

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fashion merupakan suatu hal yang sangat digemari khususnya bagi kaum wanita. *Trend fashion* yang selalu berubah-ubah menjadi *trend center* untuk selalu diikuti perkembangannya. Perempuan sebagai pengguna dan pencinta *fashion* cenderung memiliki anggapan bahwa *fashion* dapat menunjukkan identitas diri, style, dan menambah kepercayaan diri.¹

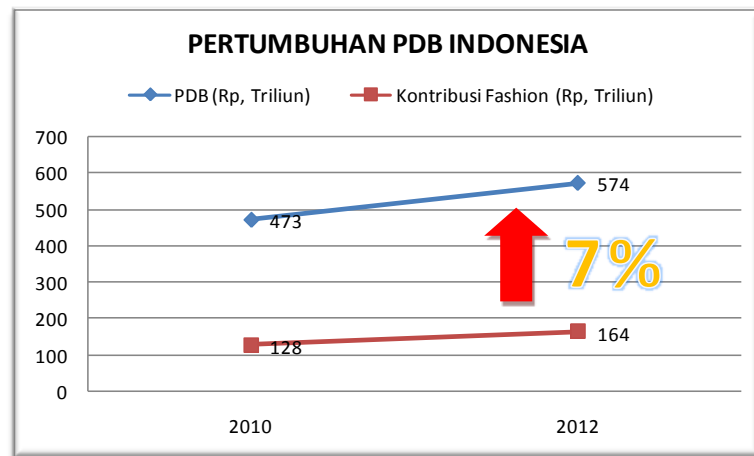
Pertumbuhan bisnis *fashion* muslimah tahun 2013 di Indonesia semakin pesat. Beberapa faktor diantaranya, faktor pertama adalah dengan lahir sebuah komunitas wanita muslim yang sangat menggemari *fashion style* hijab.² Komunitas ini dinamakan *Hijabers Community* Indonesia yang didirikan pada 27 November 2010 di Jakarta. Acara pertama yang diadakan oleh komunitas ini pada 19 Maret 2011 dihadiri oleh kurang lebih 500 orang. Berawal dari aktivitas ini, *fashion style* hijab di Indonesia dikenal dan menjadi langkah awal sebuah hijab dapat menjadi *trend* dalam berbusana bagi kaum muslimah. Faktor kedua yang

¹ Adaddanuarta.blogspot.com/2012/08/ccontoh-makalah-studi-kelayakan-bisnis.

² diketiknews.blogspot.com/2013/03/mengenal-sejarah-hijabers-indonesia.html.feb 2014.

mendorong tumbuhnya usaha di sektor *fashion* adalah pertumbuhan makro ekonomi Indonesia yang terus membaik sehingga meningkatkan daya beli masyarakat,³ kata Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Syarifuddin Hasan saat membuka *fashion* dan Aksesori Expo di SME Tower Jakarta, Rabu (3/4/13) selain itu pertumbuhan hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya nilai PDB Indonesia dan semakin besarnya kontribusi bisnis *fashion* terhadap PDB seperti grafik 1.

1 berikut :⁴



Grafik 1. 1 Pertumbuhan PDB Indonesia

(Sumber : <http://www.jurnas.com/news/82919.Jan2014>)

³ <http://berita2bahasa.com/berita/01/143734-pertumbuhan-makro-ekonomi-dukung-bisnis-fesyen.Feb2014>

⁴ <http://www.jurnas.com/news/82919.Jan2014>

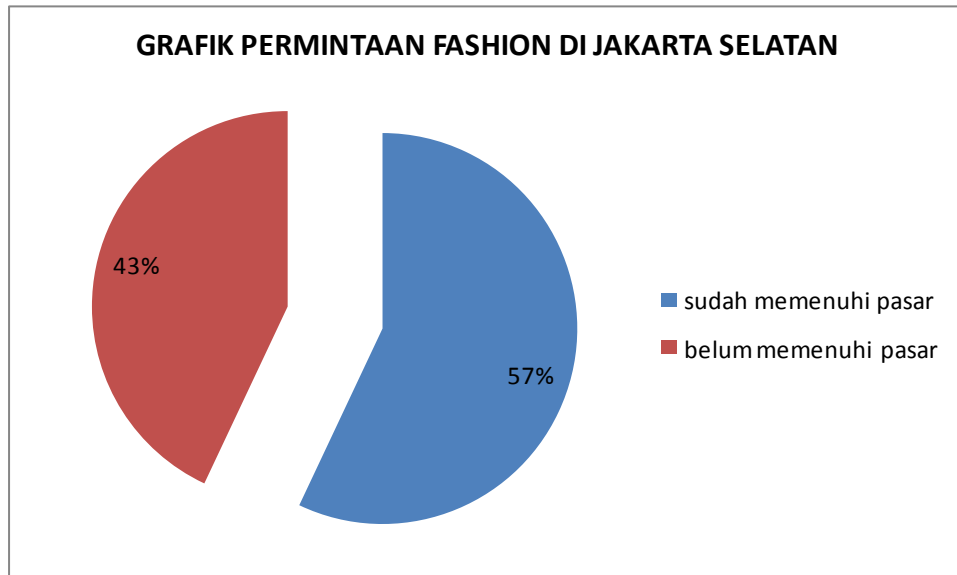
Faktor Ketiga adalah pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang berpengaruh pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk *fashion*.

Menurut Dirjen Industri Kecil Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, Euis Saidah, terdapat 20 juta penduduk Indonesia yang menggunakan hijab.⁵ Hal ini selaras dengan perkembangan industri *fashion* muslim tujuh persen setiap tahun. Maka tak heran Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) ingin mengembangkan *fashion* muslim Indonesia tak hanya di dalam negeri, bahkan sampai ke tingkat dunia. Rencana *route map* 2015 busana muslim Indonesia sudah mampu menembus pasar ASEAN, 2020 mampu menembus pasar Asia, dan 2025 sudah menempuh pasar dunia," ujar ketua APPMI, Taruna K. Kusmayadi saat ditemui pada acara sosialisasi gelaran *Indonesia Islamic Fashion Fair (IIFF) 2012*.

Melihat peluang bisnis *fashion* muslimah yang begitu besar dan kebutuhan setiap individu terhadap kebutuhan pangan (pakaian) menjadikan bisnis *fashion* digemari oleh para peminat usaha. Banyak *brand* baru bermunculan dengan koleksi-koleksi yang menarik dan harga terjangkau. Setiap *brand* menciptakan hasil rancangan yang khas dan unik agar mudah diingat dan menarik pelanggan. Berdasarkan data BPS tahun

⁵ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia.Feb2014>

2014, bisnis fashion wanita masih memiliki peluang sebesar 43% seperti grafik 1. 2 sbb :



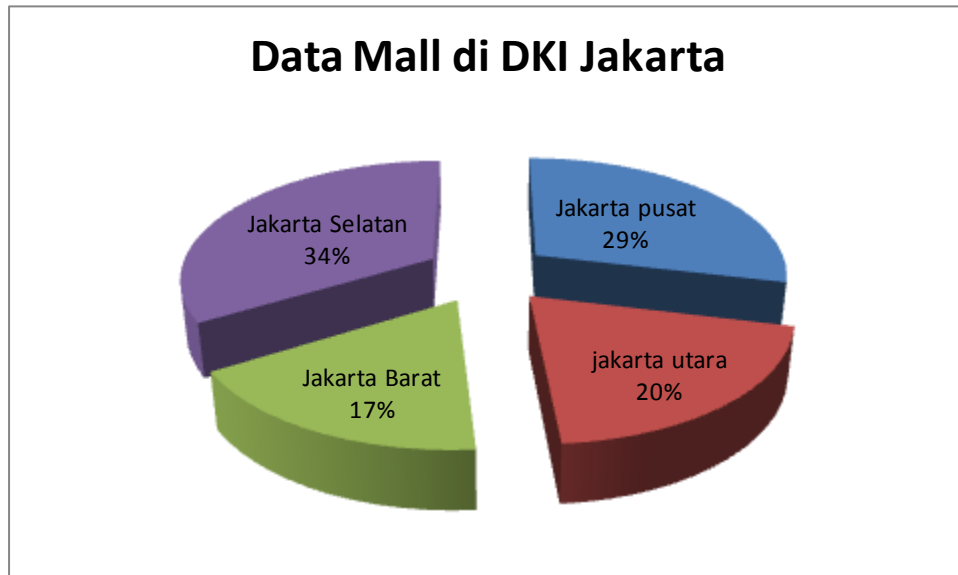
Grafik 1. 2 Permintaan *Fashion* di Jakarta Selatan

(Sumber : <http://www.bps.go.id/Mar.2014>)

Sedangkan menurut hasil observasi dari PT. YPMI menunjukkan bahwa dengan pakaian seragam sama yang digunakan setiap hari (1 minggu atau 5 hari kerja), pegawai muslimah dapat menggunakan 5 buah jilbab yang berbeda-beda dalam setiap minggunya. Dari kondisi ini dapat disimpulkan bahwa peluang pasar hijab berpotensi berkembang pesat sehingga berpotensi untuk dikembangkan.

Pangsa pasar bisnis *fashion* muslimah di Indonesia memang besar dikarenakan mayoritas penduduknya muslim dan menggunakan hijab

untuk kaum wanita. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, dari 80 mall di DKI Jakarta seperti grafik berikut ini :



Grafik 1. 3 Data Mall di DKI Jakarta

(Sumber : http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pusat_perbelanjaan_di_Jakarta_Apr.2014)

dari 12 Mall yang diobservasi menunjukkan jumlah penyewa (*tenant*) sebanyak 204. Jika dilihat dari aspek lingkungan hal ini menjadi salah satu faktor pendukung bagi bisnis *fashion* muslimah. Namun kondisi lingkungan yang sangat dinamis dan intensitas persaingan yang semakin ketat membuat bisnis *fashion* muslimah tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dan intuisi saja dalam memulainya. Banyak aspek lain yang harus dianalisis lebih lanjut untuk bisnis ini. Kelayakan bisnis *fashion* muslimah dengan melihat beberapa aspek lain harus dilakukan agar

investasi terhadap bisnis ini dapat memberikan keuntungan sesuai yang diinginkan pebisnis.

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stakeholder*) dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan.⁶ Ada pihak-pihak tertentu yang memerlukan laporan studi kelayakan bisnis sebagai bahan masukan utama dalam rangka mengkaji ulang, untuk turut menyetujui atau sebaliknya menolak kelayakan laporan tadi sesuai dengan kepentingannya. Studi kelayakan bisnis bisa menjadi tidak layak seperti misalnya dikarenakan intervensi pihak lain yang merasa kepentingannya tidak dipenuhi.⁷

Jika dilihat dari aspek hukum, bisnis *fashion* muslimah harus memperhatikan perizinan seperti ketentuan hukum Indonesia sedangkan aspek sosial ekonomi dan budaya berkaitan dengan dampak yang diberikan kepada masyarakat dengan adanya bisnis ini. Aspek ketiga yang perlu diperhatikan adalah aspek pasar dan pemasaran yaitu menentukan potensi pasar *fashion* muslimah, keinginan pelanggan terhadap *trend up to date*, strategi untuk meraih pasar potensial, dan cara melakukan

⁶ Suliyanto, "Studi Kelayakan Bisnis" (Yogyakarta: ANDI, 2010) h. 3

⁷ Husein Umar, Studi Kelayakan Bisnis : 2000 (h. 9)

pemasaran seperti *online shop*. Aspek teknis dan teknologi juga perlu dianalisis dalam memilih lokasi penjualan, menentukan persediaan bahan baku dan operasional dan skala produksi. Aspek penting lainnya adalah manajemen dan SDM, monitoring aktivitas pengembangan bisnis dari awal dan bagaimana cara mengelola sumber daya manusia menjadi SDM yang memiliki kemampuan baik dalam hal *fashion*.. Aspek ke enam yaitu keuangan sebagai metode yang digunakan untuk menilai kelayakan investasi, yaitu *payback period*, *net present value*, *profitability indeks*, *internal rate of return*, dan *average rate of return*.

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis *fashion muslimah* ada beberapa tahapan diantaranya penemuan ide bisnis, tahap penelitian, tahap evaluasi, tahap pengurutan usulan yang layak, tahap rencana pelaksanaan, dan tahap pelaksanaan. Tahapan-tahapan tersebut akan mempermudah dalam melakukan studi kelayakan bisnis ini. Melakukan penelitian dan tahap selanjutnya dalam studi kelayakan bisnis pun menjadi hal penting yang harus dilakukan sebelum berinvestasi pada ide bisnis.

“Amalia Butik” merupakan ide bisnis *brand fashion muslimah* baru yang menghasilkan koleksi baju muslimah *trendy*, shawl/hijab, dan asesoris wanita. Koleksi-koleksi yang dibuat “Amalia Butik” berciri khas *simple* dan *trendy*. *Simple* menurut kamus bahasa Indonesia yang artinya sederhana dan *trendy* yang artinya bergaya modern sehingga jika

digabungkan makna keduanya menjadi tetap bergaya dengan *design* yang sederhana. Ciri khas ini dipilih “Amalia Butik” sebagai ciri khas dari *design*-nya dikarenakan lebih banyak pelanggan yang membeli pakaian *casual* dan santai dibandingkan pakaian resmi atau formal.

Untuk merealisasikan *brand fashion* muslimah “Amalia Butik”, proses pembuatan badan hukum akan dilakukan jika dilihat dari aspek lain bisnis ini layak untuk direalisasikan. Adapun biaya investasi yang dibutuhkan untuk merealisasikan bisnis ini sebesar Rp300.000.000,- 70% dibiayai oleh bank dan 30% akan dibiayai sendiri. Jika studi kelayakan bisnis ini dinyatakan layak untuk direalisasikan, sumber pendanaan dapat pula diajukan kepada investor yang ingin menanamkan modal pada bisnis ini.

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Brand fashion muslimah “Amalia Butik” adalah *brand* baru dalam bisnis *fashion* muslimah. Fokus penelitian yang akan dianalisis adalah studi kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik”. Penyusunan studi kelayakan bisnis “Amalia Butik” tergantung pada 2 hal sebagai berikut :

1. Tingkat kepastian bisnis

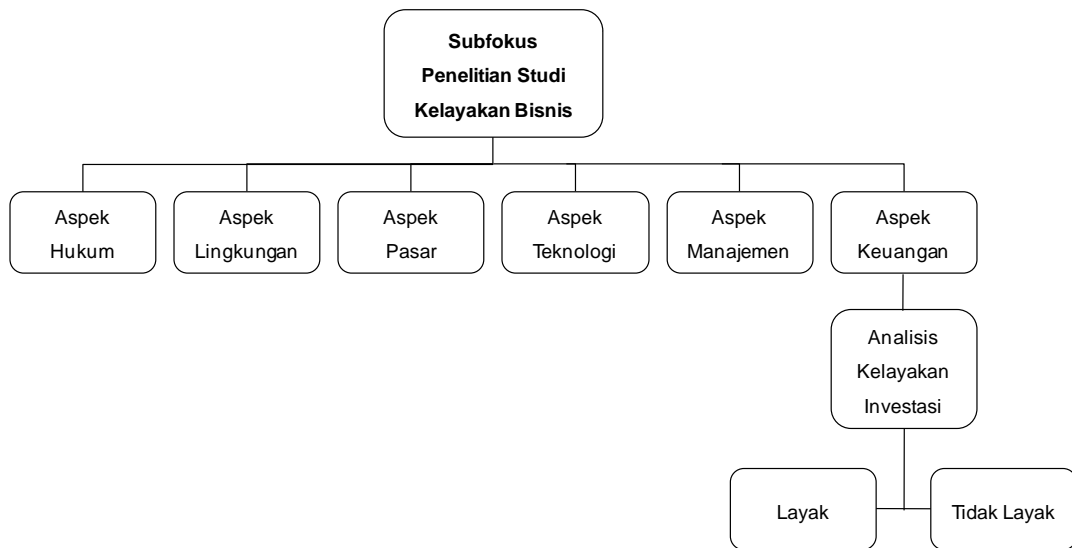
Bisnis *fashion* muslimah memiliki banyak pesaing, selera pasar yang berubah-ubah sehingga memerlukan studi kelayakan yang lebih mendalam.

2. Nilai investasi yang diperlukan

Nilai investasi untuk bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” cukup besar senilai Rp150.000.000,- sehingga memerlukan kecermatan yang tinggi dalam menyusun studi kelayakan bisnis ini.

3. Fokus penelitian studi kelayakan bisnis ini hanya ditujukan kepada pihak pelaku bisnis / manajemen perusahaan

Studi kelayakan bisnis yang mendalam terhadap subfokus penelitian perlu dilakukan pada beberapa aspek seperti gambar 1. 1 berikut :



Gambar 1.1 Subfokus Penelitian Studi Kelayakan Bisnis

C. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” layak untuk dijalankan?
2. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek hukum?
3. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek lingkungan?
4. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek pasar & pemasaran?
5. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek teknis & teknologi?
6. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek manajemen dan sumber daya manusia?
7. Bagaimana analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” dari aspek keuangan?
8. Alternatif apa yang akan dilakukan jika hasil analisis kelayakan bisnis *fashion* muslimah “Amalia Butik” tidak layak?

D. Kegunaan Penelitian

Harapan peneliti dalam pembuatan tesis kewirausahaan tentang studi kelayakan bisnis *fashion* muslimah ini agar berguna bagi :

1. Peneliti / Pelaku Bisnis

1. 1 Mengembangkan ilmu kewirausahaan.
1. 2 Masukan bisnis untuk pengembangan bisnis baru.
1. 3 Memberikan contoh bagaimana metode dan langkah-langkah membuat studi kelayakan bisnis *fashion* muslimah.

2. Investor

2. 1 Memberikan gambaran *prospect* bisnis *fashion* muslimah dan keuntungannya.

3. Kreditor

3. 1 Memberikan jaminan investasi kepada kreditor terhadap bisnis *fashion* muslimah.

4. Pemerintah

4. 1 Memajukan perekonomian Indonesia
4. 2 Membuka lapangan pekerjaan sehingga mengurangi Pengangguran

5. Masyarakat

5. 1 Membuka wawasan khalayak ramai tentang pengembangan bisnis *fashion* muslimah.