

Bab I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di Indonesia total pengeluaran masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pakaian, alas kaki dan tutup kepala sebesar 2,91 persen serta keperluan untuk kebutuhan pesta sebesar 1,57 persen. Hal ini dapat dilihat pada tabel I.1 dibawah ini:

Tabel I.1 Persentase Pengeluaran Rata-Rata Penduduk Indonesia perKapita Sebulan Menurut Kelompok Barang

Kelompok Barang	Tahun					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Perumahan dan fasilitas rumahtangga	19,15%	19,58%	26,03%	24,77%	25,55%	25,24%
Barang dan jasa	19,17%	19,28%	12,65%	12%	11,68%	12,09%
Pakaian, alas kaki dan tutup kepala	6,53%	6,57%	2,94%	2,91%	2,78%	2,91%
Barang-barang tahan lama	4,94%	4,87%	4,89%	4,36%	5,11%	4,76%
Pajak dan asuransi	1,60%	1,86%	2%	3,11%	2,71%	2,78%
Keperluan pesta dan upacara	1,43%	1,40%	1,4%	1,24%	1,55%	1,57%

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019 Bandung.

Berdasarkan tabel I.1 diketahui bahwa pengeluaran penduduk Indonesia menurut kelompok barang dari tahun 2013 sampai 2018 kelompok pakaian, alas kaki dan tutup kepala sempat mengalami kenaikan di tahun 2014 namun pada tahun berikutnya mengalami penurunan dan kembali naik di tahun 2018. Dari kelompok pakaian, alas kaki dan tutup kepala tersebut, alas kaki menjadi produk yang paling diminati setelah pakaian, hal ini di tegaskan oleh Data Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo) yang menunjukkan, pasar sepatu domestik pada tahun 2018 diproyeksikan naik 30%, dari Rp 25 triliun menjadi sebesar Rp27 triliun (<https://www.aprisindo.or.id> di akses 31 Agustus 2019).

Tingginya pasar sepatu domestik seperti di jelaskan Aprisindo memang suatu hal yang wajar mengingat tingginya penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa dimana jika diasumsikan 90% penduduknya memakai sepatu dan dalam satu tahun melakukan pembelian 2 pasang sepatu, maka kebutuhan sepatu dalam negeri dalam satu tahun mencapai 450 juta pasang sepatu (<https://www.aprisindo.or.id> di akses 31 Agustus 2019). Kebutuhan akan sepatu oleh masyarakat memang tidak seluruhnya berfokus pada satu jenis sepatu saja,

karena jika dilihat dari penggunaannya sepatu tersebut terbagi kedalam beberapa kelompok seperti sepatu kerja, olah raga, sepatu sekolah dan sepatu *casual* yang di pakai sehari-hari. Sedangkan jika dilihat dari jenisnya sepatu secara umum terbagi menjadi sepatu kulit dan non kulit.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa merek sepatu *casual* yang memiliki peminat paling banyak, seperti berikut :

Tabel I.2 Top Brand Septu Casual Tahun 2019

Merek	TBI	TOP
Bata	13,5%	TOP
Carvil	10,7%	TOP
Ardiles	7,8%	
Nike	7,7%	
Fladeo	7%	

Sumber : <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> diakses 31 Agustus 2019

Tabel I.2 menunjukkan bahwa merek sepatu *casual* yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu sepatu dengan merek Bata. Top Brand Indonesia (TBI) yang posisi teratas ditempati merek sepatu Bata pada pengukurannya menggunakan tiga aspek yaitu *top of mind awereness*, *last used* dan *future intention*. Dari ketiga aspek tersebut diketahui nilai TBI sepatu merek Bata memiliki rata-rata paling tinggi yang menunjukkan bahwa peminatan pada sepatu merek Bata sangat tinggi karena sepatu dengan merek Bata ini memiliki model yang disesuaikan dengan budaya Indonesia serta memiliki harga yang ekonomis sehingga sering menjadi pilihan konsumen. Namun bagi sebagai orang pemilihan sepatu juga mempertimbangkan bahan yang di pakai seperti penggunaan kulit hewan sapi.

Model sepatu kulit yang cenderung simpel namun memiliki peminat yang tinggi meskipun dari dulu hanya mengalami perputaran desain. Namun konsep rapi, kuat dan nyaman yang sudah melekat pada sepatu kulit, membuat perubahan baru yang ada tidak jauh lepas dari kesan tersebut. Biasanya para produsen hanya menciptakan variasi model yang baru, dan memilih bahan baku yang *up to date* tanpa mengurangi rasa nyaman yang diperoleh konsumen. Pada saat ini peningkatan dan perkembangan penjualan produk sepatu kulit semakin positif, dan momentum menjadi peluang untuk pengusaha industri kreatif untuk terus melakukan terobosan menyangkut desain dan mutu untuk dapat memenangkan persaingan pasar.

Pertumbuhan alas kaki di Indonesia sampai saat ini tersentral pada Pulau Jawa, karena Pulau Jawa memiliki letak geografis dan infrastruktur yang lebih baik jika di bandingkan pulau lainnya. Adapun persebaran Industri Kecil dan Mikro (IKM) alas kaki yang terdapat di Pulau Jawa dapat, yaitu sebagai berikut :

Tabel I.3 Sebaran Industri Alas Kaki di Pulau Jawa Tahun 2015

Provinsi	Sebaran Usaha (dalam %)	Sebaran Tenaga Kerja (dalam %)
Jawa Barat	49,62	58,86
Jawa Timur	32,3	20,29
DKI Jakarta	4,75	7,98
Jawa Tengah	3,74	3,67
Banten	1,3	1,69
Yogyakarta	0,21	0,15

Sumber : Peta Potensi dan Profil IKM Alas Kaki Nasional (BPIPI 2015).

Provinsi Jawa Barat menjadi provinsi yang paling tinggi memiliki sebaran IKM alas kaki di Pulau Jawa. Hal ini tentu merupakan sebuah potensi yang potensial dalam pengembangan IKM alas kaki karena pembentukan pasar secara tidak langsung akan terfokus sehingga dan menarik *stakholder* baik dalam negeri maupun luar negeri yang membutuhkan alas kaki. Sebagai Provinsi yang memiliki persebaran IKM alas kaki paling tinggi, Jawa Barat diketahui memiliki beberapa sentra pengembangan IKM alas kaki di beberapa tempat, khususnya yang terbesar adalah sentra Industri Kecil Menengah (IKM) alas kaki/sepatu Cibaduyut di Kota Bandung, yang bertanggung jawab kepada Dinas Koperasi, UKM dan Perindag Kota Bandung. Unit pengembangan ini memiliki tugas pokok melaksanakan sebagian tugas pokok dinas Perindag dibidang pengembangan dan pembinaan IKM di Kota Bandung.

Perkembangan IKM alas kaki di kota Badung pada saat ini diketahui kembali mengalami peningkatan dimana pada beberapa tahun belakangan sepat menurun karena banyaknya tenaga kerja IKM alas kaki yang melakukan alih propesi sehingga menyebabkan produk alas kaki dari IKM sentra Cibaduyut turun pamor. Namun pada saat ini industri alas kaki Cibaduyut mulai meningkat kembali dan diprediksi akan banyak bermunculan IKM alas kaki lainnya karena pasar pada produk tersebut semakin besar. Perkembangan IKM alas kaki di kota Bandung dapat dilihat dari peningkatan jumlah pelaku industri dan nilai investasi seperti dalam tabel berikut :

Tabel I.4 Jumlah Tenaga Kerja dan Nilai Investasi Industri Alas Kaki Cibaduyut Tahun 2011-2015

Tahun	Pekerja	Nilai Investasi (juta)
2011	2719	5.109.900
2012	2851	19.004.956
2013	3468	20.064.448
2014	6045	23.720.675
2015	6045	23.720.675

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindag Kota Bandung

Dalam waktu lima tahun diketahui bahwa perkembangan pekerja dan nilai investasi pada IKM alas kaki sentra Cibaduyut mengalami perkembangan yang cukup baik dan hal tersebut menunjukkan prospek dari industri alas kaki memiliki potensi mendatangkan keuntungan bagi pelakunya. Selanjutnya perkembangan IKM alas kaki di kota Bandung juga dapat dilihat dari perkembangan produksi alas kaki di Cibaduyut sebagai berikut :

Tabel I.5 Jumlah Produk Alas Kaki di Cibaduyut tahun 2011-2015

Tahun	Jumlah Produksi
2011	1.860.000
2012	3.114.022
2013	3.425.424
2014	4.092.300
2015	4.046.700

Sumber : Dinas Koperasi, UKM dan Perindag Kota Bandung

Data pada tabel diatas menjelaskan bahwa produksi alas kaki memiliki kecenderungan yang terus meningkat, hal tersebut menunjukkan bahwa potensi pasar dari alas kaki sangat potensial karena peningkatan produksi akan berbanding lurus dengan tingginya permintaan pasar terhadap alas kaki tersebut. Permintaan pasar yang semakin meningkat pada produk alas kaki dapat dilihat dari perkembangan penjualan alas kaki di Cibaduyut sebagai berikut :

Tabel I.6 Perkembangan Penjualan Alas Kaki di Cibaduyut Tahun 2011-2015

Tahun	Rata-Rata Penjualan (dalam juta)
2011	282
2012	378
2013	446
2014	473
2015	501

Sumber : Dinas Koperasi, UKM dan Perindag Kota Bandung

Perkembangan penjualan alas kaki yang semakin meningkat di setiap tahunnya menunjukkan bahwa peminat pada alas kaki semakin banyak yang artinya pasar dari alas kaki semakin baik. Positifnya perkembangan IKM alas kaki juga ditunjukkan dari hasil penelitian Christianto (2010) yang menyatakan bahwa :

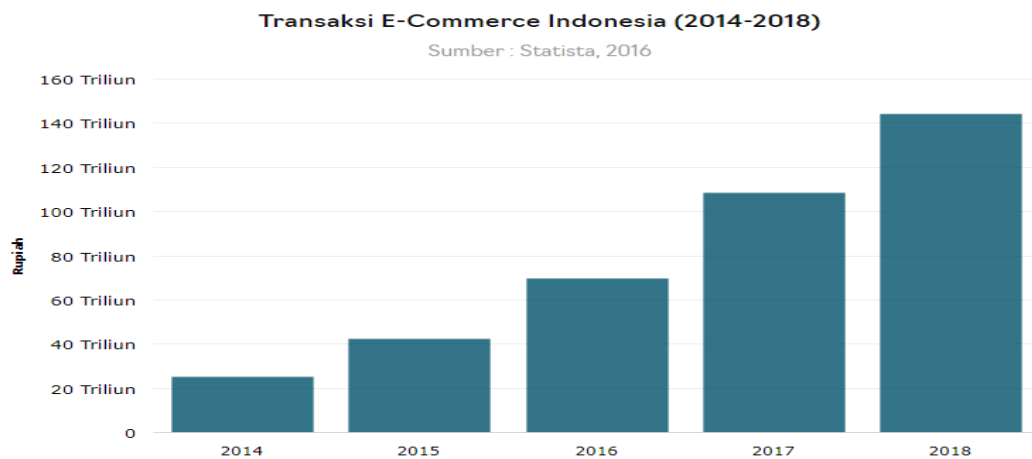
“Terdapat 386 unit industri sepatu yang tersebar di Jakarta, Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Kalimantan Timur, Sumatera Utara, Riau, Sumatera Barat, dan Sulawesi Utara. Potensi pasar untuk sepatu boot kulit pada pasar nasional dilihat dari omset penjualan industri alas kaki mencapai Rp 4,6 triliun pada kuartal pertama 2010 atau meningkat 10 persen. Sementara pada pasar ekspor tahun 2010 diperkirakan akan mencapai dua miliar dolar AS atau meningkat 11 persen dibandingkan pada 2009”.

Selain pasar ekspor, sepatu kulit juga memiliki pasar domestik yang cukup tinggi, hal ini dilihat dari banyaknya merek sepatu yang berbahan kulit seperti dijelaskan Co Founder Bro.do, Yukka Harlanda yang menyatakan bahwa sepatu kulit tetap akan digemari kaum pria, meskipun kini tengah tren sepatu jenis *sneakers*, karena faktanya setiap pria pasti punya satu sepatu kulit di fase hidupnya. (<https://gaya.tempo.co> di akses 1 September 2019) Pernyataan Yukka Harlanda tersebut sejalan dengan tingginya pertumbuhan pengusaha sepatu lokal berbahan kulit seperti Guteninc, Giant Flamer, Txture, Headway Footwear, Otiv dan yang lainnya. Dari laporan Statistik Daerah Kecamatan Bojongloa Kidul tahun 2016 diketahui bahwa di Cibaduyut terdapat 646 industri kreatif pengrajin sepatu yang mampu menghasilkan 202.910 pasang sepatu setiap bulannya dan dari 165 buah toko yang ada dapat menghasilkan penjualan sebesar Rp 15.015.475.000 pada tahun 2016 dengan pangsa pasar dalam kota dan luar kota.

Tingginya pertumbuhan usaha sepatu kulit tersebut secara tidak langsung memberikan gambaran bahwa peluang pasar pada produk sepatu berbahan kulit masih besar serta seiring dengan perkembangan jaman pembukaan usaha dapat dilakukan dengan modal yang relatif kecil karena pada saat ini pembukaan usaha tidak harus memiliki tempat atau *store*. Pembukaan usaha pada saat ini cenderung dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi seperti melalui media sosial dan website atau lebih dikenal dengan istilah *e commerce*. Penggunaan *e commerce* pada aktivitas penjualan pada saat ini akan lebih menguntungkan mengingat saat ini kebanyakan orang menginginkan sesuatu

yang praktis karena kesibukan dalam menjalankan kegiatan mereka sehingga belanja online menjadi pilihan oleh banyak konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan tanpa menggunakan banyak waktu dan tenaga.

Hasil penelitian Brand Marketing Institute (BMI) pada tahun 2016 mengenai tren belanja online di dunia menunjukkan 26% pengguna internet di Indonesia atau 1.231 orang menunjukkan tendensi untuk melakukan belanja online. BMI memprediksi pasar belanja online akan tumbuh hingga 57% di tahun 2019. Nilai total belanja online per orang selama satu tahun mencapai Rp 825 ribu, atau jika diakumulasikan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai Rp 21 triliun (www.Swa.co.id diakses 1 September 2019). Perkembangan belanja *online* pada masyarakat dapat dilihat dari gambar I.1 :



Gambar I.1 Transaksi *E-Commerce* di Indonesia Tahun 2014-2018
Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> di akses 24 September 2019

Transaksi perdagangan digital di Indonesia yang tumbuh pesat selama lima tahun terakhir mengindikasikan tingginya aktivitas belanja online dari masyarakat menunjukkan bahwa pembuatan website sebagai tempat berjualan sepatu berbahan kulit pada saat ini akan lebih menguntungkan karena akan memangkas biaya operasional serta mempercepat penyebaran informasi pada saat pelaksanaan kegiatan promosi produk. Pembukaan usaha sepatu lokal yang berbahan kulit dengan merek dagang Kawa jika dilihat dari penggunaan kualitas bahan dapat dipastikan dapat bersaing dengan merek lainnya, karena pengguna bahan dari Kawa menggunakan kulit Pull up sehingga semakin lama warna sepatu akan memberikan warna dan corak yang indah dan tidak akan berubah menjadi kusam atau terlihat kotor.

Selain itu desain model dari Kawa ini menggunakan desain dari model sepatu yang sedang menjadi trend pada saat ini sehingga peluang pembelian oleh masyarakat akan semakin besar. Meskipun demikian pendirian pada usaha ini harus dilakukan analisis dan perancangan supaya dalam perkembangannya usaha ini dapat bertahan dalam berbagai kendala. Maka perlu dilakukan analisis kelayakan untuk mengetahui apakah usaha ini layak untuk dilakukan jika ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Analisis sensitivitas juga perlu dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh kenaikan harga bahan baku atau perubahan jumlah permintaan terhadap tingkat kelayakan bisnis.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini, rumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Bagaimana mengukur potensi pasar atas pendirian toko online sepatu Kawa?
2. Bagaimana merancang aspek teknis dan operasional atas pendirian toko online sepatu Kawa?
3. Bagaimana merancang aplikasi website toko online sepatu Kawa?
4. Bagaimana mengukur kelayakan aspek finansial atas pendirian toko online sepatu Kawa?
5. Bagaimana mengukur tingkat sensitivitas atas pendirian toko online sepatu Kawa?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengukur besarnya permintaan pasar atas pendirian toko online sepatu Kawa
2. Merancang teknis dan operasional atas pendirian toko online sepatu Kawa
3. Merancang aplikasi website toko online sepatu Kawa
4. Mengukur kelayakan aspek finansial atas pendirian toko online sepatu Kawa
5. Mengukur tingkat sensitivitas atas pendirian toko online sepatu Kawa

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di dapat dari hasil penelitian ini diantaranya, yaitu :

1. Sebagai bahan pertimbangan ketika akan melakukan pengembangan usaha atau memulai suatu usaha khususnya dalam usaha industri kreatif sepatu berbahan kulit
2. Sebagai dasar pengambilan keputusan dalam melakukan investasi perusahaan yang menjadi objek pada penelitian

I.5 Batasan Masalah

Penulis melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini sebaai berikut :

1. Suku bunga, inflasi, pajak dan kondisi ekonomi lainnya dianggap normal selama periode analisis penelitian
2. Penelitian dinilai berdasarkan aspek pasar, teknis, dan finansial
3. Penelitian hanya untuk bisnis dengan *platform instagram* dan *website*

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 Landasan Teori

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 Data

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.