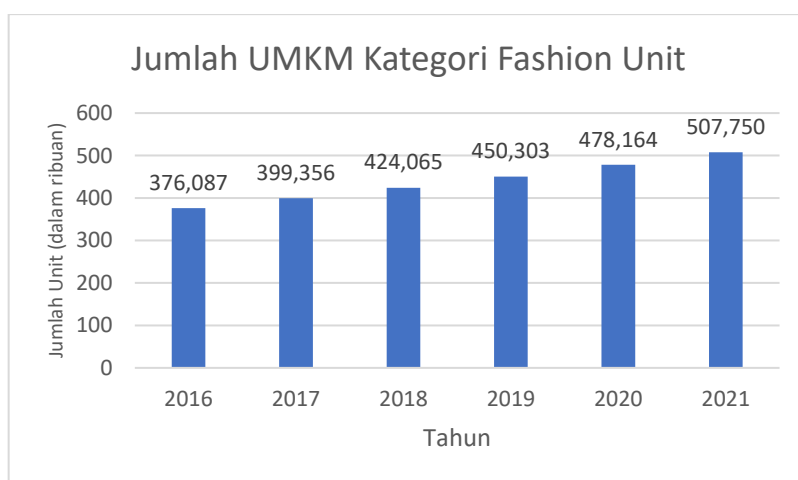


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang berfungsi sebagai penutup dan pelindung tubuh dari dunia luar seperti cuaca, debu, penularan penyakit, dan lain-lainnya. Seiring perkembangannya, pakaian memiliki fungsi dari aspek sosial yang mana sebagai media komunikasi non verbal masyarakat (Ernawati, 2008). Dalam hal ini model berpakaian atau *fashion* dianggap masyarakat bisa menggambarkan ketertarikan seseorang terhadap sesuatu. Selain itu, hal tersebut dipengaruhi oleh trend berpakaian masyarakat yang terjadi disetiap era. Terutama dengan kemunculan sosial media yang memberikan pengaruh terhadap industri berpakaian seperti *Instagram*, *Pinterest* dan *Tiktok*. Hal tersebut menjadikan kategori *fashion* urutan kedua yang paling banyak terjual di *e-commerce* setelah makanan dan minuman (BPS, 2022). Adanya tren tersebut mampu membukakan kesempatan dalam membantu perekonomian di Indonesia.



Gambar I. 1 Jumlah UMKM kategori unit *fashion*

Sumber : Opendata Jabar (2021)

Jumlah UMKM Indonesia pada kategori *fashion* tiap tahunnya mengalami peningkatan. Dapat dilihat pada Gambar I.1 hingga tahun 2021 jumlahnya mencapai lima ratus ribu unit di Jawa Barat (Opendata Jawabarat, 2021). Bisnis pakaian atau *fashion* memiliki banyak peminat sehingga memiliki potensi dimasyarakat, terlebih lagi adanya ketertarikan masyarakat dengan merek dagang lokal. Berdasarkan survei IPSOS GLOBAL Trends 2021 menunjukkan 87%

konsumen di Indonesia memiliki kecenderungan membeli produk lokal dibanding produk luar (Liputan 6.com, 2021).

Kecenderungan tersebut disebabkan beberapa faktor diantaranya, produk lokal memiliki harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang dapat bersaing dan desain cocok dengan budaya Indonesia. Selain itu rasa nasionalisme dari masyarakat dengan mendukung perekonomian lokal dan bangga dengan produk buatan dalam negeri.

Berdasarkan hal tersebut dapat memberikan peluang masyarakat yang berminat untuk membuka usaha bisnis pakaian jadi. Untuk membuka usaha pakaian jadi saat ini tidak perlu memiliki keterampilan khusus dalam dunia *fashion* atau skill menjahit. Dalam proses produksinya pemilik bisnis bisa memanfaatkan jasa konfeksi yang menyediakan sistem partai atau jasa jahit maklon. Jasa maklon merupakan penyediaan jasa untuk menyelesaikan suatu barang tertentu (pakaian) yang proses pengerjaannya dilakukan oleh pihak penyedia jasa, dengan model, bahan baku, dan/atau barang setengah jadi disediakan oleh pengguna jasa, dan kepemilikan produk jadi berada pada pengguna jasa (Waluyo, 2008). Dengan begitu UMKM akan lebih efektif karena menghemat biaya produksi dan meningkatkan efisiensi produksi dibandingkan harus memiliki mesin jahit, peralatan, dan ketrampilan khusus menjahit. Seiring pertumbuhan bisnis *fashion* yang disebutkan sebelumnya mengakibatkan kebutuhan jasa maklon saat ini meningkat. Saat ini, berdasarkan Badan Pusat Statistik pertumbuhan produksi tahunan dalam sektor pakaian jadi meningkat 6,69 persen pada tahun 2022. Nilai peningkatan tersebut mencakup produk pakaian jadi dan jasa jahit pakaian yang bukan jasa permak (BPS, 2022).



Gambar I. 2 Logo konfeksi Lingga Buana

Salah satu konfeksi yang menyediakan jasa pembuatan pakaian adalah konfeksi Lingga Buana. Berlokasi di Jl. Pahlawan Gg. Kenari No.42 Bekasi Timur yang didirikan sejak tahun 1989. Konfeksi ini telah mendapat ribuan pesanan semenjak pendiriannya. Dalam satu tahun CV Lingga Buana bisa menyelesaikan hingga 10 ribu potong pakaian mulai dari kaos, kemeja, blus, dress, celana, seragam dan pakaian kustom lainnya.

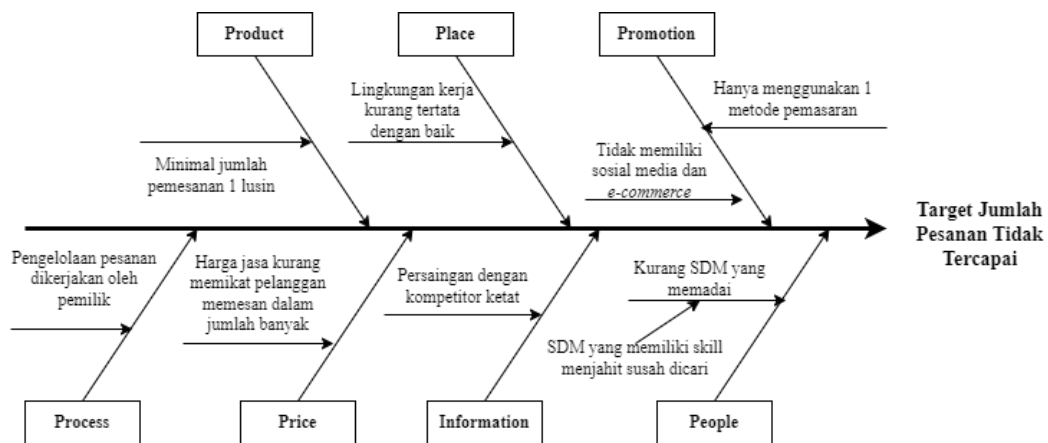
Dalam proses bisnisnya pemilik menerima pesanan dari pelanggan secara langsung. Pelanggan harus memiliki contoh (model pakaian), data ukuran, bahan yang digunakan, dan aksesoris tambahannya. Setelah itu dilakukan kesepakatan ongkos jahit dan target durasi produksi. Biaya produksi yang ditetapkan biasanya berdasarkan kerumitan dan jenis kustom pakaian. Untuk ongkos jahit yang diberlakukan pada pakaian konfeksi mematok harga mulai dari 15 ribu sampai dengan 35 ribu rupiah per potong.

Meskipun usahanya sudah berdiri cukup lama namun tidak dipungkiri usaha ini masih memiliki permasalahan, salah satunya pada target penjualan. Walaupun pertumbuhan UMKM *fashion* dan kebutuhan akan jasa pembuatan pakaian jadi meningkat namun permasalahan ketidaktercapainya pada target penjualan dapat terjadi.



Gambar I. 3 Target jumlah pesanan

Berdasarkan diagram pada Gambar I.3 setiap tahunnya konfeksi Lingga Buana menentukan target jumlah pesanan yang mampu diproduksi sebanyak 13000 potong pakaian berdasarkan kapasitas produksi. Namun pada realisasinya produksi atau pesanan yang diterima masih belum memenuhi angka target yang diinginkan. Berdasarkan data yang dikumpulkan rentang tahun 2019 hingga 2023 rata-rata pesanan hanya mencapai 77,3% dari target yang ditentukan. Selain itu, apabila target pesanan mampu terpenuhi dengan memaksimalkan kapasitas produksi pendapatan yang diperoleh meningkat hingga 21% dari pendapatan sebelumnya. Ketidaktercapainya angka tersebut maka dilakukan wawancara dengan pemilik konfeksi Lingga Buana untuk menjabarkan permasalahan dan kondisinya. Berdasarkan hasil wawancara tersebut permasalahan utama dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor pada Gambar I.4 berikut.



Gambar I. 4 *Fishbone diagram*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut permasalahan utama dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor pada Gambar I.4. Faktor permasalahan pertama ada pada promosi jasa konfeksi Lingga Buana, jumlah target konsumennya masih tergolong sempit. Konsumen utama diantaranya adalah UMKM yang bergerak dalam dunia *fashion*. Pada tahun 2021 UMKM dalam bidang *fashion* di Kota Bekasi jumlahnya sebanyak 22245 unit (Open Data Jabar, 2021). Sedangkan, UMKM yang telah menggunakan jasa konfeksi ini hanya berkisar 0,22% dari keseluruhan target konsumennya. Hal ini disebabkan karena hanya menerapkan satu metode pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh konfeksi Lingga Buana masih tradisional dengan metode *word of mouth* mengandalkan kepercayaan pelanggan

langganannya. Selain itu, konfeksi ini belum memanfaatkan *website*, *e-commerce* atau sosial media apapun untuk mempromosikan jasanya dan untuk menarik segmen pelanggan diluar kota konfeksi. Berdasarkan hal tersebut perlu diterapkan metode pemasaran yang lebih inovatif dan memanfaatkan *digital marketing* seiring perkembangan sosial media untuk memperluas segmen pasar.

Faktor permasalahan kedua yang dihadapi konfeksi Lingga Buana ada pada sumber daya manusia yang kurang memadai. Saat ini konfeksi Lingga Buana hanya memiliki 5 pekerja tetap dalam proses produksi harian. Sedangkan jumlah tenaga kerja pada konfeksi berskala UMKM umumnya sebanyak 7 hingga 10 tenaga kerja yang memiliki peran dan *jobdesk* masing-masing (Maisaroh, 2019). Kendala ini terjadi ketika konfeksi mendapat pesanan dalam jumlah yang besar (lebih dari 1000 potong pakaian), pemilik kesulitan merekrut tenaga kerja panggilan tambahan dengan keterampilan menjahit dan produksi pakaian yang baik. Berdasarkan permasalahan tersebut, potensi solusi yang dilakukan dengan menentukan strategi pengaturan hal terkait dengan sumber daya manusia yang dimiliki agar lebih maksimal.



Gambar I. 5 Kondisi Lingkungan Kerja

Faktor permasalahan yang ketiga ditemukan pada kondisi lingkungan kerja konfeksi Lingga Buana yang kurang tertata dengan baik seperti pada Gambar I.5 menyebabkan kenyamanan pekerja terganggu. Kondisi seperti meja dan kursi pekerja yang tidak ergonomis, ruang gerak operator yang terbatas saat memindahkan barang, sirkulasi udara dalam ruangan kurang sehat, dan kondisi-kondisi lainnya. Permasalahan dalam lingkungan kerja terkait kesehatan, masalah pernapasan, psikologis dan masalah lainnya dapat mempengaruhi produktivitas dan

kesejahteraan pekerja (Seidu dkk., 2024). Dengan begitu, permasalahan ini harus ditangani dengan solusi mengorganisasikan atau memperbaiki fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Faktor permasalahan keempat adalah permasalahan dari faktor eksternal, yaitu kompetitor. Jumlah bisnis konfeksi di Kota Bekasi pada tahun 2021 mencapai 13584 unit, jumlah ini termasuk model bisnis yang serupa maupun jasa jahit permak (Open Data Jabar, 2021). Kompetitor yang dihadapi adalah kompetitor dengan jasa jahit yang serupa memiliki fasilitas produksi dan layanan yang lebih baik dengan ongkos produksi yang bisa bersaing. Sehubungan dengan permasalahan ini, konfeksi perlu merencanakan strategi bisnis dengan memperbaiki produk atau membuat diferensiasi pada kondisi bisnis agar mampu bersaing dengan kompetitornya.

Kelima, faktor permasalahan dari sisi produk dan jasa yang ditawarkan oleh konfeksi Lingga Buana. Konfeksi ini hanya menerima produk berdasarkan pesanan pelanggan dengan jumlah potong pakaian minimal satu lusin dan kelipatannya namun tidak menawarkan pesanan dengan jumlah satuan. Dengan begitu, konfeksi hanya bergantung pada satu-satunya pendapatan tersebut sehingga potensi solusi yang diberikan adanya pengembangan pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk menambah pendapatan pada konfeksi.

Selanjutnya faktor permasalahan pada harga. Meskipun harga yang ditetapkan konfeksi Lingga Buana terjangkau dan ditetapkan berdasarkan harga pasar, namun harga yang ditawarkan kurang menarik pelanggan untuk memesan dalam jumlah yang lebih banyak dari pesanan yang diinginkan pelanggan. Potensi solusi atas permasalahan ini perlu adanya strategi harga dari konfeksi Lingga Buana yang tepat dan menarik untuk memikat pelanggan.

Pada faktor permasalahan yang terakhir adalah pengelolaan pesanan yang hanya dikerjakan oleh pemilik karena tidak adanya pembagian tugas administratif kepada tenaga kerja. Jika kondisi ini diterapkan secara terus menerus makan berpotensi menimbulkan permasalahan internal dimasa mendatang. Ditambah dengan sistem penjadwalan yang dirancang kurang baik mengakibatkan antrean pesanan. Untuk

menyelesaikan permasalahan tersebut, konfeksi perlu mengatur pembagian tugas antara sumber daya manusianya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dihadapi oleh konfeksi Lingga Buana maka perlu dilakukan pemodelan bisnis karena permasalahan utama didukung oleh multifaktor permasalahan pada kondisi bisnis saat ini. Solusi dari permasalahan tersebut dilakukan dengan memodelkan kondisi bisnis yang menyesuaikan pada setiap faktor. Dengan memodelkan kondisi bisnis memungkinkan pemetaan bisnis secara komprehensif dari berbagai aspek. Hal ini bertujuan agar proses bisnis dan masalah yang terjadi dapat didefinisikan dengan baik dan mendapat gambaran keseluruhan faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu bisnis. Lalu untuk dapat menentukan solusi yang sesuai maka perlu dilakukan analisis model bisnis berdasarkan kelebihan, kekurangan, maupun kondisi eksternal dari perusahaan untuk memperoleh strategi bisnis agar konfeksi Lingga Buana bisa lebih berkembang dan bertahan dalam jangka panjang.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, berikut merupakan rumusan masalah yang terdapat pada penelitian:

1. Bagaimana evaluasi terhadap kondisi model bisnis konfeksi Lingga Buana saat ini?
2. Bagaimana rancangan model bisnis usulan yang sesuai untuk konfeksi Lingga Buana?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan berikut merupakan tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengevaluasi kondisi model bisnis konfeksi Lingga Buana saat ini.
2. Untuk merancang model bisnis usulan yang sesuai untuk konfeksi Lingga Buana.

I.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini:

1. Menjadi acuan dalam menjalankan proses bisnis konfeksi Lingga Buana.

2. Membantu bisnis konfeksi Lingga Buana menganalisis potensi agar bisa berkembang dan bersaing dengan kompetitornya.
3. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam mengidentifikasi model bisnis menggunakan *Business Model Canvas*.

I.5 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan tugas akhir sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai konteks permasalahan, latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat, serta sistematika penulisan tugas akhir atau proposal.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi literatur atau metode yang relevan dengan permasalahan yang dibahas pada penelitian ini. Literatur yang dikumpulkan bersumber dari buku maupun jurnal dan penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penyelesaian Masalah

Pada bab ini berisi penjelasan konsep yang telah dipilih pada tinjauan pustaka. Secara rinci bab ini berisikan sistematika penyelesaian masalah, identifikasi sistem terintegrasi, batasan dan asumsi penelitian, identifikasi komponen integral, dan rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi penjabaran data yang dibutuhkan untuk selanjutnya diolah. Data yang diolah terdiri dari data primer dan sekunder.

Bab V Analisis Hasil Rancangan

Pada bab ini berisi analisis terhadap hasil pengolahan data dan usulan perbaikan yang sebaiknya dilakukan. Selain itu dijelaskan proses validasi dan evaluasi rancangan usulan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, terdapat juga saran untuk perusahaan sebagai solusi perbaikan masalah perusahaan.