

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini yang terus terpengaruh oleh kemajuan ilmu, pengetahuan, dan juga faktor utama yaitu kemajuan teknologi menjadi pusat perhatian masyarakat secara luas disebabkan menimbulkan fenomena globalisasi yang mana kepentingan individu dan kelompok bahkan negara. Masyarakat di era modern ini digerakan oleh basis konsumsinya. Konsumsi bukan hanya didorong atas dasar kebutuhan semata, namun barang-barang tersebut menjelma sebagai objek konsumsi yang didalamnya menyimpan makna yang menuntun masyarakat untuk membeli atau tidak membelinya, contohnya adalah *fashion*. *Fashion* menjadi salah satu objek konsumsi penting dalam masyarakat modern.

Fashion di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan *fashion*, karena adanya *fashion* akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi *trend center* di masyarakat. Produk *fashion* termasuk produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka panjang, karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun. Produk *fashion* meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya. *Fashion* tidak hanya identik dengan kaum wanita, namun juga dikalangan pria. Selain itu, *fashion* tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari namun juga menjadi salah satu gaya hidup.

Banyak gaya hidup yang dianut oleh manusia. Hal seperti ini tidak hanya terjadi pada kelompok tertentu saja, tetapi terjadi di hampir semua kalangan. Dari tingkat bawah sampai tingkat atas, manusia memiliki gaya hidup dalam berpakaian yang berbeda-beda seiring dengan kemauan, kemampuan, kebutuhan, status sosial, daya beli, dan lain-lain. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh trend globalisasi yang melanda dunia yaitu suatu keadaan yang dipaksakan dari negara-negara maju kepada negara-negara berkembang untuk diikuti, khususnya di bisnis *fashion*.

Bisnis *fashion* saat ini memang semakin berkembang terutama di Indonesia. Hal ini, menjadi salah satu peluang dalam mendirikan usaha. Bisnis *fashion* memiliki daya tarik tersendiri bagi banyak orang karena sebagai salah satu kebutuhan utama manusia. Dengan demikian, bisnis *fashion* tentu saja tidak akan pernah sepi dari pembeli. Adanya peluang bisnis tersebut, kemudian dimanfaatkan oleh SKYMO APPAREL.

SKYMO APPAREL adalah *brand fashion* yang berdiri di Bogor sejak tahun 2008, telah menggeluti dunia *fashion* dan sudah mempunyai 3 outlet dan *reseller* di berbagai wilayah Indonesia. SKYMO APPAREL mengusung gaya yang unik dan eksklusif yang terdiri dari *t-shirt*, *hoodie*, kemeja, topi, tas, celana pendek, celana panjang. SKYMO APPAREL berfokus pada memproduksi pakaian dan aksesoris yang terinspirasi dari budaya pop dan urban seperti musik, seni, *skateboarding* dan *surfing*, dengan sentuhan grafis dan desain yang inovatif. Adapun data pendapatan SKYMO APPAREL periode tahun 2021-2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1. Data Pendapatan SKYMO APPAREL
Sancang Bogor Tahun 2021-2022**

BULAN	TAHUN	
	2021	2022
Januari	Rp. 67.832.798	Rp. 55.527.350
Februari	Rp. 45.732.984	Rp. 44.994.250
Maret	Rp. 41.785.940	Rp. 43.081.600
April	Rp. 67.312.921	Rp. 320.295.890
Mei	Rp. 680.993.833	Rp. 395.638.759
Juni	Rp. 55.228.900	Rp. 55.021.130
Juli	Rp. 45.890.500	Rp. 55.350.100
Agustus	Rp. 58.937.655	Rp. 35.203.460
September	Rp. 55.707.402	Rp. 46.460.240
Oktober	Rp. 45.288.300	Rp. 42.595.352
November	Rp. 45.394.700	Rp. 42.813.736
Desember	Rp. 65.925.800	Rp. 58.130.610
Total	Rp. 1.276.031.733	Rp. 1.195.112.477

Sumber: SKYMO APPAREL (2023)

Tabel 1.1 menunjukkan data pendapatan SKYMO APPAREL sancang bogor pada tahun 2021-2022, menunjukkan adanya fluktuasi pendapatan setiap bulannya, dan dapat

dilihat pendapatan tertinggi terjadi pada bulan Mei dimana pada bulan tersebut bertepatan dengan Hari Raya Idul Fitri sehingga banyak pelanggan yang mendatangi SKYMO APPAREL untuk keperluan produk *fashion*. Karena masih banyaknya permintaan masyarakat akan produk *fashion* sehingga mendorong SKYMO APPAREL ini untuk terus mengembangkan usahanya.

Studi kelayakan bisnis sangat berkaitan dan tidak bisa lepas dengan aspek finansial, operasional, dan ekonomi. Dalam studi kasus ini untuk menilai kelayakan bisnis ini dinilai dari Aspek Non Finansial yang terdiri dari Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis/Operasi, Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia dan Aspek Finansial atau Aspek Keuangan yang terdiri dari *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI).

SKYMO APPAREL terus-menerus melakukan inovasi dan pengembangan karena SKYMO APPAREL masih didalam tahap pemulihan setelah meredanya pandemi Covid-19. Kegiatan usaha SKYMO APPAREL ini harus memancing minat pembelian masyarakat, apabila minat konsumen meningkat, maka laba usaha ini juga akan meningkat karena minat konsumen juga meningkat. Untuk mendirikan suatu usaha sangat penting adanya analisis studi kelayakan untuk mengetahui apakah usaha dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “STUDI KELAYAKAN BISNIS SKYMO APPAREL SANCANG BOGOR”.

1.2. Identifikasi Masalah

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

1. SKYMO APPAREL menghadapi ancaman dari pesaing yang menjalankan kegiatan usaha sejenis.
2. SKYMO APPAREL yang mengusung gaya yang unik dan eksklusif cenderung diminati oleh sebagian kalangan saja.
3. Pendapatan SKYMO APPAREL pada tahun 2021-2022 menunjukkan adanya fluktuasi setiap bulannya.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di SKYMO APPAREL menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian, maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Pada penelitian ini hanya akan terbatas pada kajian yang terdiri dari Aspek Non-Finansial yang terdiri dari Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis/Operasi, Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia dan Aspek Finansial atau Aspek Keuangan yang terdiri dari *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI).

1.4. Perumusan Masalah

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

1. Apakah bisnis SKYMO APPAREL dapat dikategorikan layak berdasarkan aspek non finansial yaitu aspek hukum, aspek pemasaran, aspek teknis, serta aspek manajemen sumber daya manusia.
2. Apakah bisnis SKYMO APPAREL dapat dikategorikan layak berdasarkan aspek finansial yaitu aspek keuangan 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

Melihat perumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan pengembangan bisnis SKYMO APPAREL ditinjau dari aspek studi kelayakan bisnis. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kelayakan bisnis SKYMO APPAREL dilihat dari aspek non finansial yaitu aspek hukum, aspek pemasaran, aspek teknis, serta aspek manajemen sumber daya manusia.

2. Untuk menganalisis kelayakan bisnis SKYMO APPAREL dilihat dari 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 akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi atau masukan dari keberlangsungan bisnis SKYMO APPAREL untuk kedepannya.
2. Menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan memahami tentang aspek-aspek apa saja yang harus di perhatikan dalam melakukan sebuah bisnis.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya yang berkaitan dengan ilmu di bidang pengembangan bisnis atau studi kelayakan bisnis.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat 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 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan alat analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

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