kaos sejumlah 72 kaos. Berikut merupakan data penjualan produk *Cotton.go* dalam 2 tahun terakhir:



Gambar I. 2 Penjualan Produk *Cotton.go* Tahun 2016 dan Tahun 2017

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa tidak sedikit produk *Cotton.go* yang terjual di pasar. Setelah mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan

pertama, Cotton.go menggunakannya untuk memproduksi dan menambah varian produk untuk meningkatkan keuntungan dan mengembangkan bisnisnya. Maka dari itu Cotton.go berencana untuk membuka toko pertamanya di Bandung. *Trust* konsumen dalam lingkungan *online* menjadi sangat penting dalam mengadaptasi teknologi baru karena vendor melayani pembeli dengan cara yang tidak terduga. Di samping tidak sedikit konsumen merasa kurang percaya dengan produk yang akan dibelinya, karena beberapa hal seperti bahan, model, ukuran, dan warna. Hal ini juga didukung dengan data survei mengenai pengaruh kepuasan konsumen pada kepuasan pembelian produk terhadap *offline store*. Desain kuesioner dapat dilihat pada lampiran A.



Gambar I. 3 Hasil Survei Pengaruh Toko *Offline* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil survei di atas, dijelaskan bahwa dari 60 responden terdapat 90% atau sebanyak 54 responden berpendapat bahwa toko *offline* dapat mempengaruhi kepuasan dalam membeli produk. Sedangkan sebanyak 10% atau 6 responden berpendapat bahwa toko *offline* tidak mempengaruhi kepuasan berbelanja. Hal ini disebabkan karena responden lebih puas jika datang ke toko *offline* dengan tujuan dapat mencoba produk, melihat warna, ukuran, dan bahan secara langsung. Sehingga pembeli dapat langsung membawa pulang barang saat konsumen selesai membayar. Berdasarkan hasil survei di atas dan keinginan *owner* Cotton.go untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan, pemilihan keputusan untuk membuka toko *offline* dirasa tepat. Investasi memerlukan sebuah keputusan yang

matang untuk menentukan apakah investor akan menanamkan modal atau tidak kepada perusahaan tersebut, investor juga memerlukan sebuah keputusan untuk menentukan apakah akan berinvestasi jangka panjang, menengah atau pendek, memilih jenis investasi menjadi faktor paling utama dalam kegiatan bisnis, banyak hal yang dihadapi dalam sebuah usaha, perencanaan yang matang dan ekstra menjadi hal yang mutlak (Kurniadi, Prahasto, & Widiyanto, 2016). Maka dari itu perlu dilakukan analisis kelayakan usaha untuk mengetahui layak atau tidaknya pembukaan toko *offline* Cotton.go ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hasil analisis kelayakan usaha pada bisnis Cotton.go ditinjau dari aspek pasar?
2. Bagaimanakah hasil analisis kelayakan usaha pada bisnis Cotton.go ditinjau dari aspek teknis?
3. Bagaimanakah hasil analisis kelayakan usaha pada bisnis Cotton.go ditinjau dari aspek finansial?
4. Bagaimanakah hasil analisis sensitivitas terhadap harga jual produk pada bisnis Cotton.go?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil analisis kelayakan usaha di bisnis Cotton.go ditinjau aspek pasar.
2. Untuk mengetahui hasil analisis kelayakan usaha di bisnis Cotton.go ditinjau aspek teknis.
3. Untuk mengetahui hasil analisis kelayakan usaha di bisnis Cotton.go ditinjau aspek finansial.

4. Untuk mengetahui hasil dari analisis sensitivitas terhadap harga jual produk bisnis Cotton.go.

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada bisnis Cotton.go selama kurang lebih 4 bulan.
2. Pengambilan data dalam penelitian ini diambil dengan waktu paling akhir tahun 2016.
3. Responden yang digunakan untuk memenuhi penelitian adalah penduduk yang berusia 18 – 25 tahun di Bandung.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini ditujukan untuk menjadi masukan yang berguna karena sudah mengkaji berbagai aspek seperti aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial secara komprehensif dan detail sehingga dapat dijadikan dasar bagi investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih objektif.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini ditulis dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai pengantar dari penelitian seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini memberikan informasi mengenai dasar teori yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis kelayakan usaha dan analisis sensitivitas. Tujuan dari bab ini adalah untuk menyediakan pengetahuan singkat mengenai teori dari literatur yang relevan yang

digunakan sebagai landasan teori dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir penelitian yang dilakukan.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini merupakan bagian pada tugas akhir yang menjelaskan tentang proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

BAB V Analisis

Bab ini 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

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