

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *fashion* semakin berkembang secara pesat dan juga selalu mengikuti arus perkembangan modernisasi tanpa henti. Perkembangan yang pesat ini menyebabkan masyarakat menjadi lebih pemilih dalam menentukan gaya hidup agar bisa menyeimbangi modernisasi. *Fashion* sangat erat sekali dengan gaya hidup, karena *fashion* dapat menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik. Dengan perkembangan industri *fashion* yang sangat pesat juga meningkatkan produksi pakaian untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin besar. Berdasarkan studi sebelumnya, pertumbuhan dalam permintaan pasar mengenai industri *fashion* dalam 3 tahun terakhir ini sekitar 21% dan para ahli yakin itu akan semakin berkembang (Gilliland, 2019).

Produk *fashion* sendiri terdiri dari berbagai macam jenis, salah satunya adalah *Patch*. *Patch* mulai berkembang dikancah dunia pada tahun 2015 hingga sekarang. Diawali dengan pertunjukan *fashion* yang dilakukan oleh Anya Hindmarch saat mengeluarkan koleksi musim panas, dengan memberikan beberapa *Patch* berbentuk *smiley*, *thunderbolt*, dan beberapa slogan. Pada awalnya, *Patch* ini di aplikasikan pada usia anak-anak atau remaja untuk menunjukkan kesan yang menyenangkan dan berwarna dalam berpakaian. Namun seiring dengan perkembangan trend pakaian yang semakin pesat, *Patch* mulai di aplikasikan pada *fashion* orang yang memiliki jenjang umur yang lebih dewasa baik pada pria maupun wanita untuk menunjang penampilan agar jauh lebih menarik. Semenjak *Patch* ini mulai ramai di pasaran, berbagai merek pakaian terkenal mulai menggunakan *Patch* dalam beberapa produk mereka untuk mengikuti perkembangan tren. (Ketupatkartini, 2016).

Toko *online* ini bernama “*Patch Cotton*” yang sudah beroperasi 5 tahun semenjak 2016 hingga sekarang. Berlokasi dirumah pemilik sendiri di Jalan Lumbungsari 3a no 19, Supriyadi, Semarang. *Patch Cotton* menjual produk berupa

bordir satuan atau dapat disebut sebagai *Patch* berkualitas tinggi dengan berbagai jenis dan juga model yang dapat diaplikasikan pada berbagai tempat umumnya seperti pakaian, tas, dan juga sepatu. *Patch Cotton* sendiri akan mendapatkan produknya dengan cara menjadi *reseller* tangan pertama dan melakukan impor langsung dari negara Cina mengikuti prosedur dan langkah sesuai aturan yang berlaku di Indonesia. Bordir *Patch* ini dapat terbuat dari berbagai macam bahan seperti katun, manik – manik, payet, mutiara dan lain sebagainya. Dengan bahan yang beragam tersebut menggambarkan bahwa *Patch* sangat memiliki berbagai macam model dan bentuk, tetapi hanya memiliki dua jenis saja. Jenis bordir yang terdapat pada *Patch Cotton* terbagi menjadi dua macam, yang pertama adalah *Patch* setrika dimana bordir ini terdapat lem di bagian belakang bordir sehingga dapat diaplikasikan dengan cara disterika dengan suhu yang panas agar lem tersebut dapat meleleh dan merekat dengan erat. Jenis kedua adalah *Patch* jahit yaitu bordir yang harus diaplikasikan dengan cara dijahit menggunakan benang, jenis *Patch* ini dapat dari berbagai macam bahan terutama yang berbahan payet atau manik – manik yang tidak dapat tahan panas. Pemasaran utama pada bisnis *Patch Cotton* ini dengan menggunakan *E-commerce* sebagai toko utama dan media sosial sebagai katalog koleksi produk dan berkomunikasi dengan konsumen. Secara keseluruhan *Patch Cotton* memiliki konsep bisnis dengan memesan produk dari *supplier* dari negara Cina dan menjual kembali kepada konsumen melalui *E-commerce* dan juga media sosial.

Dalam menjalankan bisnis memiliki pesaing merupakan hal yang tidak dapat dihindari, dengan adanya pesaing dalam dunia bisnis mendorong kita para pengusaha untuk dapat saling berlomba dalam meningkatkan kualitas produk. Saat ini *Patch Cotton* memiliki 3 pesaing dalam bisnis *online* yaitu *Patch Lovers*, *Patch Mania*, dan *Markze*. Lingkup Pemasaran utama pada bisnis *Patch Cotton* ini dengan menggunakan *E-commerce (Shopee)* sebagai toko utama dan media sosial sebagai katalog koleksi produk dan berkomunikasi dengan konsumen. Secara keseluruhan *Patch Cotton* memiliki konsep bisnis dengan memesan produk dari *supplier* dari

negara Cina dan menjual kembali kepada konsumen melalui *E-commerce* dan juga media sosial.



Gambar 1. 1 Contoh Produk *Patch Cotton*

Tabel 1. 1 Tabel rata-rata jumlah pelanggan

Nama	Jumlah Penjualan/hari	Jumlah Penjualan/tahun
<i>Patch Cotton</i>	9 Pelanggan	9 x 365 hari = 3.285

Berdasarkan tabel diatas dapat di intrepretasikan bahwa jumlah rata-rata pelanggan *Patch Cotton* perharinya adalah 9 pelanggan dengan daya beli sebesar 42 ribu rupiah per pelanggan nya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan pertahun dari *Patch Cotton* memiliki rata-rata sebesar 3.285 pelanggan dengan omset sebesar 137.970.000 per tahunnya dengan pembagian kurang lebih seperti tabel dibawah.

Tabel 1. 2 Tabel Omset *Patch Cotton*

Bulan (2021)	Omset / bulan
Agustus	11.368.928
September	9.778.772
Oktober	10.537.644
November	11.968.900
Desember	15.735.516

Tabel diatas merupakan omset 5 bulan terakhir *Patch Cotton*. Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa omset *Patch Cotton* sangat dinamis. Menurut analisa dari penulis, penurunan omset pada bulan September dikarenakan meningkatnya angka persebaran virus Covid-19 pada bulan Juli dan Agustus sehingga membuat penjualan menurun. Pada bulan Oktober dan seterusnya omset daripada *Patch Cotton* mengalami kenaikan karena *E-commerce* yang digunakan oleh penulis sebagai media penjualan mengadakan berbagai promosi seperti gratis ongkir, *cashback*, dan lain sebagainya sehingga penjualan mengalami kenaikan omset yang signifikan terutama pada bulan Desember.

Dalam menjalankan sebuah bisnis tentunya dibutuhkan perencanaan bisnis yang matang agar usaha tersebut dapat berjalan sesuai dengan tujuan utamanya. Bisnis *Patch Cotton* masih dalam tahap merintis bisnis dan ingin mengembangkan lebih besar lagi dengan memiliki toko *offline* yang dapat dikunjungi oleh pelanggan, sehingga *Patch Cotton* dapat menjangkau pelanggan yang tidak bisa atau tidak menyukai berbelanja *online*. Dengan adanya toko *offline* ini membuat para pelanggan dapat melihat secara langsung kualitas barang yang dijual oleh *Patch Cotton*.

Setiap bisnis memiliki target pasar agar produk dapat terjual secara maksimal. Bisnis *Patch* ini memiliki target masyarakat kota Semarang. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut dibutuhkan perencanaan bisnis untuk dapat melihat apakah

penjualan yang dilakukan dapat memberi untung yang cukup agar pemilik dapat membuka toko *offline* atau cabang *online*.

Melihat latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah perencanaan bisnis pada toko *online Patch Cotton* apakah berjalan dan layak untuk dikembangkan dengan judul : “ **PERENCANAAN BISNIS TOKO BORDIR “PATCH COTTON”**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas tersebut, maka perumusan masalahnya sebagai berikut : “Bagaimana perencanaan bisnis untuk mengembangkan Toko Bordir *Patch Cotton*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini yaitu: “Untuk menyusun perencanaan bisnis Toko Bordir “*Patch Cotton*””

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian perencanaan bisnis Toko Bordir “*Patch Cotton*” adalah:

- a. Bagi peneliti, berguna untuk pemahaman dan penerapan bisnis yang akan dijalankan.
- b. Bagi pembaca, dapat dijadikan sebagai referensi maupun sumber informasi untuk memulai bisnis dengan pola pembahasan yang sama.