

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion adalah salah satu aspek krusial dalam penampilan, gaya, dan *trend*, dikeseharian masyarakat. Industri *fashion* memperkenalkan beragam model dan merek, termasuk pakaian dan produk terkait lainnya. Selama beberapa pekan terakhir, dunia *fashion* telah mengalami perkembangan yang signifikan, dengan produk tas sebagai salah satu yang mengalami pertumbuhan pesat dalam dekade terakhir ini. Awalnya, tas hanya digunakan sebagai alat untuk membawa barang-barang saat bepergian, tetapi seiring waktu, peran tas berkembang menjadi lebih menekankan pada aspek gaya dan mode. Di Indonesia, perkembangan industri *fashion* berjalan dengan cepat dan selaras dengan perubahan *trend*. Dampak dari kemajuan ini adalah masyarakat yang tidak hanya mengikuti *trend*, tetapi juga menjadikannya bagian penting dari gaya hidup sehari-hari mereka. Hal ini penting agar dapat tampil modis dan *stylish* sesuai dengan perkembangan *fashion* saat ini. (Diana, 2021).

Industri *fashion* di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dengan menggabungkan berbagai unsur budaya, baik dari luar maupun dalam negeri, dan salah satu produk yang mencerminkan hal ini adalah tas. Tas bukan hanya sebuah aksesoris fungsional untuk membawa barang, tetapi juga sebuah pernyataan gaya dan identitas. Pasar tas saat ini menawarkan berbagai macam pilihan yang melimpah, namun sayangnya, tas yang cocok untuk berbagai aktivitas dalam satu waktu seringkali sulit ditemukan. Situasi ini sering kali mendorong konsumen

untuk membeli banyak tas yang mungkin tidak semuanya diperlukan, hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam berbagai aktivitas mereka. (Wibowo, 2023).

Pada era ini, ragam tas terus berkembang, yang menghadirkan berbagai variasi sesuai dengan fungsi dan kebutuhan masing-masing. Awalnya, tas hanya berperan sebagai alat untuk membawa barang-barang, tetapi seiring berjalannya waktu, peran tas berkembang menjadi lebih luas, menjadi penunjang penampilan dan unsur *fashion* yang terus berkembang tanpa batas. Tas telah menjadi produk yang sangat menarik perhatian khususnya dari kalangan wanita, karena selain memenuhi fungsi praktisnya, tas juga digunakan sebagai aksesoris untuk melengkapi busana, menggabungkan gaya, dan menciptakan kesan kelas dalam masyarakat. Hampir setiap individu membutuhkan tas, baik itu untuk keperluan kerja, kuliah, pesta, atau sekadar berjalan-jalan. Tas menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat dan menyatu dengan keberagaman gaya dan kebutuhan yang terus berkembang. (Yuliana, 2020).

Tas merupakan barang yang menjadi kebutuhan utama selain pakaian, karena memiliki banyak fungsi yang beragam. Selain berperan dalam mempercantik penampilan, tas juga telah menjadi peluang bisnis dan investasi yang menarik. Seiring berjalannya waktu, *trend* motif dan kebutuhan mengakibatkan perluasan pasar bagi tas, bahkan di kalangan pria yang sebelumnya cenderung kurang tertarik. Tas bukan lagi hanya aksesoris wanita, namun juga telah menjadi bagian gaya hidup pria yang modern. Tas, khususnya tas wanita selalu diminati karena wanita seringkali sangat memperhatikan gaya dan *fashion*. Tas juga telah menjadi sebuah *trend* dalam era globalisasi, seperti jenis *tote bag* yang menjadi salah satu yang

paling populer, terutama karena kepraktisannya yang membuatnya digemari oleh berbagai kalangan. (I Sujana, 2021).

Tote bag adalah jenis tas jinjing yang memiliki bentuk khas yaitu berbentuk kotak, terbuka di bagian atas, dan dilengkapi tali pegangan di bagian atasnya. Tas ini hadir dalam berbagai desain dan ukuran yang sesuai dengan fungsi dan kebutuhan penggunaannya. Pengguna dapat menemukan *tote bag* dalam berbagai ukuran, mulai dari yang kecil, sedang, hingga besar. Keunggulan dari *tote bag* adalah kemampuannya untuk membawa berbagai jenis barang, seperti buku, kosmetik, perlengkapan, ponsel, dan lainnya. Dengan kata lain, *tote bag* dapat dianggap sebagai tas serbaguna yang dapat digunakan untuk membawa hampir segala sesuatu. *Tote bag* sangat diminati karena bahan-bahannya yang kuat seperti nilon, kanvas, dan kain yang tahan lama. Kekuatan bahan ini membuat *tote bag* menjadi pilihan, karena praktis dan awet untuk aktivitas keperluan sehari-hari. (Antosa, 2022).

Tote bag pada dasarnya adalah sebuah tas klasik yang berasal dari Amerika. Tas ini memberikan kenyamanan luar biasa kepada penggunanya untuk membawa berbagai barang, dan hampir semua orang kini memiliki setidaknya satu *tote bag*. *Tote bag* hadir dalam berbagai ukuran, termasuk besar, sedang, atau kecil, dengan pegangan yang terletak di bagian atasnya. Bahan yang paling umum digunakan dalam pembuatan *tote bag* adalah kanvas. Kanvas dikenal memiliki kekuatan dan ketahanan yang sangat baik, menjadikannya pilihan ideal untuk membawa belanjaan dan barang-barang sehari-hari lainnya. Selain ketahanannya, bahan kanvas juga relatif terjangkau secara harga, menjadikannya pilihan yang ekonomis. Selain kanvas, bahan blacu juga semakin populer dalam pembuatan *tote bag*. Bahan

blacu memiliki karakteristik yang menarik dan unik, sehingga banyak diminati oleh mereka yang mencari variasi dalam desain tas mereka. Dengan banyaknya pilihan bahan dan desain, *tote bag* telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup sehari-hari dan *fashion* modern. (Farida, 2020).

Di Amerika Serikat, popularitas *tote bag* dimulai ketika LL Bean meluncurkan *boat bag* pada tahun 1944. *Tote bag* ini terbuat dari bahan kanvas dan awalnya dirancang untuk para pelaut. Desainnya yang kasar dan sederhana menarik banyak perhatian, terutama di kalangan wanita. Seiring waktu, *tote bag* mulai mendominasi pasar tas. Pada tahun 1950-an, *tote bag* semakin populer dan mulai dipergunakan oleh wanita sebagai tas tangan. Saat itu, fungsi tas masih lebih diutamakan daripada aspek gaya. Kepraktisan dalam perawatan, harga yang terjangkau, desain yang simpel dan fungsional, serta kemudahan dalam penggunaan menjadi alasan utama mengapa *tote bag* menjadi pilihan favorit. Tas ini dapat menjadi aksesoris yang sangat diandalkan dalam kehidupan sehari-hari dan menggambarkan bagian dari gaya hidup yang praktis namun tetap fungsional. (Wilda, 2020).

Di Indonesia, penggunaan *tote bag* sangat umum dan seringkali tidak hanya digunakan sebagai pelengkap gaya, tetapi juga sebagai solusi praktis untuk membawa banyak barang. *Tote bag* menjadi pilihan yang populer untuk membawa berbagai kebutuhan sehari-hari seperti buku kuliah, dompet, ponsel, kosmetik, dan masih banyak lagi. Penggunaan *tote bag* telah meluas dan bahkan digunakan sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai, menjadikannya tas belanja yang ramah lingkungan. *Tote bag* memang sangat cocok bagi semua kalangan dan usia, karena kenyamanannya dalam membawa berbagai barang.

Indonesia tercatat sebagai penghasil sampah plastik terbesar nomor dua di dunia berdasarkan studi yang dirilis oleh Mc Kinsey and Co. dan Ocean Conservancy. Plastik akan mencemari tanah, air maupun udara. Komposisi sampah terbesar di TPA selain sampah organik (70%) juga terdapat sampah non organik berupa sampah plastik (14%). Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan bahwa total jumlah sampah Indonesia di 2019 akan mencapai 68 juta ton, dan sampah plastik diperkirakan akan mencapai 9,52 juta ton, yang berarti adanya peluang pasar yang besar bagi produk-produk pengganti sejenis. Atas dasar tersebut tercetuslah ide untuk menggantikan produk plastik dengan produk ramah lingkungan berupa *tote bag* ramah lingkungan, yang mana proses pembuatannya menggunakan alternatif bahan pengganti untuk pembuatan kantong tas, dalam rangka mendukung program *go green*. Pemilihan *tote bag* sebagai produk inovasi adalah karena pentingnya posisi *tote bag* dalam mendukung kegiatan sehari-hari, terutama dalam bidang ritel, dimana *tote bag* banyak dipakai sebagai wadah dari belanjaan yang dibeli oleh konsumen. Mengingat banyaknya *tote bag* yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari terbuat dari bahan yang tidak ramah lingkungan, terutama plastik, maka harus ada sebuah solusi nyata untuk menggantikannya yang dapat memberi manfaat dan ramah lingkungan tanpa menghilangkan fungsi utamanya. (Andira, 2021).

Tote bag kini hadir dalam berbagai warna, pola, dan desain yang menarik. Selain fungsional, *tote bag* juga dapat meningkatkan penampilan dan citra seseorang. Tas ini sesuai untuk berbagai acara, seperti acara formal maupun informal. Bagi remaja, *tote bag* menjadi pilihan yang populer untuk digunakan saat pergi ke sekolah, mal, atau hanya untuk berkumpul dengan teman-teman. Di

kalangan anak muda, *tote bag* berbahan kanvas dengan motif yang menarik, unik, dan estetik menjadi favorit utama. (Yoni, 2022).

Produksi tas di Indonesia telah mengalami kenaikan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Industri tas di Indonesia saat ini tumbuh pesat, dengan banyaknya pabrik tas yang beroperasi di berbagai wilayah. Seiring dengan pertumbuhan industri ini, pasar tas di Indonesia semakin dibanjiri dengan beragam jenis tas yang memiliki berbagai bentuk dan desain, termasuk tas *tote bag* yang populer. Salah satu kota di Indonesia yang terkenal dengan pasar tasnya adalah kota Semarang. Kota Semarang memiliki sejumlah toko dan produsen tas yang menawarkan berbagai pilihan tas dengan beragam gaya dan harga. Ini mencerminkan tingginya permintaan konsumen terhadap tas di Indonesia, yang mencakup berbagai keperluan dan gaya. Pertumbuhan industri tas di Indonesia juga menciptakan peluang kerja dan mendukung perekonomian lokal. Semakin banyaknya pilihan tas yang tersedia di pasaran memberikan konsumen lebih banyak opsi untuk mengekspresikan gaya pribadi mereka dan memenuhi kebutuhan *style* sehari-hari. (Nurul, 2022).

Tabel 1.1. Produsen Tote Bag di kota Semarang

Nama	Asal Daerah
Belyushop	Semarang
Goodie and Tote Bag “Yea”	Semarang
Alhadid. id	Semarang
OME Totebag	Semarang
NEVSET	Semarang

Sumber: data diolah Shopee

Kota Semarang memang dikenal sebagai salah satu pusat perdagangan yang pesat dan memiliki perekonomian yang maju di Indonesia. Ini menciptakan peluang

yang baik untuk perkembangan berbagai industri, termasuk industri tas seperti *tote bag*. Tas *tote bag* yang mengalami peningkatan permintaan di kota Semarang mencerminkan *trend* yang sedang berlangsung di seluruh Indonesia. *Tote bag* yang fungsional, praktis, dan memiliki desain menarik telah menjadi pilihan populer bagi banyak orang. Dengan adanya permintaan yang terus meningkat, produsen dan pelaku usaha di kota Semarang dapat memanfaatkan peluang ini untuk mengembangkan bisnis tas mereka dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Tentu saja, perkembangan industri *tote bag* di kota Semarang dan di seluruh Indonesia juga harus diimbangi dengan perhatian terhadap keberlanjutan dan ramah lingkungan. Semakin banyak produsen yang mengadopsi praktik produksi yang berkelanjutan, semakin baik untuk lingkungan dan komunitas secara keseluruhan. (Millenia, 2022).

Menurut Gita Yusvita (2021), peluang pasar tas *tote bag* berbahan kanvas adalah 14%, dan karena adanya peraturan kebijakan baru yang melarang penggunaan kantong plastik sekali pakai saat berbelanja, maka peluang tas *tote bag* di pasaran mungkin lebih besar. Hal ini juga yang menjadi alasan mengapa semakin banyak produsen tas, apalagi ketika dana yang dibutuhkan tidak terlalu besar, sehingga membuat banyak sekali orang berusaha untuk membuat rumah usaha tas. Salah satunya yaitu rumah usaha Totteyou yang memproduksi tas yang berjenis *tote bag*.

Berdasarkan pada latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai lingkungan dan kelayakan usaha. Sehingga peneliti bermaksud melaksanakan penelitian yang berjudul analisis lingkungan dan kelayakan usaha *tote bag* “Totteyou”.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang di atas, ada beberapa permasalahan yang ingin diteliti didalam penelitian ini, adapun permasalahan yang hendak diteliti antara lain:

1. Bagaimana analisis lingkungan Totteyou yang di lihat dari aspek organisasi, produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia (SDM)?
2. Bagaimana analisis kelayakan usaha Totteyou yang di lihat dari aspek keuangan, harga pokok penjualan, analisis kelayakan (laba rugi), analisis keberlanjutan usaha dan *break even point* (BEP)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas, adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana tentang kondisi lingkungan Totteyou dari aspek organisasi, produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia (SDM).
2. Untuk menganalisis kelayakan usaha Totteyou dalam menjalankan bisnis yang dilihat dari aspek keuangan, harga pokok penjualan, analisis kelayakan (laba rugi), analisis keberlanjutan usaha dan *break even point* (BEP).

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat baik bagi Universitas, Perusahaan maupun Penulis. Adapun manfaat penelitian penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Program Studi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide maupun rancangan strategi pemasaran kepada Totteyou dalam melakukan penjualan maupun pemasaran.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penulis dalam dunia pemasaran maupun bisnis.