

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi covid-19 yang dihadapi oleh seluruh masyarakat Indonesia mengubah lini kehidupan diberbagai sektor termasuk sektor industri. Menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi dikarenakan keterbatasan masyarakat dalam bersosialisasi secara langsung menyebabkan penurunan pendapatan pada banyak usaha mikro dan UMKM. Terbentur dengan kebutuhan hidup, para pelaku usaha mikro dan UMKM memutar otak agar usaha tetap berjalan dan mendapat pemasukan. Menurut (Redjeki & Affandi, 2021) *Digital marketing* menjadi satu-satunya teknik pemasaran yang paling bisa diandalkan untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19 sehingga penurunan kinerja pemasaran tidak sampai 100%. Dengan beralihnya teknik pemasaran menjadi *digital*, maka akan ditemukan banyak pesaing baru dalam pemasaran *digital*.

Perpindahan sistem pemasaran yang semula konvensional menjadi *digital* membuat para pelaku UMKM menemukan tantangan baru sebagaimana usaha yang baru didirikan. Tsrh.co merupakan usaha yang bergerak di bidang *fashion* wanita. Tsrh.co merupakan toko *online* yang menjual jaket jeans *oversize* untuk wanita dan totebag jeans. Tsrh.co berjalan hampir 2 tahun. Dalam perjalannya, Tsrh.co sempat berada pada fase stagnan, dimana pada fase tersebut tidak terjadi transaksi terhadap konsumen atau suppliernya.

Berdasarkan hasil wawancara, hal tersebut terjadi karena pemilik usaha tersebut belum memiliki arah kemana usaha ini akan tumbuh. Dan strategi untuk menghadapi para pesaing. Dengan kata lain, belum terdapat visi misi atau rencana usaha yang dimiliki. (Ira Promasanti Rachmadewi et al., 2021) menyebutkan bahwa digital marketing mempunyai dampak positif pada pertumbuhan dan perkembangan usaha sehingga perlu dipahami bersama oleh para pelaku usaha jika ingin bertahan dalam persaingan industri di era digital ini.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat diiringi dengan penambahan jumlah penggunaannya. Perkembangan teknologi juga berpengaruh pada kegiatan ekonomi termasuk aktivitas usaha. Media sosial kini tidak hanya sebagai wadah untuk berkomunikasi atau mencari hiburan melainkan juga wadah untuk menghasilkan uang. (Wahyuningrum, 2017) menyebutkan bahwa pesatnya pengguna internet di Indonesia kini banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk turut serta dalam meramaikan dunia maya melalui penjualan secara online. Tsrh.co melakukan penjualan melalui beberapa media sosial dan E-commerce. Sebelum mengalami fase stagnan, Tsrh.co melakukan penjualan melalui platform Instagram dengan nama Ilham Jeans. Dengan nama Ilham Jeans, Tsrh.co sempat beroperasi selama 6 bulan kemudian berhenti beroperasi. (Abdurohimi, 2022) menyebutkan bahwa biasanya pebisnis melakukan kegiatan coba-coba dalam menjalankan usahanya, ketika mengalami kegagalan para pebisnis biasanya beralih ke usaha yang lain, dan jika gagal beberapa kali maka usaha yang dijalankan dihentikan tanpa melakukan evaluasi untuk mencari tau penyebab kegagalan dari usahanya tersebut, dapat dikatakan bahwa pebisnis yang tidak membuat

perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan. Hal tersebut sangat sesuai dengan apa yang terjadi pada Ilham Jeans. Ilham Jeans berhenti beroperasi dikarenakan tidak ada tujuan jelas yang akan dicapai sehingga strategi untuk meningkatkan pemasaran, menghadapi pesaing ataupun resiko belum diperhitungkan. Setelah fase tersebut, Ilham Jeans berreformasi berganti nama menjadi Tsrh.co. Tsrh.co memulai kembali usahanya dengan fokus di beberapa platform berbekal pengalaman yang dimiliki dan trend yang sedang terjadi. Dengan pengalaman tersebut, Tsrh.co dapat menganalisa mana yang menjadi pesaing-pesaingnya.

Tabel 1. 1 Penjualan TSRH.co periode Maret 2022 – Februari 2023

No	Bulan	Target Produk Terjual	Produk Terjual	Kekurangan
1	Maret	125	194	-
2	April	125	190	-
3	Mei	125	126	-
4	Juni	125	82	43
5	Juli	125	156	-
6	Agustus	125	77	48
7	September	125	89	36
8	Oktober	125	153	-
9	November	125	61	64
10	Desember	125	44	81
11	Januari	125	18	107
12	Februari	125	129	-
Jumlah		1500	1319	181

Sumber : Data Perusahaan

Dari tabel tersebut diketahui bahwa jumlah produk terjual masih belum stabil. Selain itu penjualan juga belum memenuhi target yang diharapkan. Penjualan yang belum stabil dan belum memenuhi target dapat terjadi karena strategi pemasaran yang digunakan belum sesuai dengan konsumen atau selera konsumen yang berubah. Uraian tersebut menunjukkan bahwa TSRH.co membutuhkan suatu perencanaan bisnis baik sebagai landasan berjalannya usaha atau menentukan target pasar. (Hanifah, 2018) menyebutkan bahwa perencanaan bisnis tidak hanya dengan melihat potensi semata namun perlu juga dilakukan kelayakan bisnis. Analisa kelayakan untuk mengetahui usaha tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. (Tajuddin & Mansyur, 2021) menyebutkan bahwa rencana bisnis atau *business plan* merupakan dasar menjalankan sebuah bisnis agar bisa berjalan dengan baik. Rencana tersebut digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan agar tercipta produktivitas yang tinggi. Jika rencana tidak dilakukan, bisnis akan tetap berjalan, tetapi tidak ada yang dapat menjamin bisnis yang dijalankan akan sukses. Strategi rencana bisnis yang sesuai menjadi pondasi yang kokoh dalam menjalankan usaha dan mempertahankan eksistensinya di dunia bisnis. (Wediawati & Rahmayani, 2021) mengutip dari (Harianto 2018) *lean canvas* merupakan model bisnis yang cocok untuk digunakan pada perusahaan-perusahaan rintisan yang baru memulai usaha, sedangkan *Bussiness Model Canvas (BMC)* digunakan untuk perusahaan dengan skala besar sehingga tidak cocok untuk perusahaan baru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan keterangan yang telah dipaparkan, ditemukan beberapa pokok permasalahan antara lain:

1. Bagaimana rancangan bisnis atau *business plan* yang tepat untuk TSRH.co?
2. Bagaimana analisa kelayakan usaha TSRH.co untuk pertumbuhan usaha dalam jangka panjang?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa hal yang menjadi tujuan penulis antara lain:

1. Mendapat perancangan bisnis atau *business plan* untuk TSRH.co
2. Ingin mengetahui kelayakan usaha TSRH.co untuk jangka waktu ke depan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan di Tsrh.co adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Menambah wawasan sebagai pertimbangan dan pengembangan ilmu yang didapatkan serta pengetahuan tentang perancangan bisnis menggunakan *lean canvas* dan analisa kelayakan usaha untuk mengetahui kelayakan usaha dalam beroperasi pada skala usaha kecil menengah.
2. Bagi perusahaan
Memberikan manfaat bagi pihak manajemen sebagai bahan masukan yang berguna terutama dalam menentukan perancangan bisnis dan analisa kelayakan untuk kemajuan usaha dimasa yang akan datang dan sebagai landasan beroperasi untuk upaya peningkatan menjadi lebih baik lagi.
3. Bagi pembaca
Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan juga dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan–batasan masalah pada penelitian ini yang digunakan agar tidak keluar dari topik penelitian:

1. Penelitian hanya dilakukan di Tsrh.co pada platform penjualan.
2. Perancangan bisnis menggunakan lean canvas hanya berfokus pada jaket jeans *oversize*.
3. Analisa kelayakan hanya berdasarkan aspek finansial dan aspek pemasaran