

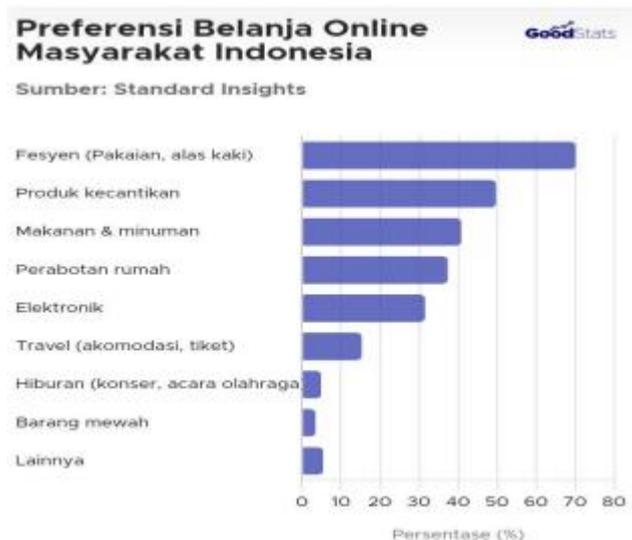
BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan membawa dampak yang signifikan pada perilaku konsumen dan pola bisnis. Salah satu contoh adalah meningkatnya popularitas belanja online. Berdasarkan data dari Asosiasi E-Commerce Indonesia, Dengan nilai dari 33% populasi dunia berbelanja online, e-commerce industri senilai \$6,8 triliun.

Sebanyak 2,77 miliar orang berbelanja online di seluruh dunia, Penjualan ecommerce akan melampaui \$6,8 triliun pada tahun 2025. Ada lebih dari 28 juta toko e-commerce di seluruh dunia. 52% pembeli online mencari produk secara internasional. 34% pembeli berbelanja online setidaknya sekali seminggu. 99% pelanggan mencari ulasan ketika berbelanja online. Penjualan E-Commerce global akan mencapai \$6,86 triliun pada tahun 2025, merupakan peningkatan dari tahun 2024.



Gambar 1. 1 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia
Sumber : Standard Insights

Perkembangan perekonomian di Indonesia juga didukung oleh perusahaan yang memberikan kontribusinya untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia yang salah satu perusahaan tersebut adalah bisnis yang berbasis waralaba. Bisnis sebagai seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, dan industri dimana perusahaan berada) dalam rangka memperbaiki standar kualitas hidup mereka (Sugiyanto dkk, 2020:3).

Salah satu produk yang mendominasi pada e-commerce adalah pakaian. Bisnis yang mendapatkan keuntungan dari layanan e-commerce salah satunya usaha baju online DudeClothStore. Usaha ini adalah usaha baju online yang berada di Jl Pulo Empang Gg. Bahagia No. 340, Bogor Tengah. Adapun omset yang di dapat oleh DudeClotchStore bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. 1 Omset E-commerce DudeClotchStore

Bulan	2024	2025
Oktober	Rp. 4.301.155	-
November	Rp. 7.559.090	-
Desember	Rp. 33.524.844	-
Januari	-	Rp. 15.775.322
Februari	-	Rp. 17.253.947
Maret	-	Rp. 11.052.229

Sumber : DudeClotchStore

Studi Kelayakan Bisnis dilakukan untuk mengidentifikasi masalah di masa yang akan datang. Dengan kata lain, studi kelayakan bisnis akan memperhitungkan halhal yang menghambat atau peluang dari investasi yang akan dijalankan. Jadi dengan adanya studi kelayakan bisnis minimal dapat memberikan pedoman atau arahan kepada usaha yang akan dijalankan nantinya (Kasmir dan Jakfar, 2020:4).

Studi Kelayakan Bisnis adalah Suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka

menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode tertentu. Penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut.

Beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh online shop kepada konsumen di antaranya adalah konsumen dapat dengan mudah membandingkan sebuah produk, harga, spesifikasi dengan yang ditawarkan oleh online shop yang lainnya, sehingga konsumen dapat memutuskan berbelanja sesuai dengan yang diinginkan. Kemudahan yang didapatkan melalui penggunaan online shop tidak hanya dirasakan oleh konsumen, akan tetapi dapat dirasakan oleh produsen, diantaranya adalah hemat biaya karena tidak harus memiliki bangunan toko juga hemat waktu karena melayani pelanggan tidak harus selalu bertatap muka, sehingga mendirikan online shop bisa menjadi salah satu alternatif dalam melakukan bisnis dengan mudah.

Potensi pasar yang terdapat dalam karakteristik perilaku penggunaan internet di Indonesia, telah membuat banyak online shop bermunculan dengan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan kepada pembeli, sehingga persaingan antar online shop untuk dapat menarik perhatian konsumen membeli semakin ketat. Tingginya tingkat persaingan antar online shop menyebabkan konsumen bertindak selektif dalam menentukan keputusan pembelian karena berbelanja melalui internet memiliki banyak resiko. Kondisi tersebut menuntut para pelaku onlineshop untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin kompleks.

Konsumen dapat dengan mudah menentukan pilihan pembelian suatu produk, karena tersedianya informasi tentang suatu barang yang cepat, praktis, efisien tanpa terikat ruang dan waktu. Salah satu kunci keberhasilan Online Shop adalah mengetahui faktor-faktor yang dapat menentukan calon konsumen untuk membeli. Konsumen memiliki beberapa faktor untuk menentukan pembelian sebuah produk di online shop sesuai dengan yang diinginkannya,

yaitu produk yang berkualitas, harga yang kompetitif, tempat atau alamat web yang mudah dikunjungi, promosi yang dibuat semenarik mungkin, figur seorang owner yang sudah dikenal atau selebgram dan pelayanan. Dudeclothstore memiliki beberapa strategi pemasaran untuk menawarkan produk yang telah diproduksi, salah satunya dengan menjalankan strategi Marketing Mix 4P yang meliputi product, price, place, dan promotion.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pihak konsumen sebagai bahan yang dapat diperjual belikan. Produk bisa juga diartikan sebagai apapun yang bisa di produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Salah satu produk yang di produksi oleh DudeClothStore adalah pakaian dan parfum premium. Setelah barang di produksi, maka pelaku usaha tersebut akan menentukan price atau harga dari produk yang telah diproduksi.

Harga merupakan alat untuk mengukur nilai suatu barang, harga bagi produsen merupakan penentu bagi permintaan pasar dan mempengaruhi posisi pesaing dalam menarik calon konsumennya. Faktor harga juga yang merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi pelaku usaha

Tempat dalam marketing mix bisa juga disebut sebagai saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Tempat atau place yang digunakan oleh DudeClothStore dalam memasarkan produknya adalah TikTok, Tokopedia, Shopee dan Instagram. Ketika tempat untuk memasarkan produknya sudah tersedia, maka selanjutnya untuk lebih mengenalkan produk Dudeclothstore ke konsumen secara luas digunakanlah strategi promotion. Promosi adalah suatu usaha pemasar untuk memberikan informasi, mempengaruhi dan menarik konsumen terhadap produk yang sedang dipasarkan.

Setelah unsur-unsur dalam marketing mix 4P terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan kualitas pelayanan. Sistem Online shop adalah saling kepercayaan antara pembeli dengan penjual, transaksi dilakukan tidak harus dengan tatap muka secara langsung tetapi dilakukan lewat media transfer bank dan barang dikirim ke pembeli lewat paket. Sehingga untuk

menumbuhkan rasa aman di hati konsumen maka faktor pelayanan sangat penting, dengan menampilkan pelayanan yang baik maka akan memungkinkan jumlah konsumen yang membeli suatu produk akan bertambah.

Dalam transaksi jual beli online, antara pihak konsumen dengan pihak produsen tidak harus bertatap muka saat melakukan transaksi karena beberapa keterbatasan, sehingga peran pelayanan yang bersahabat dan ramah lewat customer service sangat diandalkan untuk dapat memastikan bahwa transaksi yang dilakukan terjamin keamanannya.

Hal ini yang melatar belakangi pentingnya melakukan analisis kelayakan pada usaha online shop DudeClothStore, sehingga baik dalam perencanaan dan penerapannya, bisnis ini bisa lebih efektif. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Studi Kelayakan Bisnis Usaha Baju Online di DudeClothStore**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang diidentifikasi pada penelitian ini adalah:

1. DudeClotchStore kesulitan untuk mengelola stok baju, sehingga sering terjadi kehabisan stok atau overstock
2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembeli dan kepuasan pelanggan di DudeClothStore.
3. Perhitungan keuangan yang tepat dalam suatu usaha sangat penting untuk memproyeksi perkembangan di masa datang.

1.3. Batasan Masalah

Guna mencegah mengembangkannya permasalahan dan memudahkan pembahasan yang lebih terarah, maka penulis membatasi penelitian ini hanya pada:

1. Hal-hal terkait aspek finansial dan non finansial pada usaha baju online Dude cloth store

2. Aspek non finansial yaitu meliputi : aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan aspek teknis atau operasional
3. Aspek finansial yaitu meliputi aspek keuangan meliputi : PP (Payback Period), IRR (Internal Rate of Return), NPV (Net Present Value) dan PI (Profitability Index)

1.4.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas,maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah usaha baju online di Dude Cloth Store layak dijalankan?
2. Apakah usaha baju online di Dude Cloth Store dapat dikategorikan layak dari aspek nonfinansial seperti aspek pasar, aspek manajemen, aspek operasional?
3. Apakah usaha baju online di Dude Cloth Store dapat dikategorikan layak dari aspek finansial seperti aspek keuangan?

1.5.Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1. Maksud Penelitian

Maksud penelitan ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah yang dihadapi oleh usaha baju online Dude Cloth Store, serta untuk mengetahui masalah terhadap kinerjanya.

1.5.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan studi kelayakan bisnis pada usaha baju online di Dude Cloth Store,Apakah usaha baju online di Dude Cloth Store layak dijalankan dengan mempertimbangan dari aspek non-finansial yang meliputi aspek pasar, aspek manajemen, aspek operasional dan aspek finansial yaitu aspek keuangan yang meliputi: *Payback Period, Internal Rate of Return, Net Present Value, dan Profitability Index.*

1.6.Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, data yang diperlukan, teknik pengumpulan data, alat analisis dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan secara lebih lengkap.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian yang sudah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.