

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 telah membawa perekonomian nasional dan global ke arah resesi ekonomi. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan global yang negatif atau kontraksi. Perekonomian nasional sendiri, baru mengalami kontraksi pada triwulan II tahun 2020 dengan pertumbuhan ekonomi -5,3%.

Kontraksi tersebut terutama disebabkan oleh penurunan konsumsi rumah tangga akibat pembatasan sosial untuk mencegah Covid-19, penurunan belanja investasi termasuk untuk pembangunan dan perolehan aset tetap, dan penurunan realisasi belanja pemerintah termasuk belanja barang. Disamping itu, terjadi penurunan perdagangan luar negeri yang cukup tajam. Penurunan pertumbuhan ekonomi telah dilalui pada triwulan II, namun Covid-19 masih akan menahan pertumbuhan ekonomi pada triwulan III dan IV. Oleh sebab itu, Pemerintah berupaya untuk meningkatkan performance ekonomi nasional pada triwulan III dan diharapkan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sekitar -0,4% sampai 1%.

Pemerintah melaksanakan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang diharapkan efektif mulai triwulan III. PEN tersebut terdiri dari 3 (tiga) kebijakan utama yaitu peningkatan konsumsi dalam negeri (*demand*), peningkatan aktivitas dunia usaha (*supply*) serta menjaga stabilitas ekonomi dan ekspansi moneter. Ketiga kebijakan tersebut harus mendapat dukungan dari Kementerian/Lembaga, pemerintah daerah, BUMN/BUMD, pelaku usaha, dan masyarakat.

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha.

Dari data di atas menunjukkan bahwa UMKM sangat berperan penting bagi Indonesia terutama untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia, karena perekonomian pada suatu bangsa bisa menjadi tolak ukur kemajuan bangsanya. Di Indonesia Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah UU No. 20/2008, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai: “perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.” Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam UU tersebut.

Gambar 1.1. Kriteria UMKM dan Usaha Besar berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta - Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta - Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Dari data di atas kita bisa mengetahui usaha kita dikategorikan kedalam kategori apa Mikro, Kecil, Menengah atau Besar. Dikategorikan Usaha Mikro apabila memiliki aset maksimal 50 juta dengan omzet maksimal 300 juta per tahun atau sekitar 1 juta per hari dengan asumsi beroperasi aktif selama 300 hari/tahun. Sementara batas omzet Usaha Kecil adalah sekitar 8,3 juta per hari dan batas atas omzet Usaha Menengah adalah 163 juta per hari.

Dari sekian banyak UMKM, usaha *fashion* adalah salah satu usaha yang sedang diminati oleh banyak orang. Karena setiap orang tidak akan pernah terlepas dari *fashion* itu sendiri. Melihat hal tersebut banyak para calon pengusaha dari berbagai kalangan terutama dari golongan anak muda yang pada saat ini tertarik untuk mencoba menjadi seorang pengusaha.

Jenis kegiatan usaha dibagi dua dilihat dari produk yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh kegiatan bisnis, yaitu *tangible goods* (barang) dan *intangible goods* (jasa). Yang di maksud dengan *tangible goods* (barang) yakni barang-barang yang dapat dilihat oleh panca indra manusia, seperti rumah, mobil, makanan, *fashion*. Sedangkan *intangible goods* (jasa) yakni produk yang tidak bisa dilihat secara kasat mata, tetapi dapat

dirasakan manfaatnya setelah konsumen mengkonsumsi jasa tersebut, misalnya jasa transportasi, jasa kesehatan, pelayanan dan lain sebagainya.

Sepatu Mikram merupakan salah satu *brand* produk berupa *tangible goods* (barang) yaitu sepatu fantopel dan *sport* yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan dari anak-anak, remaja bahkan sampai lansia. Dilihat dari perkembangan saat ini *fashion* menjadi salah satu kebutuhan pokok, dengan *trend* yang selalu berubah-ubah dan keinginan pelanggan yang selalu ingin berpenampilan menarik, *trandy*, modis dan *up to date* membuat pelanggan tidak merasa puas, hal tersebut membuat pengusaha-pengusaha di bidang *fashion* semakin menunjukkan keunggulan dalam membuat suatu produk dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau.

Sepatu menjadi salah satu barang yang sangat dibutuhkan manusia. Selain bermanfaat sebagai pelindung bagi tubuh dan mendukung penampilan, sepatu juga dapat memberikan identitas bagi pemakainya dan juga terlihat lebih bergaya demi menaikkan aktualisasi diri atau kepercayaan diri bagi pemakainya. Terkait dengan perkembangan *fashion*, penulis ingin memilih sepatu “Mikram” sebagai objek penelitian. Perusahaan sendiri menyadari bidang usaha *fashion* selalu ramai dan dengan kompetitor yang cukup banyak maka perlu adanya strategi yang inovatif dan kreatif yang harus dilakukan agar produk yang ditawarkan dapat bersaing di pasaran. Memahami strategi adalah kemampuan untuk merencanakan dan melaksanakan visi dan misi perusahaan dengan cara menyusun langkah-langkah dan membuat metode untuk diterapkan perusahaan agar target usaha dapat tercapai. Dengan demikian pelaku usaha harus memiliki kepekaan dalam melihat peluang yang ada di sekitarnya. Namun disisi lain untuk menghasilkan produk yang berkualitas perlu adanya serangkaian proses dengan baik mulai dari proses produksi, penempatan sumber daya manusia, peralatan yang memadai hingga masalah-masalah keuangan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Studi Kelayakan Bisnis Usaha Sepatu Mikram di Ciapus Bogor”..**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Pengaruh Covid-19 telah membawa perekonomian dan global ke arah resesi ekonomi.
2. Banyaknya kompetitor karna potensi pasar yang luas menjadikan strategi pemasaran diperlukan dalam menjalankan suatu usaha.
3. Besarnya persaingan dalam industri *fashion*.
4. Menurunnya aktifitas perbelanjaan akibat pembatasan sosial untuk mencegah penyebaran Covid-19.

1.3. Batasan Masalah

Guna mencegah mengembangkannya permasalahan agar memudahkan pembahasan yang lebih terarah. Maka peneliti membatasi penelitian ini hanya pada:

1. Hal-hal terkait Studi Kelayakan Bisnis pada usaha Sepatu Mikram
2. Aspek non finansial yang diteliti yaitu: aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan operasional, serta aspek manajemen.
3. Aspek finansial yang diteliti yaitu: aspek keuangan dengan kriteria investasi seperti *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI).
4. Penelitian ini difokuskan pada usaha sepatu Mikram

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek hukum?
2. Bagaimana kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran?
3. Bagaimana kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek teknis dan teknologi?
4. Bagaimana kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek manajemen?
5. Bagaimana kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek finansial?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek hukum.
2. Mengetahui kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran.

3. Mengetahui kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek teknis dan teknologi.
4. Mengetahui kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek lingkungan hidup.
5. Mengetahui kelayakan usaha sepatu Mikram ditinjau dari aspek finansial.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya yaitu:

1. Bagi pemilik usaha
Sebagai bahan informasi kepada *Owner* sepatu Mikram untuk meningkatkan usahanya supaya lebih berkembang.
2. Bagi peneliti
Sebagai pengalaman dan juga teori-teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan dapat diterapkan sehingga bisa menambah wawasan atau pengetahuan serta dapat mengaplikasikannya secara langsung khususnya di studi kelayakan bisnis.
3. Bagi Lembaga Pendidikan
Penelitian ini dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu bagi Jurusan Manajemen dan juga STIE GICI BUSINESS SCHOOL.
4. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi bagi para pelaku usaha khususnya dibidang *fashion* yang akan mereka jalankan di kemudian hari.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika pembahasan tugas akhir ini di bagi 5 bab dan masing masing bab mempunyai kaitan satu dengan yang lainnya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai gambaran umum skripsi ini berupa latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan 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 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, penyajian data dan pembahasan masalah

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dengan keseluruhan pembahasan dan saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan tentang referensi berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.