

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di segala bidang semakin ketat, salah satunya adalah persaingan dalam memperoleh pekerjaan. Hal tersebut disebabkan oleh tidak seimbangnya jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia dengan jumlah para pencari kerja, dimana jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia lebih sedikit dibanding jumlah para pencari kerja. Dengan melihat kondisi tersebut maka sudah saatnya untuk merubah pola pikir yang semula ingin mencari pekerjaan beralih menjadi pencipta lapangan pekerjaan untuk mengurangi jumlah angka pengangguran. Sebagaimana visi dari perguruan tinggi Akademi Pimpinan Perusahaan “untuk menjadi perguruan tinggi terdepan dan pusat unggulan di bidang manajemen industri serta pusat penciptaan wirausaha – wirausaha muda yang tangguh di tingkat nasional “. Wirausaha adalah alternatif yang kami pilih untuk mengatasi sulitnya mencari lapangan kerja. Dengan wirausaha kami dapat menciptakan lapangan kerja baik bagi diri sendiri atau bahkan bagi orang lain. Dengan demikian angka pengangguran dapat diminimalisir.

Sejalan dengan berkembangnya jumlah penduduk yang semakin pesat serta di dorong semakin berkembangnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) sangat berpengaruh pada pola kehidupan masyarakat untuk meningkatkan derajat dan tingkat sosial ekonomi dan pendapatan keluarga. Untuk membentuk derajat dan ekonomi tersebut, dipenuhi oleh daya adopsi dan inovasi masyarakat tentang suatu pembaharuan pada tiap sektor / bidang ekonomi yang dapat memberikan kontribusi pendapatan penduduk. Salah satunya adalah dengan membangun wirausaha-wirausaha baik dari usaha kecil dan menengah maupun usaha besar agar dapat mendorong pendapatan penduduk dan mengurangi angka pengangguran.

Melihat keadaan tersebut, tentu semakin banyak pula persaingan di dunia bisnis, baik bisnis di bidang industri jasa maupun industri manufaktur. Semua bisnis tentunya mempunyai persaingan yang sangat ketat, salah satunya industri manufaktur yang bergerak di dunia *fashion*. Perkembangan dunia *fashion* dari tahun ke tahun berkembang sangat cepat dengan berbagai inovasi dan terobosan-terobosan baru yang selalu diciptakan mengikuti perkembangan zaman, dan hal ini sangat menuntut manusia untuk mengikutinya. Sekarang ini, perkembangan

model *fashion* berkembang secara pesat. Dengan semakin pesat perkembangannya, semakin banyak pula tuntutan permintaan untuk memenuhi kebutuhan *fashion* tersebut.

Dewasa ini dunia *fashion* sangatlah digandrungi oleh semua kalangan, mulai dari baju, celana, tas, sepatu hingga perhiasan. Dari banyaknya jenis usaha di dunia *fashion*, kami melihat jenis usaha di bidang baju sangatlah diminati oleh masyarakat terutama baju untuk perempuan. Baju merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi untuk menutup aurat, tapi tidak hanya sebagai penutup aurat saja berbagai bahan, design, model, motif, ukuran, dan model pun menjadi faktor utama dalam memilih baju terutama kaum perempuan yang lebih mengutamakan *fashionable*.

Gamis merupakan pakaian wanita muslim (muslimah) dengan model baju menyatu antara atasan dan bawahan yang berbentuk lurus, panjang dan longgar untuk menutupi seluruh badan mulai dari leher sampai ke mata kaki. Pada kalangan Muslimah Indonesia, baju gamis sering diidentikan dengan pakaian atau baju kurung wanita, yang menutupi hampir seluruh bagian tubuh wanita, dari bagian pundak, sampai ke bagian kaki, pakaian potongan tidak termasuk ke dalam baju gamis. Tentunya gamis sudah seharusnya digunakan, terutama untuk pakaian penutup aurat. Asal gamis memang berasal dari timur tengah, tetapi sudah tidak aneh lagi jika digunakan di Indonesia, bahkan sudah akrab dengan masyarakat Indonesia.

Seperti yang diketahui, berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tahun terakhir sensus pada 2010, Islam merupakan agama dengan jumlah pemeluk terbanyak di Indonesia. Setiap tahun pada hari raya Islam khususnya idul fitri, mayoritas seluruh umat Islam pada umumnya membeli baju baru untuk merayakan hari raya tersebut. Untuk kaum perempuan muslim, biasanya akan membeli busana baru seperti mukena, jilbab, rok, sampai gamis. Pada kondisi tersebut, kami melihat peluang besar yang bisa kami rambah melalui usaha gamis. Namun, jika dilihat dari busana gamis masih terdapat peluang inovasi dari segi bahan, yaitu masih jarang nya baju busana gamis yang berbahan denim. Untuk itu, kami ingin menjadi market follower dari produk gamis denim dengan memberikan varian gamis dari segi desain, bentuk dan inovasi sehingga terlihat simple, elegan, dan nyaman.

Bahan denim ini digunakan karena sudah terkenal dan bisa dipakai di situasi formal & non formal. Kami juga ingin menghilangkan perspektif atau pemikiran bahwa perempuan tidak bisa bergaya atau menggunakan pakaian berbahan dasar denim. Melihat pangsa pasar (perempuan berumur 18 sampai 45

tahun), mereka masih memperhatikan cara berpakaian mereka dari segi kualitas dan tren, karena dunia *fashion* selalu berkembang. Kami tergerak juga karena sekarang ini masih dirasa pilihan gamis yang cocok bagi wanita yang memiliki mobilitas tinggi.

Kota Depok merupakan salah satu kota besar yang berada di Provinsi Jawa Barat dengan letak geografis yang strategis dan kotanya pun cukup besar. Jika dilihat dari data kependudukan kota Depok berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), data penduduk kota Depok pada tahun 2016 adalah 2.179.813 jiwa dengan jumlah penduduk perempuan sebanyak 1.081.340 jiwa. Laju pertumbuhan penduduk kota Depok adalah sebesar 3,50% per tahun serta laju pertumbuhan ekonomi sebesar 6,63 persen. Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah penduduk kota Depok cukup besar. Oleh karena itu, rencana usaha yang akan kami bangun yaitu di kota Depok karena pembangunan infrastruktur di Kota Depok sedang digencarkan sekarang ini. Hal tersebut berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup. Dengan didirikannya rencana usaha ini, akan membantu pertumbuhan ekonomi di Kota Depok khususnya.

Dengan latar belakang pendidikan yang kami miliki, kami sadar bahwa sebuah perencanaan yang matang akan berdampak kepada suksesnya sebuah usaha yang akan dijalankan. Maka dengan ini kami memutuskan untuk membuat **“Rencana Usaha Pembuatan Gamis Denim di Kota Depok Provinsi Jawa Barat”**. Melalui rencana usaha ini kami berharap usaha yang akan kami jalankan dapat berjalan dengan lancar dan dapat berkembang dengan baik sehingga nantinya kami dapat membantu mengurangi angka pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan. Selain itu, semoga kami dapat turut membangun semangat berwirausaha pada generasi muda di Indonesia.

1.2 Tujuan Perencanaan Usaha

- a. Sebagai pedoman dalam menjalankan usaha, seperti pengambilan keputusan dalam menjalankan usaha, pengembangan ide bisnis dan mempunyai gambaran tujuan usaha yang jelas.
- b. Mengetahui kelayakan usaha Gamis Denim dalam menjalankan usaha.
- c. Sebagai salah satu upaya untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat agar dapat mengurangi angka pengangguran dan

membantu pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat dengan adanya lapangan pekerjaan baru.

- d. Membantu dan mendukung program pemerintah kota Depok dalam memajukan rencana peningkatan jumlah UMKM di kota Depok.

1.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data untuk menyusun tugas akhir. Berikut ini metode pengumpulan data yang kami digunakan adalah :

1.3.1 Observasi

Observasi adalah metode yang kami lakukan dengan terjun langsung ke lapangan atau survey langsung untuk melengkapi data-data tugas akhir. Observasi yang kami lakukan yaitu di kantor Walikota Depok di Jl. Margonda Raya No. 54 Kota Depok untuk mengetahui data-data kependudukan dan perekonomian. Serta di Pasar Tanah Abang – Jakarta Pusat untuk mengetahui harga bahan baku, harga mesin dan peralatan lainnya.

1.3.2 Wawancara

Wawancara adalah metode yang kami lakukan dengan bertemu langsung narasumber yang akan kami tanyakan untuk memperoleh informasi atau data. Wawancara yang kami lakukan bertujuan untuk mengetahui pandangan tentang produk kami yang ditinjau dari harga, desain dan kualitas. Wawancara yang kami lakukan yaitu kepada kompetitor atau pesaing dengan jumlah 15 pesaing dengan merek atau brand yang berbeda dan bertujuan untuk mengetahui jumlah produksi per periode serta data penjualan. Kemudian wawancara kepada konveksi yang kami tentukan yaitu di CV. Rahmat Jeans Depok untuk mengetahui bahan denim yang cocok untuk pembuatan gamis dan cara pembuatan gamis dari bahan denim serta mengetahui jumlah gamis yang dihasilkan per hari kepada penjahit dari model gamis yang kami sediakan. Berikut adalah daftar kompetitor yang kami observasi :

Tabel 1.1 Daftar Kompetitor/Pesaing Gamis di Kota Depok

No.	Nama Brand/Kompetitor
1	Wellco
2	Dilla Collection
3	Zenitha
4	Pondok Sunnah
5	Barokah Collection
6	Keen
7	Meccanism
8	Jasmine
9	Rabbani
10	Elzatta
11	Rumah Cantik Sakinah
12	Songo – Songo
13	Den Roro
14	Ummu Faris
15	Ummu Balqis

Sumber : Hasil Wawancara Terhadap Pesaing

1.3.3 Kuesioner

Kuesioner adalah metode yang kami lakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden untuk mengetahui persepsi dan keinginan responden terhadap produk yang akan kami tinjau dari harga, jumlah konsumsi per tahun, desain dan kualitas. Kuesioner yang kami buat adalah jenis kuesioner terbuka, dengan jumlah responden sebanyak 120 orang yang terdiri dari kalangan remaja, dewasa dan ibu-ibu muda. Metode penyebaran kuesioner yang kami gunakan adalah *Purposive Sampling*, metode ini merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel dengan kriteria yaitu perempuan muslimah umur 18-45 tahun di kota Depok.

1.3.4 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode yang kami lakukan bertujuan untuk mengetahui keadaan kependudukan dan keadaan ekonomi di kota Depok, Jawa Barat melalui Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil serta Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Depok, serta referensi dari pedoman tugas akhir serta buku-buku yang sesuai dengan judul.

1.4 Sistematika Penulisan

1.4.1 BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan dari rencana usaha ini berisi tentang latar belakang usaha, tujuan perencanaan usaha, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan. Bab ini menjelaskan tentang bagaimana supaya konsumen tertarik dengan dunia *fashion* yang sesuai dengan gaya hidup mereka, khususnya terhadap busana gamis.

1.4.2 BAB II : Aspek Pasar dan Pemasaran

Pada bab ini menjelaskan tentang aspek pasar dan pemasaran yang berisi tentang perkembangan dan proyeksi permintaan produk, perkembangan proyeksi penawaran produk, perkembangan dan proyeksi harga produk, analisis persaingan produk-produk sejenis, rencana penjualan, peluang pasar dan pangsa pasar, serta strategi-strategi yang digunakan untuk membantu memasarkan produk seperti strategi distribusi, strategi pelayanan, strategi harga dan strategi promosi terhadap produk.

1.4.3 BAB III : Aspek Teknis dan Teknologis

Pada bab ini menjelaskan tentang spesifikasi produk, penentuan kapasitas dan rencana produksi, proses produksi produk, penentuan bangunan, mesin dan peralatan yang digunakan, kebutuhan bahan baku dan bahan pembantu yang digunakan untuk pembuatan produk, kebutuhan tenaga kerja langsung dan tidak langsung, penentuan lokasi dan tata letak usaha atau pabrik, serta kegiatan umum usaha yang dilakukan.

1.4.4 BAB IV : Aspek Organisasi dan Manajemen

Pada bab ini menjelaskan tentang rencana mengenai bentuk badan usaha yang dipilih dan struktur organisasi, tahapan-tahapan pengurusan perijinan pendirian usaha, kebutuhan SDM dan sistem kompensasi yang akan digunakan, kebutuhan inventaris dan alat tulis kantor, kegiatan pra operasi dan jadwal pelaksanaan, serta uraian kerja untuk masing-masing jabatan pada struktur organisasi.

1.4.5 BAB V : Keuangan dan Kelayakan Usaha

Pada bab ini menjelaskan tentang kebutuhan dana yang meliputi dana modal kerja awal untuk kebutuhan pembelian bahan baku, bahan pembantu, dan biaya administrasi. Pada bagian ini dijelaskan juga analisis proyeksi keuangan, analisis titik impas operasi usaha, analisis kelayakan usaha, dan analisis sensitivitas.

1.4.6 BAB VI : Strategi Pengembangan Usaha

Pada bab ini menjelaskan tentang strategi pengembangan pemasaran, strategi pengembangan produksi, strategi pengembangan sumber daya manusia, serta strategi pengembangan keuangan dan permodalan.

1.4.7 BAB VII : Kesimpulan

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan hasil evaluasi rencana usaha secara keseluruhan terhadap aspek demi aspek, serta saran-saran pendukung agar usaha ini dapat terealisasikan.