

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sebelum pelaku bisnis memulai suatu bisnis, ada baiknya melakukan pengumpulan informasi dan data yang menunjang untuk memastikan apakah bisnis yang akan dijalankan akan menghasilkan keuntungan atau malah mendapat kerugian sehingga tidak layak untuk dijalankan. Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan. Dengan melakukan studi kelayakan bisnis diharapkan dapat membantu pelaku bisnis sebelum memulai bisnis yang diinginkan untuk mengurangi resiko kerugian di masa yang akan datang.

Salah satu metode awal yang dapat membantu studi kelayakan bisnis adalah dengan menggunakan metode *porter's five forces*, di mana kita dapat mengetahui sebelumnya apa-apa saja yang menjadi kekuatan dan kekurangan dari bisnis yang akan dilakukan. *Porter's five forces* adalah metode yang digunakan untuk menganalisa industri dan juga pengembangan strategi bisnis serta lingkungan persaingan, metode ini membantu apakah bisnis yang akan dibangun dapat menghasilkan keuntungan atau malah sebaliknya dapat langsung terlihat dari kombinasi *five forces* ini menunjukkan profitabilitas secara keseluruhan. Kelima elemen *five forces* ini adalah ancaman pendatang baru (*the threat of new entrants to the industry*), ancaman produk pengganti

(*the threat of substitute products*), kekuatan dari pembeli (*the power of buyers or customer*), Kekuatan dari pemasok (*the power of suppliers*), dan Persaingan bisnis di industri yang sama (*rivalry among businesses in the industry*).

Jika kita berbicara mengenai suatu bisnis baru, maka kita akan berbicara tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan faktor-faktor yang akan mempengaruhi bisnis dapat berjalan dengan baik atau tidak, serta apakah dapat tercapai tujuan dari bisnis itu sendiri. Salah satu hal yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan bisnis adalah perencanaan bisnis itu sendiri. Salah satu yang dapat dilakukan sebelum memulai suatu bisnis adalah mengetahui kekuatan internal yang dimiliki, salah satu alat yang bisa digunakan adalah VRIO analisis yaitu analisa yang meneliti kondisi internal yang dimiliki calon bisnis yang nantinya dijadikan dasar dari pembentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Selain itu juga analisa ini untuk mengetahui berapa besar sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang nantinya menjadi *sustained advantages* dan dapat ditentukan mana yang bersifat sementara (*temporary advantage*) dan mana yang bersifat merugikan (*disadvantage*). Dengan menggunakan analisa ini dengan tepat maka kita dapat mengetahui kondisi internal dari bisnis yang kita miliki. Setelah mengetahui letak kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, maka langkah berikutnya adalah menentukan model bisnis apa yang akan digunakan dalam bisnis *startup* ini sehingga bisnis yang diinginkan bisa mendapatkan keuntungan. Salah satu perencanaan strategik yang harus dilakukan adalah dengan menggunakan bisnis model yang tepat. Bisnis model adalah sebuah

frame dari rancangan bisnis dengan memikirkan bagaimana perusahaan akan mendapatkan keuntungan atau pendapatan dengan memperhitungkan semua komponen bisnis (*how to make money*) dan juga merancang bentuk yang sesuai dengan kemampuan pelaku bisnis saat ini serta memungkinkan pelaku bisnis untuk merancang pengembangan di masa depan. Performa dari suatu perusahaan berpengaruh dari bisnis model yang dimiliki perusahaan tersebut, keuntungan yang di dapat dengan memiliki bisnis model yang tepat adalah mendapatkan informasi kapan, dimana, dan bagaimana suatu produk dapat dihasilkan secara maksimal. Selain itu juga model bisnis yang tepat dapat melemahkan pesaing dikarenakan apabila perusahaan mengetahui kelemahan dari pesaing maka perusahaan dapat menentukan bisnis model yang dapat menutup celah kelemahan tersebut yang dimana akan memunculkan produk substitusi yang memiliki nilai lebih dibandingkan pesaing. Terdapat beberapa bisnis model yang dapat dipilih, salah satunya yaitu dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

*Business model canvas* (BMC) adalah salah satu bisnis model yang cocok digunakan untuk menganalisa bisnis *startup*. Setelah mendapatkan data dan informasi dari *porter's five forces* langkah selanjutnya yaitu menggunakan BMC untuk menentukan strategi apa yang akan dilakukan untuk bisnis startup ini. *Business model canvas* sendiri adalah sebuah rancangan konsep abstrak sebuah model bisnis yang merepresentasikan strategi dan proses bisnis dalam organisasi (Osterwalder, 2009). Di era perkembangan teknologi informasi saat ini untuk memulai bisnis *startup*,

tidak hanya harus memiliki ide yang bagus, produk yang kreatif, dan juga modal yang besar tetapi juga harus memiliki model bisnis yang tepat dan juga sistematis untuk menghasilkan bisnis startup yang sukses.

Salah satu bisnis yang dapat dilirik adalah ekonomi kreatif dimana menurut data produk domestik bruto yang dihasilkan sektor ekonomi kreatif pada tahun 2015 adalah sebesar 852 triliun rupiah, jika dipersentasikan 4,38 persen ekonomi kreatif mengalami peningkatan. Menurut data yang ada ekonomi kreatif memberikan kontribusinya sebesar 7,38 persen terhadap total perekonomian nasional yang dibagi menjadi 3 subsektor yang paling mendominasi kontribusinya dengan total sebesar 76 persen di Indonesia, yaitu Kuliner yang menduduki peringkat pertama dengan persentase 41,69 persen, disusul fashion sebesar 18,15 persen, dan ketiga adalah kriya dengan persentase 15,70 persen (Bekraf, 2015-2016). Dengan data yang diperoleh oleh data statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Kreatif berpotensi dan mampu memberikan kontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dimasa mendatang. Salah satu sektor yang dianggap memberikan kontribusi yang baik adalah dibidang fesyen. Fesyen selalu menjadi topik menarik untuk didiskusikan dikarenakan salah satu kebutuhan primer manusia, semua orang memakai pakaian dan alas kaki setiap hari untuk beraktivitas sehingga mendorong orang untuk memiliki lebih dari satu pakaian dan alas kaki, ditambah perkembangan mode yang terus berubah mendorong orang untuk terus membeli barang fesyen. Selain itu juga

fesyen dianggap menentukan kelas sosial seseorang oleh karena itu mengapa sektor retail fesyen terus berkembang.

Menurut data statistik pertumbuhan PDB subsektor fesyen sejak tahun 2010 sampai tahun 2015 terus mengalami peningkatan, walaupun mengalami peningkatan, pada dasarnya fesyen lokal masih menjadi anak tiri dengan pasar yang masih memprioritaskan pada produk-produk impor, selain itu masih lemahnya sinergi antara industri hilir ke hulu (hubungan antara pabrik tekstil/garmen, perancang busana, sampai ke urusan pasar) ditambah dengan tren fesyen yang senantiasa selalu berubah dengan cepat sehingga menjadi tantangan sendiri untuk para pelaku fesyen. Minimnya pelatihan Industri fesyen sendiri terbuka luas untuk para pelaku fesyen untuk berkesempatan untuk berkompetisi baik didalam maupun luar negeri, hal inilah yang menjadi salah satu alasan pemerintah untuk lebih mendukung industri ekonomi kreatif khususnya dibidang fesyen.

Pemerintah bekerja sama dengan para designer lokal untuk lebih giat lagi menggalangkan semangat para pelaku fesyen di Indonesia untuk berkarya dengan salah satu metodenya adalah melakukan berbagai pelatihan, mendorong penggunaan karya fesyen dalam negeri, melancarkan bahan baku, serta promosi produk fesyen dalam negeri di pasar domestik dan global dengan harapan industri fesyen bisa bersaing di MEA. pemerintah yaitu ekonomi kreatif ingin menjadikan Indonesia sebagai kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020 mendatang, hal ini diperkuat Indonesia yang merupakan Negara dengan penduduk muslim terbesar dan PDB tertinggi diantara Negara-

negara muslim. Indonesia memiliki potensi untuk menjadi salah satu pusat mode dunia, khususnya pakaian muslim dikarenakan Indonesia tidak hanya memiliki sumber daya kreatif, tetapi juga memiliki warisan budaya yang melimpah sehingga kedepannya Indonesia dapat menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan mode dunia.

Pertumbuhan industri busana muslim di Indonesia yang terus berkembang menjadikan Indonesia sebagai salah satu Negara yang menarik perhatian dunia. Ekspor busana muslim di Indonesia sendiri tercatat sebagai yang terbesar dibandingkan Negara-negara muslim lainnya. Walaupun busana muslim terus berkembang tetapi busana muslim tetap harus didukung dengan sistem ajaran islam agar tidak hanya sekedar trend tetapi juga diikuti kesadaran masyarakat pada syariat islam. Saat ini perkembangan fesyen muslim terus mengalami transformasi dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer yang berjiwa muda. Istilah hijab menjadikan trend muslim di Indonesia menjadi lebih hidup dan berwarna sehingga menggambarkan pertumbuhan industri masyarakat islam Indonesia yang memiliki karakter kreatif dan cinta damai di mata dunia.

Dunia fesyen selalu berubah dengan cepat, tak terkecuali busana muslim. Jika dahulu pakaian muslim tidak terlalu memiliki banyak pilihan, namun dengan seiringin waktu, fesyen muslim berkembang dan menjadi tren tersendiri di kalangan masyarakat. Salah satu pendukung berkembangnya fesyen muslim ditanah air yaitu dengan munculnya berbagai media sosial yang menyuguhkan *style* fesyen muslim yang fun dan fresh, ditambah dengan

desainer muslim lokal yang terus mengembangkan fesyen muslim dengan desain yang menarik, serta bermunculannya selebriti tanah air yang memberikan pengaruh menggunakan hijab kepada masyarakat, sehingga tidak heran jika dulu banyak muslimah yang tidak tertarik pada mode maka saat ini makin banyak muslimah yang mulai tertarik pada dunia mode. “Disini kita bisa melihat perubahan gaya wanita menggunakan hijab dikarenakan banyak situs social yang menarik bagi mereka dan menciptakan fenomena dalam mengenakan hijab” (zulkifli Abd. Latiff & Fatin Nur Sofia Zainol Alam, 2013), hal inilah yang menjadi fenomena dan potensi pasar yang menjanjikan bagi industry fesyen.

Kebutuhan akan busana muslim di Indonesia sangatlah tinggi. Berdasarkan laporan *state of the global Islamic economy report 2016/17* indonesia menduduki peringkat ke 4 sebagai Negara terbesar di dunia untuk mode hijab/fesyen. Hijub.com adalah salah satu situs *e-commerce* fesyen muslim terbesar di Indonesia yang terus tumbuh dan memperluas jaringannya dalam memenuhi kebutuhan akan busana muslim di Indonesia, hijub juga bekerja sama dengan 4 desainer lokal Indonesia di acara pekan mode internasional, dimana ini adalah pertama kalinya tampil di acara tersebut dan diliput oleh beberapa media dunia termasuk *CNN* dan *BBC* sehingga menjadi salah satu jalan bagi Indonesia untuk bisa menjadikan Indonesia sebagai kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020.

Melihat dari sisi pemerintah yang menginginkan Indonesia sebagai kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020 serta masih besarnya kebutuhan akan

pakaian muslim di Indonesia menjadikan peluang yang cukup diminati untuk digeluti. Bisnis *startup* pada bidang fesyen muslim memiliki prospek yang cukup baik jika dilihat dari data yang ada, banyaknya permintaan akan busana muslim di Indonesia, banyaknya ragam sumber daya bahan baku, serta banyaknya sumber daya kreatif menjadikan peluang sendiri untuk bisnis startup pakaian muslim. Dukungan pemerintah akan ekonomi kreatif pada industri fesyen khususnya pada pakaian muslim menjadi salah satu kekuatan untuk bisnis ini.

Walaupun peluang pakaian muslim besar tetapi tetap saja pelaku bisnis harus memikirkan apa yang menjadi kekuatan untuk bisnis pakaian muslim ini dapat bersaing dengan pakaian muslim yang sudah ada, salah satu yang bisa dilakukan yaitu menambahkan batik dalam pakaian muslim ini. Batik sendiri adalah karya budaya yang mewakili identitas Indonesia dimata dunia. Batik juga merupakan salah satu yang memberikan kontribusinya pada ekonomi kreatif sehingga pemerintah terus berupaya untuk mengembangkan batik menjadi lebih baik lagi dengan bekerja sama dengan para pelaku fesyen baik desainer lokal maupun pengusaha untuk terus mempromosikan batik sebagai ikon fesyen Indonesia bahkan sampai ke dunia, sehingga dianggap tepat untuk memberikan salah satu ide differensiasi pada pesaing pakaian muslim sejenis yang telah ada sebelumnya. Oleh karena itu dalam studi kelayakan bisnis ini diperlukan model bisnis yang tepat untuk mengetahui apakah bisnis pakaian muslim batik ini dapat layak dijalankan, maka model bisnis BMC inilah yang



dianggap tepat sebagai metode untuk menggali informasi mengenai langkah strategik yang tepat untuk digunakan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Sebelum membuat suatu bisnis startup hal utama yang perlu dilakukan adalah suatu perencanaan strategi yang tepat dikarenakan perencanaan strategi meliputi keseluruhan bisnis yaitu mengetahui bisnis apa yang tepat untuk dijalankan, bagaimana menjalankannya, menentukan rancangan strategi apa yang tepat untuk digunakan sehingga target yang diinginkan dapat dicapai. Dalam studi kelayakan bisnis startup terdapat pertimbangan dalam membangun sebuah bisnis baru yang biasanya menimbulkan pertanyaan apakah bisnis yang akan dirintis ini dapat bertahan dan dikembangkan untuk mendapatkan keuntungan atau tidak sehingga dibutuhkan penelitian yang ditinjau dari berbagai aspek, dimana salah satu aspek pada penelitian ini adalah pakaian muslim batik wanita yang nantinya penelitian ini menjadi dasar pertimbangan untuk pelaku usaha untuk dapat mengambil keputusan apakah bisnis startup ini layak untuk dikerjakan, ditunda, ataupun dibatalkan.

Pencapaian tujuan utama dari studi kelayakan model bisnis ini adalah merencanakan strategi yang tepat untuk menguji apakah bisnis startup pakaian muslim batik ini dapat layak atau tidaknya untuk dijalankan dengan menggunakan salah satu model bisnis yaitu *business model canvas* (BMC). Dengan menggunakan *Business Model Canvas* sebagai acuan atau dasar

utama pertanyaan wawancara terhadap beberapa bisnis pakaian muslim yang telah ada, hasil dari wawancara inilah yang nantinya dapat diolah untuk menganalisa apakah bisnis pakaian muslim ini layak dijadikan atau tidak setelah disesuaikan dengan empat aspek dari studi kelayakan bisnis yaitu aspek pasar (*industry/target market feasibility*), aspek Produk/jasa (*Product/service feasibility*), aspek manajemen dan kepemilikan (*Organizational feasibility*), dan yang terakhir adalah aspek keuangan (*financial feasibility*).

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan paparan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana menyusun *business model* yang tepat untuk usaha *startup* pakaian muslim batik wanita dengan menggunakan *metode business model canvas*?
2. Apakah bisnis pakaian muslim batik wanita ini layak atau tidak layak dijalankan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dari tujuan di atas, apakah hasil dari studi kelayakan model bisnis pakaian muslim batik wanita menggunakan salah satu *business model* yaitu *Business Model Canvas* ini dapat layak atau tidak layak untuk dijalankan dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi:

### **1. Perusahaan Startup**

Bagi perusahaan Startup penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan dan juga referensi untuk perusahaan yang ingin membuat bisnis startup baru.

### **2. Organisasi**

Bagi organisasi penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk memulai usaha start up dibidang ekonomi kreatif fesyen yang mengfokuskan kepada baju muslim maupun batik.

### **3. Penulis**

Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan merupakan wujud dari aplikasi ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan, serta menjadi pilihan apakah penulis ingin merealisasikan penelitian ini atau tidak.

### **4. Pihak-pihak lain**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan, baik sebagai referensi maupun sebagai bahan teori bagi penelitian selanjutnya.