



BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Bisnis *fashion* tidak akan pernah hilang karena *fashion* adalah sebuah tren di kalangan masyarakat. Setiap masyarakat di dunia pasti menggunakan pakaian dan aksesoris lainnya yang menunjang penampilan mereka. Hal ini merupakan salah satu pembuktian bahwa bisnis *fashion* akan terus ada. *Fashion* tidak hanya soal pakaian saja tetapi ada unsur pendukung lainnya yaitu aksesoris. Salah satu bidang *fashion* aksesoris yang diamati oleh penulis adalah *scarf*. Berdasarkan sejarah *fashion* nya, *scarf* berasal dari Timur Tengah. Biasanya, pemakaian *scarf* di Timur Tengah berfungsi sebagai penutup aurat dan penutup wajah dari kondisi panas dan debu padang pasir pada masa itu. Tetapi kegunaan *scarf* saat ini sudah berkembang menjadi *trend fashion* aksesoris pakaian serba guna yang sedang diminati oleh masyarakat khususnya wanita baik yang berhijab maupun tidak. Dilihat dari sisi busana *scarf* memiliki keunggulan, karena fleksibilitasnya. Setiap orang memiliki kebebasan berkreasi dalam mengenakan *scarf* baik itu di leher, digunakan sebagai bandana maupun hijab, sebagai pemanis pakaian, ataupun sekedar dililitkan di tas. Tetapi berbeda dari *scarf* pada umumnya, penulis ingin mengangkat tema batik cap yang memiliki ciri khas kekayaan budaya Indonesia dengan berbagai macam motif dan sejarahnya.

Ide bisnis bermula saat membantu orang tua penulis dalam menjualkan produk batik nya yang berupa pakaian batik cap. Mulai dari situ penulis mulai tertarik untuk mengenal dan mempelajari batik. Orang tua penulis memilih batik cap karena selain pengerjaan nya yang masih alami sehingga membuat bahan dan warna awet serta tahan lama dengan harga nya yang dapat dijangkau oleh berbagai kalangan. Produk yang



ditawarkan terdiri dari berbagai macam motif batik, bahan dan model pakaian yang sangat modern sekali mengikuti perkembangan zaman tanpa menghilangkan ciri khas dari batik itu sendiri. Penulis tertarik pada salah satu model pakaian batik cap yang menggunakan bahan katun paris yang banyak diminati dan disukai konsumen. Katun paris memiliki tekstur kain yang halus, tipis, daya serap keringat bagus, dingin, lembut, dan nyaman dipakai. Bahan katun paris yang halus dan tipis lah yang membuat penulis berfikir untuk membuat *scarf* batik cap dengan berbagai macam motif khas nya. Penulis menggabungkan ketertarikan konsumen akan tren *scarf* dengan kekayaan budaya Indonesia yaitu batik khususnya batik cap, dengan nama “SCATIQ” yang merupakan kepanjangan dari *scarf* batik. Dengan harapan SCATIQ dapat menjadi *trend* baru di industri *fashion* Indonesia.

B. Tujuan dan Bidang Usaha

Aksesoris merupakan hal terpenting yang dibutuhkan untuk melengkapi *fashion*, begitu juga dengan *scarf*. *Scarf* biasa digunakan untuk pemanis baju, penutup aurat atau untuk menambah aksen tertentu sesuai dengan yang diinginkan. Baju-baju tertentu akan semakin kuat aksennya ketika dipadukan dengan *scarf*. Pemakaian *scarf* saat ini sudah menjadi *trend*. Hampir semua wanita memiliki lebih dari dua *scarf* panjang atau segiempat baik yang berjilbab maupun tidak. *Scarf* tidak hanya berguna untuk menutup kepala atau menghangatkan leher tapi juga bisa dimanfaatkan sebagai aksesoris. Konsumen sangat menyukai *scarf* karena dapat digunakan untuk sehari-hari maupun untuk acara tertentu dan dapat dipadu padan kan dengan pakaian yang sudah ada.

Terdapat dua macam *scarf* yaitu *scarf* polos dan *scarf* bermotif. *Scarf* bermotif pada umumnya berbahan dasar *printing* dan diproduksi secara massal. Tetapi SCATIQ

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



hadir menawarkan produk *scarf* berbahan batik cap dengan beberapa motif batik favorit yang telah di inovasi menjadi berbagai warna dan corak yang modern, serta dilengkapi dengan informasi sejarah dari motif *scarf* tersebut. Produk batik cap sendiri dipilih karena selain dari segi motif nya, proses pembuatannya yang alami membuat bahan dan warna nya menjadi awet dan tahan lama. Dengan tujuan meningkatkan kecintaan khususnya anak muda terhadap batik tetapi tetap modern mengikuti perkembangan zaman yang ada.

SCATIQ diciptakan untuk memenuhi keinginan para pecinta *scarf* dan pecinta batik. Selain menjual produk *scarf* batik cap dengan harga yang terjangkau, SCATIQ juga akan membagikan informasi sejarah dari motif batik yang dipilih konsumen tersebut. Selain *scarf*, SCATIQ juga menyediakan rok, *dress*, dan *cardigan* yang berbahan dasar katun paris dengan berbagai pilihan motif.

SCATIQ berfokus melakukan promosi secara *online*. Sedangkan *offstore* akan menggunakan teknik *standing store*. *Standing store* adalah kegiatan mengikuti bazar yang ada sehingga SCATIQ mampu memperluas *brand awareness* dan mengenali daerah mana yang memiliki potensi konsumsi produk paling besar.

Fokus utama SCATIQ adalah *online selling* sehingga SCATIQ akan menciptakan metode yang nyaman bagi konsumen ketika memesan secara *online* seperti pada website, instagram, tokopedia, shopee. Pemesanan secara *online* perlu didukung dengan layanan seperti *delivery* dan *customer service* yang memadai. Walaupun SCATIQ masih usaha skala kecil, SCATIQ mengutamakan kemampuan *customer service* yang *fast response*. Kemampuan ini secara tidak langsung memberikan kesan profesional bagi para konsumen.

SCATIQ juga akan membuat sistem jaringan, sehingga produk akan lebih cepat tersebar dan dikenal masyarakat. Pada setiap produk SCATIQ sudah terdapat *price tag*,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



maka SCATIQ akan merekrut reseller dengan sistem diskon dengan minimal pembelian tertentu. Pada tahap awal, SCATIQ akan fokus memasarkan produknya menggunakan metode *offstore* di wilayah Jakarta khususnya di pusat perbelanjaan yang sedang mengadakan *event* kemudian SCATIQ baru akan melebarkan sayapnya ke wilayah Jabodetabek dan masih banyak lagi.

C. Besarnya Peluang Bisnis

Saat ini minat masyarakat terhadap penampilan diri mereka sudah semakin meningkat. Kita dapat menemukan banyak penjual di bidang *fashion*, baik itu berupa *online store* atau *off store*. Bisa dibilang bahwa usaha *fashion* ini cukup menjanjikan karena masih banyaknya peluang yang tersedia bagi penulis untuk menjual produknya khususnya di Jabodetabek.

Minat masyarakat terhadap produk *fashion* dapat kita lihat pada gambar 1.1 di bawah ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1

Statistik Produk yang Paling Banyak Dibelanjakan



Sumber: <http://teknologi.metrotvnews.com>

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa minat masyarakat terhadap produk *fashion* (*Apparel, shoes* dan *bags*) memiliki nilai paling tinggi yaitu tiga teratas baik dari secara *offline shopping* maupun *online shopping*. Bukti ini semakin dikuatkan dengan semakin banyaknya jumlah *e-commerce* yang semakin meningkat. Alasan ini juga yang membuat SCATIQ terlebih dahulu fokus menjual produknya secara *online* karena masih begitu banyak pangsa pasar yang bisa didapat jika menggunakan sistem *online*.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa peluang SCATIQ untuk memasarkan produknya sangatlah besar mengingat minat masyarakat terhadap produk *fashion* begitu besar.



D. Identitas Perusahaan

Disini penulis akan menguraikan secara rinci mengenai nama perusahaan, alamat perusahaan, nama pemilik perusahaan dan alamat tempat tinggal pemilik, yaitu sebagai berikut:

1. Nama dan Alamat Perusahaan

1. Nama Perusahaan : SCATIQ
2. Bidang Usaha : *Fashion*
3. Jenis Produk : *Scarf* Batik
4. Alamat Perusahaan : Pondok Kelapa, Jakarta Timur
5. Website : scatiq.com
6. Instagram : scatiq.scarf
7. Facebook : scatiq.scarf
8. Tokopedia : scatiq.scarf
9. Shopee : scatiq.scarf
10. E-mail : scatiq.scarf @gmail.com
11. Bentuk Badan Hukum : Perseorangan

2. Nama dan Alamat Pemilik Perusahaan

1. Nama : Dea Rachma Septia
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 12 September 1995
3. Alamat Rumah : Jalan Cengkir 1 Blok F8 no. 18 Kav. DKI
Pondok Kelapa, Jakarta Timur - 13450
4. Telepon : 081290601931
5. E-mail : dearhm@yahoo.com



SCATIQ merupakan bisnis yang termasuk dalam industri *fashion* dengan tujuan untuk memperoleh laba dan menyediakan kebutuhan produk *scarf* batik cap dengan beragam motif dan warna untuk konsumen, serta meningkatkan kecintaan khususnya anak muda terhadap batik. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:255) "*a Brand is a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of these, that identifies the maker or seller of a product or service.*" (merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari hal - hal tersebut yang mengidentifikasi pembuat atau penjual dari produk atau jasa tersebut).

B. Kebutuhan Dana

Modal awal yang digunakan untuk usaha SCATIQ ini bisa dibilang tidak terlalu besar, karena usaha ini tidak dibuka dalam bentuk gedung atau ruko. Penulis hanya menggunakan *stand* kecil yang digunakan dalam mengikuti berbagai *Event* yang tentunya bisa diikuti oleh SCATIQ. Penulis ingin fokus pada *brand awareness* merek sehingga mengikuti setiap *event* yang ada tentunya memiliki biaya yang jauh lebih murah daripada menggunakan media iklan dimana keuntungan mengikuti *event*, SCATIQ mampu berinteraksi secara langsung dengan pelanggannya. Selain faktor tersebut, menyewa sebuah ruko ataupun gedung akan mengeluarkan biaya yang jauh lebih besar daripada menggunakan sebuah *stand*. Perhitungan dana awal yang akan dibutuhkan untuk pembukaan SCATIQ adalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.1

Rincian Modal SCATIQ

Keterangan	Harga (Rp)
Kas Awal	15.000.000
Biaya Modal	457.390.500
Biaya Packaging	10.927.500
Biaya Perlengkapan	1.490.000
Biaya Peralatan	19.621.000
Biaya Website	2.500.000
Biaya Sewa Bangunan	15.000.000
Biaya Sewa Stand	32.400.000
Total	554.329.000

Sumber: diolah oleh SCATIQ

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dilihat pada tabel 1.2 dapat disimpulkan modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha SCATIQ adalah Rp. 554.329.000,- yang tidak tergolong sebagai usaha besar. SCATIQ akan memulai usahanya dengan modal yang kecil dan berharap di kemudian hari bisa memperluas usaha *scarf* batik ini.