

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Daya saing dunia bisnis secara global di era revolusi industri 4.0 ini semakin kompetitif, hingga menyebabkan persaingan perusahaan yang dinamis khususnya di bagian produksi, pemasaran, pengolahan sumber daya manusia, teknologi, dan layanan antara perusahaan dengan pelanggan dan layanan perusahaan dengan perusahaan lainnya. Terjadinya persaingan yang kompetitif ini membuat banyak perusahaan menghadapi persoalan yang membuat perusahaan mengalami perubahan secara signifikan. Perusahaan harus beradaptasi akan perubahan agar perusahaan dapat bertahan di suatu bisnis dengan volume daya saing yang sangat banyak. Hanya peran konsumen, memuaskan pelayanan terhadap konsumen, menjaga dan menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu serta manajemen keuangan yang stabil. Banyaknya bidang bisnis yang berkembang di era revolusi industri 4.0 salah satunya bisnis yang bergerak dibidang konveksi.

Konveksi adalah perusahaan pakaian jadi (Ilmi, 2019) didalam kamus besar bahasa indonesia. Menurut Sri Wening dan Sicilia Savitri (dalam jurnal Ilmi, 2019) konveksi adalah usaha di bidang busana jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, konveksi adalah perusahaan pakaian jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, dimana barang yang diproduksi dibuat berdasarkan ukuran standar S, M, L, dan XL dalam jumlah yang banyak. Busana jadi atau *ready-to-wear* (bahasa Inggris) dan *Pret-a-porter* (bahasa Perancis), tidak diukur menurut pemesan, melainkan menggunakan ukuran standar atau ukuran yang telah dibakukan'. Konveksi merupakan usaha yang meliputi pembuatan pakaian atau kebutuhan sandang lainnya yang di kerjakan atau diproduksi secara massal. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer bagi manusia. Kebutuhan primer seorang menjadi tidak lengkap tanpa adanya pakaian. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap individu seperti kebutuhan sandang, pangan, dan papan.

Pakaian merupakan salah satu contoh kebutuhan sandang yang selalu digunakan setiap individu untuk menutupi dan melindungi anggota tubuh

Selain untuk menutupi dan melindungi tubuh, pakaian juga digunakan untuk menunjang gaya penampilan seseorang. Karena seiring dengan perkembangan zaman, pakaian menjadi simbol gaya hidup saat ini yang membuat permintaan dan kebutuhan pakaian menjadi cukup meningkat dan besar. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data yang menunjukkan bahwa kebutuhan penduduk Indonesia terhadap pakaian saat ini sudah mencapai 7.5 kg untuk rata-rata per kapita/tahunnya (Putri et al., 2017). Oleh karena itu, dengan kebutuhan pakaian yang cukup besar di segala kalangan sektor industri tekstil dan pakaian ini memiliki peluang dalam meningkatkan salah satu industri di Indonesia. Kebutuhan manusia dalam hidup harus terpenuhi salah satunya kebutuhan primer.

Di Indonesia, saat ini industri yang bergerak di bidang konveksi mengalami peningkatan jumlah secara signifikan. Persaingan yang terjadi di dunia bisnis konveksi yaitu mengenai produk pakaian jadi seperti baju, jaket, celana sehingga banyak munculnya produk baru yang kreatif dan inovatif produk agar dapat diterima oleh konsumen. Dilihat dari *trend* gaya hidup manusia *modern*, dapat di prediksi bahwa kebutuhan pakaian masyarakat akan bervariasi dan banyak dimasa yang akan datang. Hal ini dapat terjadi karena perkembangan teknologi informasi yang pesat terkhususnya didalam bisnis bidang konveksi.

Untuk pakaian jadi (konveksi) dari tekstil, nilai ekspornya sepanjang periode Januari-April 2018 tumbuh 8,57% menjadi US\$ 2,39 miliar. Angka tersebut berkontribusi sebesar 86,19% dari total ekspor pakaian jadi. Demikian pula pakaian jadi dari rajutan juga meningkat 24,85% menjadi US\$ 280,48 juta, perlengkapan pakaian dari tekstil naik 20% menjadi US\$ 53,56 juta, serta kaos kain rajutan dan sejenisnya naik 3,27% menjadi US\$ 45 juta. Sementara ekspor pakaian jadi dan perlengkapan turun 4,83% menjadi 3,21 juta (Kemenperin, 2019)



Sumber : Badan Pusat Statistik 2019 (BPS)

Gambar 1.1 Pertumbuhan produksi pakaian jadi 2011-2019

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada 3 bulan pertama tahun 2019 produksi industri pakaian jadi tumbuh sebesar 29,19% secara tahunan. Sementara, secara q-t-q (*quarter to quarter*) sektor ini tumbuh sebesar 8,79%, kedua tertinggi setelah industri *furniture*. Melihat peningkatan yang terjadi di Indonesia pada bidang industri konveksi membuat penulis tertarik untuk analisis rencana bisnis (*business plan*) dibidang konveksi kaos . alasan untuk merancang bisnis dibidang konveksi yaitu melihat dari keadaan pasar serta kebutuhan sandang (pakaian) yang selalu bervariasi dan meningkat. Perencanaan bisnis berfungsi untuk merancang strategi dan rencana awal bisnis. Rencana bisnis merupakan proses dokumen yang disiapkan oleh pengusaha untuk menggambarkan hal-hal yang berkaitan dengan unsur-unsur eksternal dan internal yang terlibat dalam memulai bisnis baru. Rencana usaha merupakan hal penting). Karena rencana bisnis juga dapat digunakan sebagai alat untuk mencari dana dari pihak ketiga, seperti bank, investor, dan lembaga keuangan (Rangkuti, dalam jurnal Erfan Harlan Halim, 2014). Prospek pengembangan usaha konveksi di Indonesia ini sangat menjanjikan terlebih lagi melihat persaingan akan bidang industri ini semakin meningkat dari tahun ke tahun dari segi kualitas produk dan manajemen SDM (Sumber Daya Manusia).

Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi sangat penting ketika kita akan menjalankan suatu bisnis, karena perencanaan bisnis diibaratkan sebuah peta dan kompas untuk menjalankan suatu bisnis. Melalui sebuah perencanaan yang matang kita dapat menentukan tujuan utama dalam bisnis,

skala prioritas, pengendalian keuangan, dan menentukan target yang dicapai. Dengan adanya rencana bisnis ini akan dapat menjadikan peluang sukses dalam menjalankan bisnis akan semakin tinggi.

Konveksi pakaian yang di pilih adalah kaos karena pakaian jadi yang paling banyak diminati adalah kaos. Bisnis konveksi ini juga perlu perhatian yang khusus dan harus di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadinya saling keterikatan antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar. Dalam suatu usaha tentunya ada *output* yang harus di hasilkan agar usaha tersebut dapat berjalan dan mendapatkan laba, sebelum hasil dari produk konveksi itu jadi tentunya produk tersebut melewati beberapa kegiatan salah satunya kegiatan produksi.

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (*output*). Dalam pengertian yang bersifat umum ini penggunaannya cukup luas, sehingga mencakup keluaran (*output*) yang berupa barang atau jasa. Dalam arti sempit, pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang baik barang jadi maupun barang setengah jadi, bahan industri dan suku cadang atau spareparts dan komponen. Hasil produksinya dapat berupa barang-barang konsumsi maupun barang-barang industri. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa. Pada umumnya setiap usaha berorientasi pada *profit*/laba. Pencapaian laba yang maksimal dapat di peroleh apabila perusahaan dapat meminimumkan Harga Pokok Produksi (HPP) (Ariyanti et al., 2018). Dalam perencanaan usaha konveksi menentukan harga pokok produksi merupakan hal yang wajib diperhatikan. Kemudian agar HPP mencerminkan biaya yang sesungguhnya maka harus dilakukan pengelempokan biaya secara tepat dan terstruktur. Fluktuasi produksi tentunya akan terus terjadi di setiap perusahaan. Dalam perencanaan usaha hal ini harus diperhatikan lebih agar perusahaan tetap memperoleh keuntungan yang diharapkan dapat menutupi sejumlah biaya produksi yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dengan keuntungan sama dengan nol. Selain nilai HPP, aspek yang penting dalam merencanga usaha yaitu aspek manajemen dan organisasi, aspek pasar dan pemasaran.

Dari uraian di atas dapat kita lihat bahwa trend pakaian telah cepat berkembang dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Usaha yang menawarkan jasa produksi pakaian jadi semakin lama semakin tinggi dan banyak. Analisis rencana bisnis pendirian usaha sangat penting dilakukan untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan dan memperkecil risiko kegagalan untuk memiliki usaha yang sukses.

1.2. RUANG LINGKUP DAN BATASAN MASALAH

1.2.1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini ada beberapa hal yang digunakan sebagai ruang lingkup penelitian, antara lain;

- a. Melakukan analisis kelayakan rencana usaha
- b. Penilitan difokuskan pada aspek produksi, finansial, aspek pasar dan pemasaran.
- c. Perencanaan difokuskan pada bidang konveksi kaos di Dukuh Menanggal

1.2.2. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah

- a. Bidang Konveksi Kaos.
- b. Penelitian ini berfokus pada kelayakan rencana usaha dalam penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) , SWOT, aspek produksi, aspek pasar dan pemasaran, strategi perencanaan usaha.
- c. Segmen pasar yaitu konsumen individual atau konsumen perusahaan/ organisasi.
- d. Lokasi Pemasaran adalah Dukuh Menanggal, Surabaya.

1.3. RUMUSAN MASALAH

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diketahui bahwa untuk menciptakan bisnis konveksi diperlukan perencanaan yang tepat dan terstruktur. Maka perumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Analisis Kelayakan Terhadap Rencana Usaha Konveksi Kaos di Daerah Dukuh Menanggal”.

1.4. TUJUAN DAN MANFAAT

3.2.1. Tujuan

Adapun tujuan dilaksanakannya perencanaan bisnis adalah sebagai berikut:

- A. Untuk mengetahui kelayakan terhadap perencanaan bisnis konveksi kaos di daerah dukuh menanggal.
- B. untuk mengetahui cara merealisasikan sebuah perencanaan bisnis dengan baik dan dapat diterima pasar.

3.2.2. Manfaat

A. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh pengetahuan tentang bagaimana membuat perencanaan bisnis dengan baik dan benar untuk dijadikan pedoman bagi peneliti dalam upaya merealisasikan perencanaan bisnisnya.

B. Bagi Universitas

Sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sampai sejauh mana kurikulum yang telah diterapkan sesuai dan penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan teori utama untuk penelitian dimasa yang akan datang.

C. Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha, dapat digunakan sebagai pembandingan untuk melakukan pengembangan usaha dan penelitian pada waktu yang akan datang. melaksanakan perencanaan bisnis ini keuntungannya bisa menjadi tabungan masa depan.