

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

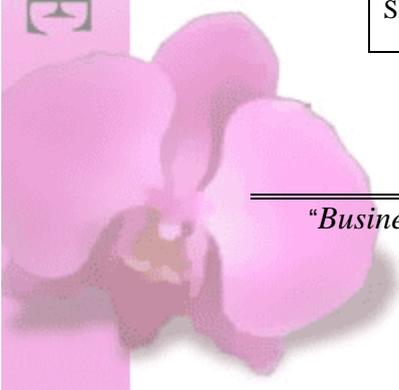
Wirausaha seakan menjadi harga mati bagi negara manapun di dunia ini yang ingin naik ke level yang lebih tinggi sebagai negara maju. Sosiolog David McClelland menetapkan batas dua persen dari total jumlah penduduk haruslah pengusaha agar suatu negara bisa dikatakan sebagai negara maju. Hingga saat ini jumlah pelaku wirausaha di Indonesia masih belum mencapai angka ideal dua persen dari jumlah penduduk yang ada. Data terkini dari *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menunjukkan bahwa Indonesia baru mempunyai sekitar 1,56 persen pelaku wirausaha dari total jumlah penduduk 250 juta jiwa. Data itu juga menunjukkan bahwa jumlah pengusaha yang dimiliki Indonesia tertinggal ketimbang tiga negara di kawasan Asia Tenggara yang meliputi Singapura, Malaysia, dan Thailand. Dari ketiga negara tersebut mencatatkan angka 7 persen, 5 persen, dan 4,5 persen dari total jumlah penduduk masing-masing. Sementara, negara-negara maju seperti Amerika dan Jepang bahkan memiliki jumlah pengusaha lebih dari 10 persen dengan jumlah populasinya. Sedangkan melalui Index Daya Saing Global di 10 negara Asean yang mencatat Singapura berada di peringkat pertama dengan 5,68 persen, Malaysia 5,23 persen, Thailand 4,64 persen, dan Indonesia 4,52 persen.

Adapun seperti yang dilansir pada pidato Presiden Jokowi dalam peresmian Logistik Berikat (PLB) di Jakarta, 10 Maret 2016 mengatakan peringkat kemudahan berusaha atau *Ease of Doing Business (EoDB)* yang menempatkan Singapura di urutan pertama. Pada tahun sebelumnya, Indonesia berada di peringkat 120 dan tahun ini naik menjadi 109. Dan tahun 2017 ditargetkan agar bisa masuk peringkat 40. Namun diposisi Indonesia yang ke-109, Malaysia sudah menempati nomor 18, Thailand 49, dan Vietnam 90. Sehingga untuk memenuhi angka minimal 2 persen Indonesia masih butuh 1,7 juta pengusaha, dan apabila ingin memenangkan kompetisi di era pasar tunggal Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) sesuai standari bank dunia yang menyaratkan 4 persen Indonesia membutuhkan 5,8 juta pengusaha.

Selain itu dengan semakin banyaknya wirausahawan baru, akan membantu mengurangi tingkat pengangguran disetiap jenjang pendidikan melalui penciptaan lapangan kerja diberbagai sektor usaha. Berikut ini pada Tabel 1 menyajikan data yang semakin memberi petunjuk mengenai betapa pentingnya kita menjadi wirausahawan.

**Tabel 1 Jumlah pengangguran Terbuka di Indonesia Tahun 2016 (ribuan orang).**

Jenjang Pendidikan	Pengangguran Terbuka
Tidak / belum pernah sekolah	94.293
Tidak / belum tamat SD	557.418
SD	1.218.954
SLTP	1.313.815
SLTA Umum / SMU	1.546.699



SLTA Kejuruan/SMK	1.348.327
Akademi/Diploma	249.362
Universitas	695.304
Total	7.024.172

Sumber : BPS Sakernas 2016 (update terakhir: 16 Sep 2016).

Masalah pengangguran merupakan kasus krusial yang menyebabkan lambannya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Penyebab utama tingginya pengangguran di Indonesia antara lain : kurangnya lapangan kerja, rendahnya jenjang pendidikan yang dicapai masyarakat, minimnya ketrampilan yang dikuasai oleh sumber daya manusia.

Jika melihat data dari 8,32 juta orang pengangguran di Indonesia sampai Agustus 2010, ternyata paling banyak didominasi para lulusan sarjana dan diploma. Hal ini tentu menjadi sangat ironis sekali karena dengan pendidikan yang dimiliki tentunya dapat menjadi modal untuk membangun Negara, bahkan dapat membantu Negara dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi pengangguran bukannya malah ikut serta menambah pengangguran. Oleh sebab itu menanamkan jiwa kewirausahaan kepada masyarakat dapat menjadi solusi untuk mengurangi pengangguran, karena dengan melakukan kegiatan wirausaha maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan sehingga pada akhirnya diharapkan akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

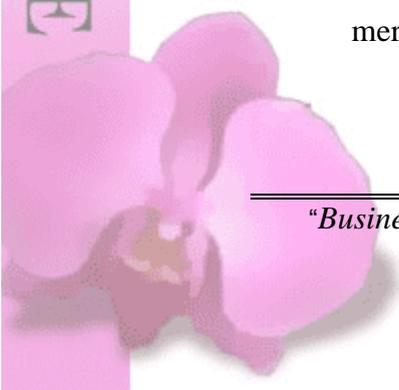
Mengapa kewirausahaan ? Setidaknya terdapat 4 alasan mengapa menciptakan sebanyak mungkin enterpreneur di suatu negara memiliki keterkaitan dengan kesejahteraan negara tersebut, yaitu : (1) *Solusi bagi dirinya sendiri*, karena mereka tidak perlu menganggur dan mereka adalah pencipta kerja bagi dirinya sendiri; (2) *solusi bagi sesamanya*, karena dari pekerjaan yang mereka ciptakan akan memberikan pekerjaan bagi yang



lain; (3) *solusi bagi komunitasnya*, karena dari daya inovasi kreatifitasnya akan dapat merubah sumber daya menjadi produk yang dibutuhkan masyarakat luas; (4) *solusi bagi negara*, karena dari hasil karya para enterpreneur negara memperoleh pendapatan melalui pajak yang dibayarkan, dimana hasil pajak ini berguna untuk membiayai pemerintahan dan kelangsungan pembangunan negara ini.

Namun, dengan adanya perbedaan dalam pengetahuan, minat dan budaya, serta faktor lingkungan dimana seseorang berada, akan menentukan karier seperti apa yang mereka inginkan dimasa depan. Sekarang ini dunia cepat berubah dalam hitungan detik yang tidak menutup kemungkinan dengan adanya persaingan ekonomi yang semakin tinggi, didukung adanya kemajuan teknologi seolah tanpa batas melalui e-commerce dari yang mulai internasional sampai yang domestik. Juga rantai pasok bahan baku yang tidak bisa ditahan, apalagi dengan media sosial menjadi sangat terbuka dan cepat tersajikan. Jadi, dalam situasi seperti ini pilihannya hanya ada dua yaitu terbuka atau menutup diri.

Menjadi seorang *wirausahawan* sekarang ini, tidak hanya sekedar dapat memulai dan mendirikan suatu usaha begitu saja, melainkan dituntut mampu mengarahkan usahanya pada keadaan yang terus menguntungkan dan memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan atau terus-menerus dibandingkan dengan pesaingnya. Salah satu kunci sukses memulai usaha yaitu adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif serta memiliki nilai ekonomi atau komersial tinggi ke dalam sebuah perencanaan bisnis (*Business Plan*) yang matang dan realistis. Oleh sebab itu, pentingnya membuat *business plan* untuk memiliki arah dan tujuan yang jelas agar tidak berakibat merugikan apabila terjadi kesalahan yang tidak diperhitungkan



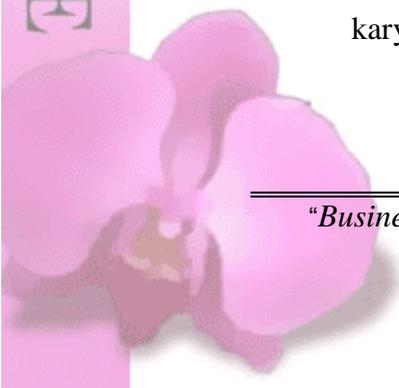
sebelumnya. *Business plan* dibuat dalam bentuk jangka pendek ataupun jangka panjang yang pertama kali diikuti untuk tiga tahun berjalan. *Business plan* merupakan rencana perjalanan atau road map yang akan diikuti oleh wirausaha. *Business plan* seakan-akan menjawab pertanyaan: *Where am I now? Where am I going? How will I get there.*

Dari sekian banyaknya berbagai bidang wirausaha yang ada, disini penulis akan meneliti wirausaha online shop di bidang fashion, khususnya fashion baju muslim. Karena dunia fashion bisa dibilang salah satu lini bisnis yang “tidak ada matinya” dan selalu ada trend baru yang muncul. Siapa yang tak butuh sandang? Sebagai kebutuhan primer, semua yang berhubungan dengan dunia busana menjadi salah satu topik yang paling diminati.

Untuk itu bisnis fashion memiliki peluang bisnis yang menjanjikan. Fashion tidak dibatasi oleh pakaian saja, namun dari segala sesuatu yang menghiasi tubuh manusia dari ujung kepala hingga ujung kaki, jadi bisa dikatakan bisnis ini sangat luas.

Busana memang tidak hanya berfungsi untuk menutupi dan melindungi tubuh. Sejak ribuan tahun silam, busana juga telah menentukan status sosial seseorang. Sebagai contoh, beberapa ukiran yang ada di Candi Borobodur menunjukkan bagaimana cara berpakaian masyarakat kelas bawah hingga putra-putri bangsawan.

Meski menurut Era Soekamto konsumen Indonesia yang kerap memantau tren terbaru hanya 20%, namun seiring meningkatnya kelas menengah di Indonesia dan perkembangan teknologi informasi, konsumen pun menjadi lebih jeli, kritis, dan “melek fashion”. Perkembangan ini bisa menjadi peluang bagi pelaku bisnis fashion untuk lebih dulu menyajikan karya-karya terbaik sesuai dengan tren mode dan warna terbaru yang akan

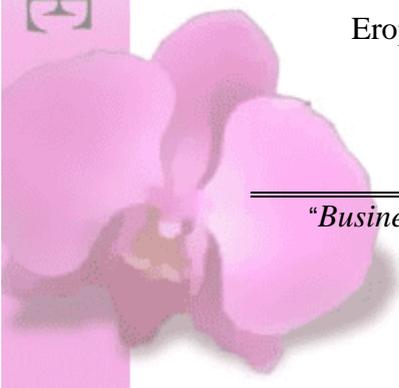


mendominasi fashion dunia. Apalagi untuk mereka yang mendesain karyanya sendiri, informasi mengenai perkembangan tren mode terbaru dunia wajib ada di dalam kepala.

Dan dalam era globalisasi banyak faktor pendukung yang membuat suatu negara dapat dipandang oleh dunia salah satunya adalah dengan fashion. Pada negara-negara maju seperti Amerika, Inggris, Prancis, dan Korea telah menjadi negara dengan desainer hebat dalam meragakan koleksi fashion terbaik dunia. Tentunya jika dalam suatu negara memiliki prestasi dalam fashion begitu sangat membanggakan. Itulah yang dilakukan Indonesia pada saat ini, untuk mengembangkan terus fashion hasil rancangan desainer-desainer terbaik di Indonesia. Namun Indonesia pada saat ini lebih memfokuskan bagaimana fashion busana muslim Indonesia bisa dipandang oleh dunia. Dengan tekad yang kuat Indonesia terus mengembangkan fashion busana muslim, sehingga Indonesia mampu menjadi kiblat busana muslim dunia.

Melihat dari fakta-fakta yang ada saat ini, Indonesia mampu menjadi kiblat fashion muslim dunia. Buktinya yaitu, beberapa tahun lalu *prapancha research* (PR) melakukan pantauan terhadap jejaring sosial selama kurun waktu 2 tahun, pada 1 Agustus 2011 sampai 1 Agustus 2013. Dari analisis ditemukan bahwa Indonesia siap menjadi pusat mode busana muslim dunia karena dalam total pencarian “Muslim Fashion” di Google, 77 persen ternyata berasal dari Indonesia.

Dari fakta yang ada tersebut, ternyata banyak kalangan yang mendukung dan yakin atas Indonesia mampu menjadi kiblat fashion muslim dunia. Dari perbandingan yang ada saat ini negara-negara di Timur Tengah, Eropa, dan Amerika, mode busana muslim di Indonesia jauh lebih



berkembang. Mode busana Indonesia juga berani menampilkan beda dari mode busana Muslim pada negara-negara lain.

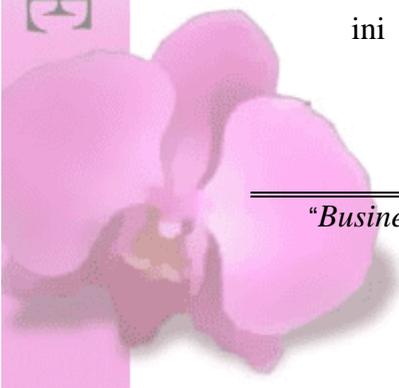
Pada setiap tahunnya Indonesia mampu memberikan perubahan yang khas dalam menunjukkan busana muslim di mata Dunia. Sehingga saat ini Indonesia mampu menjadi negara yang dipandang atas karya busana muslim yang dimiliki. Sedangkan negara Timur Tengah yang berdominan umat muslim kalah bersaing dengan Indonesia dalam fashion busana muslim.

Dewasa ini fashion muslim Indonesia terus melakukan transformasi dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer yang berjiwa muda. Fashion busana muslim yang lebih hidup dengan perpaduan warna yang terkesan segar menunjukkan bahwa budaya Islam di Indonesia terbuka pada modernisasi, toleran, menerima perbedaan, dan cinta keagamaan.

Pertumbuhan industri busana muslim dapat menggambarkan karakteristik dan budaya masyarakat muslim Indonesia yang kreatif dan cinta damai di mata dunia. Bukan hanya serba tertutup, garis rancangan busana muslim di Indonesia juga mengedepankan unsur kenyamanan, keanggunan, modis, bahkan menggabungkan unsur etnik.

Busana muslim Indonesia memang jauh lebih fashionable dibandingkan dengan negara-negara lain yang sudah lebih dulu mempopulerkannya. Indonesia bisa menjadi kiblat fashion muslim dunia karena mempunyai kreativitas luar biasa.

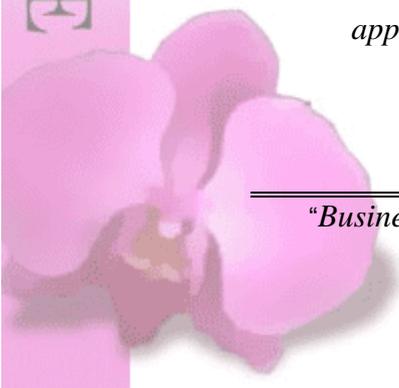
Dan seiring kemajuan teknologi yang kian berkembang dan canggih saat ini alat dan strategi berkomunikasi dengan konsumen mengalami



perubahan yang signifikan berkat kehadiran media sosial. Diantara media sosial yang ada penggunaan platform berupa *content creation, content upload, networking, conversing, media sharing, dan bookmarking* memiliki peran penting dalam berkomunikasi. Terutama jenis media sosial yang memfasilitasi bisnis (*opportunistic sites*).

Lebih lanjutnya media sosial mencerminkan berbagai sumber baru informasi online yang diciptakan, diinisiasikan, disirkulasikan, dan digunakan oleh konsumen dengan tujuan untuk saling mengedukasi tentang produk, merk, jasa, kepribadian, dan isu relevan. Oleh sebab itu, para pemasar modern wajib memanfaatkan media sosial secara cermat. Baik digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, berbagi informasi antara pelanggan dengan pelanggan dan juga dapat dimanfaatkan untuk membangun *networking* dengan pelaku bisnis untuk membangun sinergi dalam berwirausaha.

Saat ini kebanyakan perusahaan menggunakan *e-marketing* sebagai media pemasaran dan penjualan. dengan melalui *website* bisa beraneka ragam, mulai dari informasi umum dan fasilitas *electronic shopping*, hingga promosi, seperti games, kontes, dan kupon online. Selain itu pemasar juga dapat memanfaatkan potensi internet sebagai media berkomunikasi secara interaktif dengan para stakeholder, seperti pelanggan, pemasok, karyawan, investor, dan pihak-pihak terkait lainnya. Sarana yang dapat dimanfaatkan meliputi *e-mail, internet forum, news groups, electronic bulleting boards*, media sosial (seperti Facebook, Twitter, Google, Youtube, Intagram, Snapchat, dan Pinterest), *blog, wiki, media-sharing sites* (seperti Flickr, Picasa, Shutterfly, Snapfish, Metacafe.com, dan Hulu), *virtual gamis sites* (seperti *smartphone, mobile computing device, dan tabler computers*), *applications (apps) and widgets, podcast*, dan lain-lain.

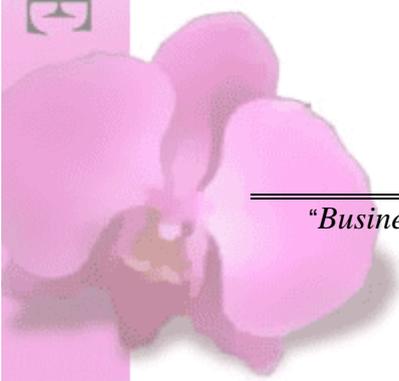


Dari uraian latar belakang diatas, Industri fashion berkembang dan membuat bisnis fashion menjadi peluang besar untuk berwirausaha dan bagi calon pengusaha. Dimana terdapat banyaknya peluang bisnis dalam industri fashion yang bisa menjadi jalan bagi penulis untuk mendapatkan penghasilan. Serta dengan dibantunya peran penting media sosial dan didukungnya perkembangan dengan *e-marketing* yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi semua kalangan manusia. Membantu penulis dalam melakukan penelitian ini karena dengan melakukan perencanaan bisnis yang baik merupakan alat yang sangat berguna untuk menjalankan bisnis secara efektif dan efisien, sehingga penulis bertujuan untuk menganalisis “***Business Plan untuk Wirausaha Online Shop Hijab dan Fashion Baju Muslim Uswa Modesty Fashion Berdasarkan Analisis SWOT (Ditinjau dari aspek marketing, operational, dan financial)***”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Business Plan untuk wirausaha online shop hijab dan fashion baju muslim Ditinjau dari Analisis *Financial, Marketing, dan Operational* pada Uswa Modesty Fashion (*Usdefa*). Secara garis besar rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis pertumbuhan usaha *Uswa Modesty Fashion* yang ditinjau dari aspek marketing, aspek operational dan aspek financial?
2. Bagaimana analisis pertumbuhan usaha *Uswa Modesty Fashion* berdasarkan analisis SWOT sebagai alat formulasi strategi?



### 1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah pedoman bagi setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang telah dirumuskan.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil analisis perusahaan pada usaha *Uswa Modesty Fashion*.
2. Untuk mengetahui pertumbuhan perusahaan *Uswa Modesty Fashion* berdasarkan analisis SWOT.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitiannya dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

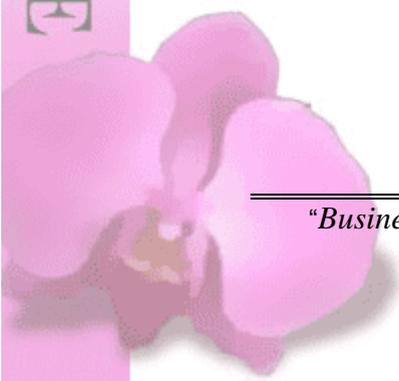
#### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pemikiran dan masukan terhadap perusahaan dalam mengelola keuangan, pemasaran, dan operasional bagi perusahaan dalam pencapaian maksimal sesuai dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan.

Serta sebagai pertimbangan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan, perencanaan bisnis dan menentukan kebijakan perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dan meningkatkan reputasi perusahaan dengan adanya persaingan ekonomi yang semakin tinggi.

#### 2. Bagi Investor

Sebagai bahan pertimbangan bagi investor dalam melakukan investasi di *Uswa Modesty Fashion*.



### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan lagi pada perusahaan yang sudah start-up ataupun perusahaan yang grow-up di tinjau dari analisis financial melalui ratio keuangan maupun penerapan business plan dalam wirausaha melalui strategi BSC ataupun yang lainnya. Dan juga dengan adanya penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian perencanaan bisnis sejenis yang relevan. Di era yang semakin berkembang perusahaan akan semakin antusias dalam melakukan perkembangan usaha yang lebih efektif dan efisien.

### 4. Bagi Penulis

Sebagai sarana mempraktikkan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, serta menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai penerapan Analisis SWOT dalam dunia kerja.

