

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan zaman sekarang ini banyak sekali perkembangan usaha parfum di Indonesia. Parfum merupakan salah satu produk kecantikan yang disukai dan umum digunakan masyarakat. Sekarang ini penggunaan parfum sudah menjadi gaya hidup yang sudah dilakukan oleh banyak kalangan. Penggunaan parfum memberikan kesegaran dan kepercayaan diri bagi penggunanya. Pada saat ini sudah banyak orang yang menjalankan usaha parfum baik berpengalaman maupun pemula. Banyak juga varian dan brand – brand parfum bermunculan di Indonesia yang memiliki kualitas parfum yang berbeda beda.

Dari berbagai varian parfum yang dihasilkan, banyak dari para pecinta wewangian yang mencari aroma parfum sesuai dengan kondisi dan lingkungannya. Biasanya dilihat dari kualitas dan ketahanan parfum yang tahan lama akan menjadi pilihan terbaik bagi konsumen. Salah satu keunggulan dalam persaingan terutama pada kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Kondisi konsumen yang semakin kritis memaksa pengusaha untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari ketidakpuasan konsumen agar dapat bersaing dengan pengusaha lain yang sejenis.

Seiring perkembangannya teknologi di bidang industri, mengakibatkan banyak pergerakan dalam bidang industri khususnya jual beli. Salah satu perubahan besar yang terjadi adalah munculnya *e-commerce*, yang merupakan kepanjangan dari *electronic commerce* atau yang diartikan dalam bahasa Indonesia sebagai perdagangan elektronik. Proses perdagangan dalam *e-commerce* menggunakan system jaringan internet dan data dalam penyebaran, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang. *E-commerce* merupakan kumpulan teknologi, aplikasi dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen, produsen, maupun distributor, untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang dan pertukaran informasi melalui internet, televisi, atau jaringan lainnya.

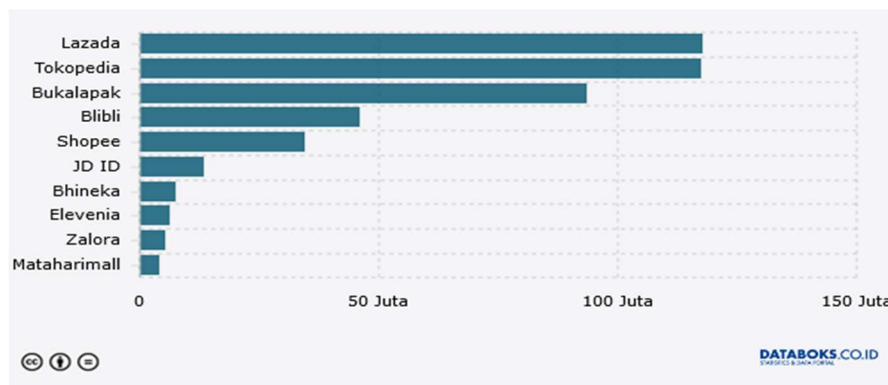
Era yang modern ini kita juga disuguhkan dengan berbagai *website marketplace* yang sangat bermanfaat bagi penjual online untuk memasarkan produk secara gratis. Beberapa orang masih sulit membedakan *marketplace online* dengan *online shop*. *Marketplace* adalah perantara antara penjual dan pembeli di internet, situs marketplace ini bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. *Online shop* adalah model usaha mandiri tanpa pihak perantara. Hal yang diperlukan untuk membuka toko online adalah dengan membuat *website*, mengelola pemasaran melalui media sosial, dan langsung berurusan dengan konsumen.

Situs *marketplace* juga memberikan kenyamanan dan keamanan dalam transaksi jual beli *online*, karena beberapa *marketplace* menyediakan fitur rekber (rekening bersama) yang bisa dimanfaatkan oleh penjual dan pembeli sebagai pihak ketiga. Melalui rekber ini, pembeli tidak perlu takut untuk ditipu oleh penjual *online*, karena uang yang sudah ditransfer akan ditahan di rekber dan akan diteruskan ke rekening penjual ketika barang sudah sampai dengan aman di alamat pembeli.

Ada beberapa marketplace online terbaik yang ada di Indonesia antara lain seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Bukalapak yang terus melakukan inovasi – inovasi terbaik untuk meningkatkan minat para produsen atau penjual untuk membuka tokonya di *marketplace online* tersebut, dan berlomba – lomba meningkatkan minat para konsumen untuk terus membeli produk melalui *marketplace* ini. Berikut ini contoh data pengunjung *marketplace* di tahun 2018.

Gambar 1.1 Data Pengunjung Marketplace di tahun 2018

Sumber: Databook.katadata.co.id



Berbagai macam produk ditawarkan di setiap *marketplace* yang ada, semua bertujuan untuk memudahkan aktivitas jual beli untuk alasan efektifitas waktu, kepraktisan, hingga perolehan laba. Beberapa barang favorit dibeli melalui *online* antara lain produk kecantikan (parfum), pulsa, pakaian, perlengkapan sehari-hari, sampai dengan produk elektronik. Setiap pembeli selalu dimanjakan dan dimudahkan oleh *marketplace*, sehingga makin banyak pembeli yang beralih ke pembelian online.

Berdasarkan hal – hal tersebut, penulis berusaha untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan terhadap usaha parfum merk *Tons Perfume* di Lazada. Sehingga baik dalam perencanaan dan pencapaiannya bisnis ini dapat lebih efektif serta profit yang dihasilkan menjadi maksimal. Dan oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Studi Kelayakan Bisnis Parfum Toko Tons Perfume di Marketplace Lazada.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Banyaknya kompetitor dalam potensi pasar yang luas menjadikan strategi bisnis sangat diperlukan dalam menjalankan usaha parfum di *marketplace* Lazada.
2. Pertumbuhan minat usaha parfum yang signifikan menuntut pelaku usaha untuk lebih serius lagi dalam mengembangkan usaha.
3. Belum adanya analisis aspek finansial maupun nonfinansial untuk mengetahui kelayakan usaha parfum di *marketplace* Lazada.
4. Perhitungan modal yang tepat dalam menjalankan usaha parfum sangat penting untuk perkembangan usaha dalam jangka panjang.

1.3 Batasan Masalah

Agar mendapat temuan yang terfokus dan mendalami permasalahan serta menghindari penafsiran yang berbeda, maka perlu dilakukan batasan masalah. Penelitian ini difokuskan pada kelayakan Usaha Parfum Toko Tons Perfume di *Marketplace* Lazada. Aspek – aspek yang akan dianalisis adalah aspek nonfinansial yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek lingkungan, serta aspek manajemen sumber

daya manusia serta aspek finansial dengan berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *Profitability index* (PI)

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah usaha Parfum Toko Tons Parfum di Marketplace Lazada layak dijalankan?
2. Apakah usaha Parfum Toko Tons Perfume di Marketplace Lazada layak dijalankan untuk aspek nonfinansial seperti aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek lingkungan, serta aspek manajemen sumber daya manusia.
3. Apakah usaha Parfum Toko Tons Perfume di Marketplace Lazada layak dijalankan untuk aspek finansial dengan berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *Profitability index* (PI)?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis kelayakan usaha Parfum Toko Tons Perfume di Marketplace Lazada berdasarkan aspek nonfinansial seperti aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek lingkungan, serta aspek manajemen sumber daya manusia.
2. Menganalisis kelayakan usaha Parfum Toko Tons Perfume di Marketplace Lazada untuk aspek finansial berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *Profitability index* (PI)

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang arti dan pentingnya studi kelayakan bisnis serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi objek penelitian

Sebagai bahan pertimbangan atau masukan terkait dengan usaha parfum toko Tons Perfume di *marketplace* lazada dan menambah keyakinan untuk melanjutkan, melakukan perbaikan, atau menghentikan usaha.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana penerapan teori studi kelayakan bisnis yang diperoleh selama kuliah, mengetahui tentang kondisi nyata pelaku usaha, dan pentingnya melakukan analisis kelayakan bisnis.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut tentang laporan hasil penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini ditulis dengan sistematika penulisan seperti dibawah ini.

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori yang diambil dari kutipan buku terkait dengan penyusunan laporan skripsi dan beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI 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

Berisi Analisa terhadap penelitian yang dilakukan. Sehingga dapat diketahui sejauh mana hasil penelitian tersebut.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.