



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Bisnis ritel adalah bisnis yang melibatkan penjual dan *konsumen* dalam proses pembelian barang dalam jumlah satuan atau eceran. *Konsumen* yang membeli produk secara satuan atau eceran ini bertujuan untuk mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut dan bukan untuk diperjual belikan lagi. Contoh dari bisnis ritel adalah toko sembako, toko online, toko pakaian, toko yang ada di Mall, dan lain – lain. Toko ritel juga di klasifikasikan menjadi dua tipe yaitu ritel besar dan ritel kecil, dimana ritel besar merupakan pengecer yang menyediakan barang dalam jumlah besar sedangkan ritel kecil merupakan pengecer tradisional dimana barang yang dijual biasanya dalam jumlah kecil.

Batik merupakan salah satu warisan karya seni asli Indonesia yang menyerupai kain dengan berbagai motif khas dari berbagai daerah di Indonesia. Keunikan dari batik telah membuat UNESCO menentukannya sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi pada tanggal 2 Oktober 2009. Pemerintah Indonesia juga menetapkan secara resmi bahwa Hari Batik Nasional akan diperingati setiap tanggal 2 Oktober. Karena adanya faktor tersebut, maka batik merupakan salah satu produk yang dapat bertahan lama dan cenderung harus dilestarikan agar budaya asli Indonesia dapat terus bertahan hingga masa depan.

Kain batik dikenal sebagai kain/pakaian tradisional masyarakat Indonesia sehingga agar dapat digunakan dan dilestarikan oleh masyarakat di zaman yang modern ini diperlukan inovasi agar para generasi baru ingin dan bersedia memakai pakaian batik untuk kegiatan sehari-hari

1. Dilarang menyalin, 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



maupun kegiatan formal. Kebijakan umum yang dilakukan untuk melestarikan batik yaitu sebagai salah satu seragam untuk para siswa-siswi di sekolah-sekolah Indonesia. Diperlukan inovasi baru seperti membuat pakaian batik yang dapat digemari oleh setiap kalangan, seperti menggunakan motif batik yang indah dan membuatnya menjadi pakaian yang modern seperti kemeja ataupun gaun (*dress*). Pada saat ini, pakaian batik masih menjadi pakaian yang digunakan untuk menghadiri acara formal seperti pernikahan dan rapat oleh masyarakat Indonesia.

Penulis melihat adanya peluang yang besar dari latar belakang dan faktor yang ada bahwa batik merupakan pakaian tradisional yang dapat dinikmati oleh generasi di zaman modern ini dengan menciptakan pakaian batik yang mengusung gaya terkini/modern. Dari melihat potensi baik tersebut, penulis berencana membuat toko ritel yang menjual berbagai pakaian batik untuk pria dan wanita. Penulis ingin membuat nama toko Batik Karya Abadi sebagai merk dari produk tersebut karena memiliki arti sebagai produk yang diciptakan oleh penulis (Karya) agar dapat bertahan/dilestarikan hingga masa depan (Abadi).

1.2 Gambaran Usaha

Bidang usaha yang digeluti oleh Batik Karya Abadi adalah usaha ritel yang menjual produk-produk berbahan dasar kain batik dari berbagai macam daerah di Indonesia. Batik Karya Abadi menjual berbagai jenis produk berbahan dasar kain batik yang modern seperti pakaian, dompet, dan tas. Dalam memulai usaha ini, penulis memiliki berbagai visi, misi, dan tujuan antara lain :



a. Visi Perusahaan

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. (Freddy Rangkuti, 2017:XV).

Visi Batik Karya Abadi adalah menjadi merk pakaian batik yang dikenal oleh masyarakat luas sebagai penyedia produk batik yang berkualitas baik dan berbanding lurus dengan harga yang ditawarkan. Batik Karya Abadi juga menyediakan berbagai variasi batik dengan rentang harga yang luas sehingga dapat memperluas target pasar.

b. Misi Perusahaan

Misi adalah pernyataan tentang apa saja yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam usahanya mewujudkan visi. (Freddy Rangkuti, 2017:XV). Berikut misi dari Batik Karya:

- 1) Memenuhi kebutuhan para konsumen akan produk dan pakaian batik berkualitas baik.
- 2) Berinovasi untuk menciptakan produk batik yang *trendy* dan digemari oleh berbagai kalangan baik tua ataupun muda.
- 3) Memberikan pelayanan yang baik dan terpercaya kepada para konsumen tanpa membeda-bedakan sehingga memberikan nilai yang lebih untuk konsumen.
- 4) Melestarikan warisan budaya asli Indonesia dengan menggunakan motif batik yang khas dari berbagai daerah di Indonesia dalam produksi produknya.
- 5) Mampu bersaing di pasar dan meraih pangsa pasar produk dan pakaian batik yang signifikan di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



c. Tujuan Perusahaan

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tujuan perusahaan adalah hasil yang ingin dicapai oleh perusahaan. Dengan adanya tujuan perusahaan membuat bisnis lebih terarah dan mencegah atau meminimalkan adanya kesalahan dalam bertindak atau keputusan yang diambil yang dapat berpengaruh pada masa depan perusahaan. Tujuan usaha Batik Karya Abadi dibagi dalam tujuan jangka pendek dan panjang, antara lain :

1) Tujuan jangka pendek

- a) Batik Karya Abadi dapat membuka toko ritelnya di berbagai pusat perbelanjaan yang berpotensi memiliki demografi pasar yang baik.
- b) Mendukung dan membantu melestarikan salah satu karya seni tradisional khas Indonesia dengan menciptakan produk dan pakaian modern yang menggunakan motif batik.
- c) Memberikan kepuasan dan menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan serta memberikan pelayanan terbaik, salah satunya dengan cara menyediakan *kustomisasi* produk sesuai dengan keinginan konsumen.
- d) Mempermudah masyarakat untuk mendapatkan pakaian batik yang terjangkau dan berkualitas baik.
- e) Membangun citra *brand* Batik Karya Abadi yang kuat kepada seluruh segmen konsumen.

2) Tujuan jangka panjang

- a) Memperluas pasar dengan mengekspor produk ke mancanegara.
- b) Memperluas pangsa pasar dengan membuka toko di marketplace besar seperti *Tokopedia, Shopee, Lazada, dan JD.ID*.

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.



- c) Membuat inovasi baru yang tidak hanya mengandalkan segmen pakaian, tetapi hingga ke aksesoris-aksesoris dalam kehidupan sehari-hari.
- d) Mengarahkan Batik Karya Abadi sebagai merk pakaian batik yang populer dan terjangkau bagi masyarakat.
- e) Menjadi brand yang mampu bertahan dan dikenal baik oleh pelanggan.

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

1.3 Besarnya Peluang Bisnis

Peluang bisnis adalah suatu dasar dari pendirian suatu bisnis, yang mana dapat merangsang pertumbuhan bisnis. Pelaku bisnis harus mengetahui seberapa besar peluang bisnis demi keberlangsungan dan kemajuan bisnisnya.

UNESCO dan pemerintah Indonesia telah menetapkan batik sebagai warisan budaya sehingga tanggal 2 Oktober ditetapkan sebagai Hari Batik Nasional. Pakaian batik diperlukan oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu opsi untuk digunakan dalam menghadiri acara formal ataupun untuk bekerja. PNS (Pegawai Negeri Sipil) diwajibkan memakai batik selama dua hari dalam sepekan, yakni pada hari Kamis dan Jumat yang tertuang dalam Permendagri Nomor 6 Tahun 2016 tentang pakaian dinas pegawai negeri sipil. Dilansir dari *merdeka.com*, Kementerian Pendidikan Budaya Riset dan Teknologi juga mengusulkan budaya mengenai kain batik agar dimasukkan dalam pelajaran di sekolah dan juga sebagian besar sekolah yang ada di Indonesia menetapkan pakaian batik sebagai salah satu seragam sekolah yang wajib digunakan oleh para siswa-siswi dan guru pengajar. Dengan adanya kewajiban untuk memakai dan melestarikan batik dari pemerintah, maka industri pakaian berbahan dasar batik mempunyai prospek yang baik dan dapat bertahan hingga masa depan. Hal-hal tersebut menjadi peluang yang besar bagi penulis untuk membuat rencana bisnis Batik Karya Abadi dan merealisasikannya.

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.



Penulis menggunakan proyeksi pertumbuhan penduduk Jakarta, data kontribusi provinsi

terhadap penjualan batik, dan peramalan permintaan dengan metode linier untuk melihat

besaran peluang bisnis Batik Karya Abadi.

a. Proyeksi pertumbuhan penduduk DKI Jakarta tahun 2021-2026

Pada tabel 1.1 akan diberi gambaran mengenai proyeksi penduduk kota Jakarta tahun

2021-2026.

Tabel 1. 1 Proyeksi Penduduk DKI Jakarta Tahun 2021-2026 (dalam ribuan)

Kel. Umur	Jumlah Perempuan dan Laki-Laki					
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
0-4	850.10	828.70	806.40	783.50	760.40	738.10
5-9	932.10	919.10	904.10	887.20	868.80	848.50
10-14	848.10	878.00	902.80	920.60	927.80	920.80
15-19	737.20	747.70	761.60	780.10	806.50	841.80
20-24	722.70	720.90	724.50	730.00	734.50	738.50
25-29	857.50	821.40	787.00	757.10	733.80	720.10
30-34	995.40	971.10	940.70	908.10	875.80	843.60
35-39	994.40	995.70	994.40	991.10	986.00	974.10
40-44	899.30	918.80	937.60	954.00	964.30	973.20
45-49	770.60	792.40	815.20	837.30	860.10	879.30
50-54	648.90	668.00	687.10	706.60	726.50	749.20
55-59	523.80	543.00	562.60	582.50	602.30	622.30
60-64	396.90	415.60	433.90	452.60	472.20	490.80
65-69	267.80	285.40	303.60	321.50	338.70	357.20
70-74	156.60	168.10	180.80	194.50	209.10	223.70
75+	127.70	136.20	145.50	155.70	167.20	179.80
TOTAL	10729.10	10810.10	10887.80	10962.40	11034.00	11101.00

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (diakses tanggal 11 Maret 2022).



Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penduduk di kota Jakarta memiliki peningkatan total jumlah jiwa yang signifikan dan teratur dari tahun 2021 hingga 2026 yang akan mendatang, yang menandakan bahwa jumlah jiwa atau penduduk akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Dilihat juga dari peningkatan jiwa dari tahun 2021 yaitu 10.729.100 jiwa menuju 10.810.100 jiwa di tahun 2022 yakni bertambah sebanyak 81.000 jiwa. Dengan adanya peningkatan penduduk yang akan terjadi, menandakan bahwa tingkat kebutuhan dan permintaan masyarakat atas pakaian akan bertambah sehingga hal ini menjadi peluang yang besar untuk penulis dapat membuat rencana usaha di kota Jakarta dan sekitarnya.

9. Angka Kontribusi Provinsi Terhadap Penjualan Batik Tahun 2021

Lokasi menjadi salah satu faktor penting dalam pertimbangan pembelian oleh calon pelanggan. Calon pelanggan akan memilih lokasi terdekat untuk membeli barang yang diinginkan. Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa provinsi DKI Jakarta mendapatkan persentasi yang tinggi dalam penjualan batik di tahun 2021, yaitu sebesar 32% dan terpaut 2% dari provinsi Jawa Tengah yang menjadi provinsi dengan penjualan batik terbanyak di Indonesia. Penulis melihat adanya peluang dalam membuka usaha Batik Karya Abadi di Jakarta karena besarnya minat pembelian di daerah tersebut dibandingkan daerah sekitarnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

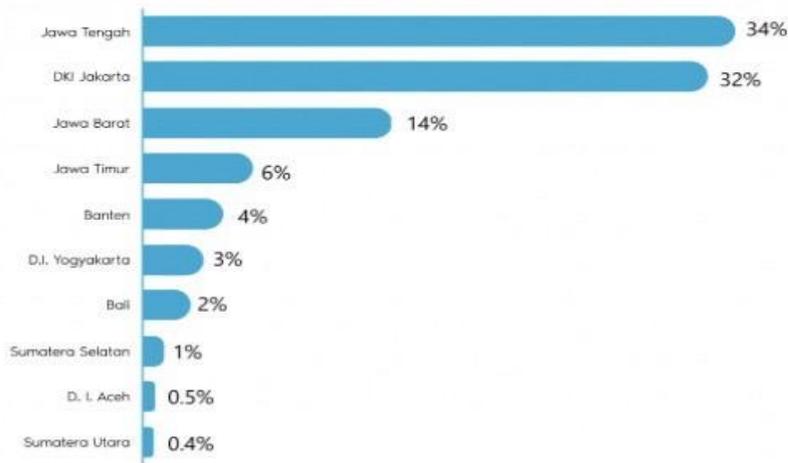
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1 Kontribusi Provinsi Terhadap Penjualan Batik Tahun 2021



Sumber: Tokopedia, data diolah (11 Maret 2022).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.4 Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana merupakan langkah awal dalam memulai suatu bisnis. Ini merupakan suatu modal yang juga menjadi sumber daya utama dari mulainya bisnis tersebut Batik Karya Abadi memerlukan dana untuk kas awal, biaya pemasaran, biaya peralatan, biaya stok awal bahan baku, biaya perlengkapan, dan biaya sewa ruko.

Dalam tabel 1.2 merupakan rincian dari kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh Batik Karya Abadi.

Tabel 1.2 Kebutuhan Dana Awal Batik Karya Abadi Tahun 2023

Keterangan	Harga
Kas Awal	Rp 50.000.000
Biaya Sewa Toko	Rp 37.500.000
Stok Barang Awal	Rp 154.323.350
Biaya Peralatan	Rp 23.170.000
Biaya Perlengkapan	Rp 4.426.000
Total	Rp 269.419.350

Sumber: Batik Karya Abadi

Kebutuhan dana Batik Karya Abadi dalam 1 tahun awal adalah sebesar Rp 269.419.350 dan yang menjadi sumber pendanaan awal adalah berasal dari modal pribadi.