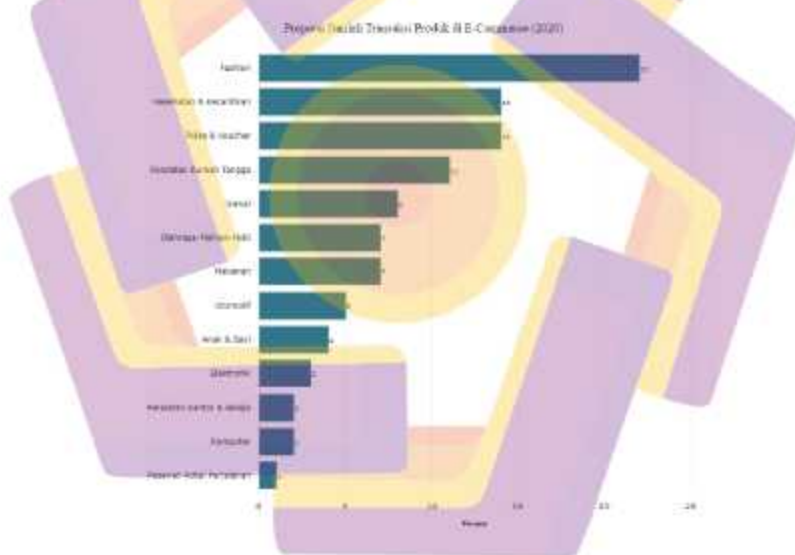


## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan produk *fashion* ini menjadikan yang dapat di pakai dalam jangka panjang karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal karena bisa di lihat dari gambar 1.1 yaitu proporsi produk di Indonesia perkembangan penjualan di bidang *fashion* semakin hari semakin berkembang. Perkembangan *fashion* 22% berhasil dikuasai oleh *fashion*. Usaha *fashion* cukup menjanjikan dan memiliki peluang yang cukup pesat di era persaingan saat ini.

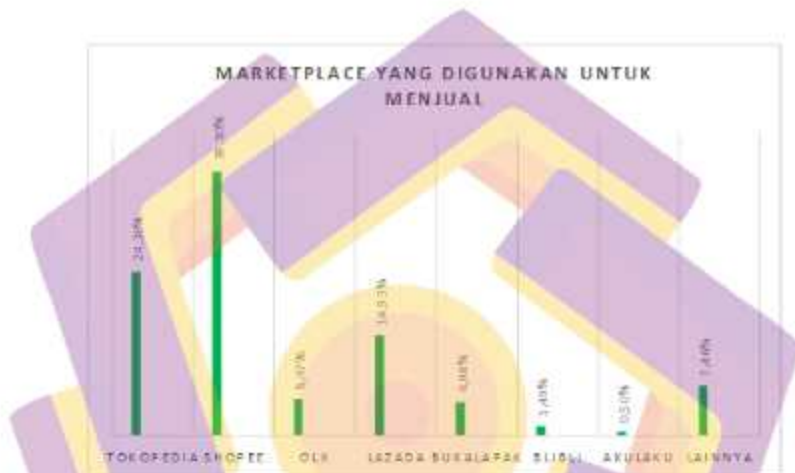


Gambar 1. 1 Proporsi Jumlah Transaksi Produk di Marketplace (2020)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Dari gambar 1.1 menunjukkan yang sedang berkembang pesat, menurut sumber [databooks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id) menunjukkan bahwa persentase Kesehatan & kecantikan setara dengan persentase pulsa & voucher yaitu 14%, persentase Peralatan rumah

tangga 11%, persentase Gawai 8%, persentase Olahraga-Mainan-Hobi setara dengan persentase Makanan yaitu 7%, persentase Otomotif 5%, persentase Anak dan Bayi 4%, persentase Elektronik 3%, persentase Peralatan Kantor dan Belanja setara dengan persentase Komputer yaitu 2%, dan yang terakhir persentase Pesawat-Hotel-Perjalanan 1%.



**Gambar 1. 2 Marketplace yang digunakan untuk Menjual**

Sumber : Survei APJII 2022

Menggunakan penjualan di *Shopee* karena peluang pasarnya sudah besar dan *Shopee* juga sangat banyak dicari dan diminati oleh masyarakat karena pengguna merasa jauh lebih mudah untuk berbelanja berbagai macam produk.

Bisnis *fashion* merupakan bisnis yang terus berkembang mengikuti perkembangan jaman. Perkembangan industri *fashion* mulai meningkat dalam kebutuhan masyarakat. Industri *fashion* adalah industri global yang tidak dapat diprediksi dikarenakan dapat naik atau turun, Industri kreatif atau yang dikenal dengan istilah ekonomi kreatif (ekraf) adalah sektor industri yang sangat strategis dengan memberikan banyak sikap adil serta signifikan kepada perekonomian Indonesia khususnya dalam industri *fashion*. Pendapatan Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif yang diperoleh pada 2019 adalah sebesar US\$ 19.68 M.



**Gambar 1. 3 Data Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif**

Sumber: [Statistik Ekraf 2021\\_rev01\\_isbn\\_3d826fedcb.pdf](#)  
([kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id))

Dari gambar 1.3 Distribusi tenaga kerja Ekonomi Kreatif berdasarkan subsektor tahun 2019, Badan Pusat Statistik (BPS), menyatakan bahwa andil dari beberapa subsektor tersebut adalah 62,04% untuk *fashion*, 30,95% untuk *craft*, 6,76% untuk *culinary*, dan 0,25% untuk *other*.

Semakin bertambahnya minat *fashion* khususnya para kaum muda-mudi membuat para pelaku usaha di bidang *fashion* juga harus semakin kreatif dan inovatif karena permintaan pasar yang semakin bervariasi. Kaos sendiri jenis yang tidak habis dimakan zaman, meskipun terdapat *fashion* yang berubah setiap tahunnya baik dari corak atau bentuk, tetapi hal tersebut tidak memiliki pengaruh kepada kaos, sampai kapanpun kaos akan tetap ada peminatnya. Maka dari itu saya mempunyai pandangan baru dengan membuat usaha menjual kaos sablon yang diharapkan dapat membantu masyarakat untuk mengekspresikan *fashion* sesuai dengan apa yang pasar inginkan. Akumini siap menyediakan kebutuhan kaos yang dibutuhkan oleh konsumen, dengan menyediakan banyak sekali macam desain

gambar dengan kualitas terbaik dari produk Akumini, sesuai dengan keinginan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepercayaan diri konsumen saat menggunakan produk kami.

## 1.2 Permasalahan

- Ketatnya persaingan pasar yang sering kali menghadirkan kendala usaha, persaingan yang dihadapi tidak hanya dari sesama pelaku bisnis sablon manual, namun juga dari gempuran persaingan bisnis para pelaku usaha sablon digital yang belakangan ini mulai menawarkan inovasi-inovasi baru kepada para calon konsumen.

## 1.3 Solusi

- Untuk itu, sebagai pelaku bisnis sablon tentunya kita harus pintar-pintar dalam memilih bahan kaos dan mesin sablon digital untuk memberikan nilai lebih kepada para calon konsumen.

## 1.4 Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil (Riyono & Budiharja, 2016).

Akumini menjual kaos menggunakan desain yang unik serta berkualitas. Kelebihan produk yang diproduksi adalah desain yang merupakan desain sendiri sehingga tidak pasaran.

Adapun produk yang dipasarkan oleh Akumini antara lain :

- Kaos Desain

Kaos yang menjual dengan desain khusus dan *limited*, dengan ukuran yang hanya *Allsize* dan *Oversize*. Akumini juga berusaha untuk tetap menjaga kualitas produk dan tentunya untuk selalu mengupdate desain.

*Tabel 1. 1 Penjelasan Produk Akumini*

Produk yang ditawarkan	Kaos cotton combed 20s
Keunggulan/keunikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahan kaos yang tidak menerawang</li> <li>- Bahan kaos combed 20s</li> <li>- sablonnya tahan panas dan bisa memakai mesin cuci</li> </ul>
Perbandingan dengan produk lain	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebanyakan memakai bahan kaos yang combed 30s</li> </ul>
Jumlah produksi	12
Untuk siapa produk dihasilkan	Kalangan anak muda wanita 17-25 tahun atau juga <i>Kpopers</i> .