

# BAB I

## PENDAHUDULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Semakin berkembangnya bisnis online semakin lama semakin berkembang. Unit bisnis juga semakin luas. Teknologi internet pertama kali dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969 dan mulai diperkenalkan pada bulan Oktober 1979 yang kemudian berkembang pesat ke seluruh dunia. Melihat pesatnya penyebaran internet, internet menjadi media yang baik untuk memperkenalkan produk dan memperluas pasar. Bermula dari kemunculan model pemasaran melalui internet oleh Michael Ardrich dari Reifon Computer di Inggris pada tahun 1979. Diikuti oleh Charles Stacks dengan toko buku online pertama yang bernama Book Stacks Unlimited (Books.com) ditahun 1992, kemudian Jeff Bezos dengan Amazon.com ditahun 1994.

Di Indonesia, penjualan online dipelopori oleh Andrew Darwis dengan forumjual beli Kaskus diikuti oleh Bhineka.com di tahun 1999. Semakin berkembang dengan bermunculannya situs-situs *marketplace* yang dimulai oleh TokoBagus.com (2003), Tokopedia.com (2009), Bukalapak.com (2010) dan mulai berjamur situs-situs *marketplace* mengikuti gaya belanja online yang semakin meningkat di masyarakat Indonesia.

Perdagangan online semakin berkembang di era wabah covid-19, selain karena internet adalah satu-satunya media penghubung yang efektif tanpa perlu pertemuan fisik, juga didorong dengan menurunnya pertumbuhan ekonomi nasional di periode tersebut, menjadi alasan masyarakat untuk mencari penghasilan tambahan dengan berdagang secara online. Sebagai contoh, berdasarkan data BPS, pertumbuhan ekonomi nasional tahun 2020 hanya sebesar 2,07 persen. Bila kita bandingkan dengan data pertumbuhan ekonomi nasional triwulan IV tahun 2017 sebesar 5,19 persen, penurunan ini dapat dikatakan cukup drastis dan memukul perekonomian masyarakat, terutama masyarakat kelas menengah kebawah.

Menurut Badan Pusat Statistik didalam Statistik *E-Commerce 2020*, berdasarkan survey yang dilakukan terhadap 16.277 sampel usaha pada 34 propinsi, sebesar 99,64 persen melakukan kegiatan usahanya secara *online*. Dari 16.277 sampel, 71,18 persen

usaha baru memulai penjualan melalui internet dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, sedangkan sisanya sudah dimulai jauh sebelumnya. Peningkatan ini disinyalir akibat terjadinya wabah covid-19 yang memaksa para pengusaha untuk beralih ke *online*, sebagaimana kalimat bijak yang belakangan ini sering terdengar, yaitu Berubah, atau Mati!. Menurut de Geus dalam bukunya *The Living Company* (1997), “Banyak perusahaan mati karena pemiliknya terlalu berfokus pada kegiatan memproduksi barang dan jasanya, namun melupakan kelompok manusia yang dilayaninya, yaitu konsumen dan bahkan karyawannya sendiri. Perubahan perlu dilakukan seiring dengan adanya perubahan perilaku semua *stake holder*.”

Perubahan perilaku ini diantaranya melahirkan sebuah model bisnis baru yaitu perdagangan online dengan sistem *dropship*, sebuah model bisnis dengan memanfaatkan kemudahan komunikasi secara online, meminimalisir fungsi stok gudang dengan melakukan pengiriman langsung dari gudang supplier ke pembeli tanpa melalui penjual lagi.

Model bisnis ini menjadi sebuah peluang baru yang memungkinkan semua kalangan dapat menjalankannya tanpa perlu persiapan yang besar dan rumit dalam pendirian dan operasionalnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis tertarik untuk mengangkat tentang perdagangan online dengan memilih judul Studi Kelayakan Pendirian Usaha Perdagangan Fashion Secara Online, yang akan menitik beratkan pada metode *dropship*.

## **1.2. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian itu adalah sebagai berikut:

1. Produk adalah busana muslim dan pelengkapanya
2. Perdagangan dilakukan secara online dengan metode utama *dropship*
3. Skala bisnis dimulai dari skala UMKM
4. Aspek Pemasaran
  - a. Pengertian Pasar dan Pemasaran
  - b. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 7P - Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*)

- c. Analisis SWOT
- 5. Aspek Operasional dan Teknologi
  - a. Perencanaan Produk
  - b. Pemilihan Alat Kerja dan Teknologi
  - c. Persediaan dan Distribusi Barang
  - d. Proses Operasional
  - e. Kapasitas Perdagangan
  - f. Analisa BEP
- 6. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)
  - a. Perencanaan Tenaga Kerja
  - b. Pengembangan Tenaga Kerja
  - c. Penilaian Prestasi Kerja
  - d. Pemberian Kompensasi
- 7. Aspek Keuangan
  - a. Sumber Pendanaan
  - b. Kebutuhan Investasi dan Modal Kerja
  - c. Estimasi Pendapatan
  - d. Proyeksi Neraca, Laba Rugi, Penjualan
  - e. Analisis Rasio Keuangan
- 8. Aspek Hukum
  - a. Badan Hukum
  - b. Perijinan dalam Perdagangan Online

### 1.3. Perumusan Masalah

Dengan adanya perubahan proses bisnis ini, ada beberapa pertanyaan dari keempat aspek yang perlu dianalisa pada studi kelayakan yaitu :

1. Apakah model bisnis ini dapat diterima pasar?
2. Seberapa besar efektifitas secara operasional dengan bantuan teknologi?
3. Apakah bisnis ini dapat menciptakan SDM yang kompeten?
4. Apakah model bisnis ini *profitable*?
5. Apakah model bisnis ini dilindungi oleh hukum?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menjawab perumusan masalah :

1. Untuk mengetahui apakah model bisnis ini dapat diterima pasar
2. Untuk mengetahui efektifitas yang dihasilkan dari pemanfaatan teknologi dalam proses operasional.
3. Untuk mengetahui apakah bisnis ini dapat menciptakan SDM yang kompeten
4. Untuk mengetahui apakah model bisnis ini *profitable*.
5. Untuk mengetahui apakah model bisnis ini sudah dilindungi oleh hukum.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan bermanfaat bagi seluruh *stake holder*.

1. Bagi Pemilik Usaha  
Penelitian ini membantu pemilik usaha untuk menjadi lebih paham akan cara kerja model bisnis ini, dan menjadi kerangka awal pendirian usaha untuk menghindari kerugian usaha.
2. Bagi Mitra (*supplier* dan *reseller*)  
Penelitian ini dapat membuka wawasan bahwa model bisnis ini dapat menjadi pertimbangan positif dan dapat menjadi bagian dari strategi bisnisnya.
3. Bagi Tenaga Kerja  
Penelitian ini dapat menjadi gambaran atas jenis-jenis pekerjaan yang mungkin akan semakin berkembang kedepannya dan bagaimana menyiapkan *skill* untuk dapat terus berkarir di industri ini
4. Bagi Ekosistem Usaha, khususnya UMKM dan Perekonomian Indonesia pada umumnya. Penelitian ini membuka wawasan bagi pelaku UMKM bahwa model bisnis ini dapat mempercepat perputaran bisnis dan perekonomian negara secara umum.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian dan alasan pemilihan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan tentang teori-teori yang mendukung penyusunan penelitian ini, antara lain pengetahuan dari studi kelayakan bisnis serta aspek-aspeknya.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah dengan studi pustaka dan studi lapangan.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat tentang penyajian data yang didapat dan hasil penelitian yang berisi gambaran umum tentang objek penelitian, penyajian data dan pembahasan masalah

### **BAB V KESIMPULAN**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dengan keseluruhan pembahasan dan saran-saran yang dapat diberikan untuk masalah yang ada.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai referensi buku, jurnal dan rujukan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.