

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Kewirausahaan

Pada era yang semakin berkembang, taraf hidup manusia juga ikut berkembang. Beberapa diantaranya yaitu, perkembangan dalam teknologi, pendidikan, hingga gaya hidup yang juga semakin berkembang. Orang-orang, terutama yang tinggal di daerah perkotaan semakin banyak yang memilih kualitas hidup yang terbaik. Bahkan, memilih gaya hidup yang berlebihan. Tetapi, semua perkembangan taraf hidup tersebut tidak diikuti dengan pendapatan yang seimbang. Masih banyak karyawan-karyawan yang bekerja dengan upah yang relatif sedikit tetapi memiliki gaya hidup yang berlebihan. Dengan gaya hidup tersebut, banyak yang memiliki gaya hidup konsumtif dan mereka cenderung untuk membeli barang-barang seperti pakaian, aksesoris, dan hal-hal lain. Selain gaya hidup yang tinggi, banyak juga faktor yang mempengaruhi gaya hidup tersebut. Terutama karena pengaruh dan kemudahan akses media sosial yang trendy dan sangat mudah untuk mempengaruhi banyak orang, dengan trend tersebut digabung bersama platform *e-commerce* yang sangat mudah diakses dan menawarkan banyak sekali barang-barang murah terutama dalam bidang fashion, banyak orang yang memiliki gaya hidup tinggi serta konsumtif.

Penulis memilih untuk mengambil program kewirausahaan karena beberapa faktor pendukung. Terdapat banyak peluang yang terdapat dalam kewirausahaan dan penulis memutuskan untuk mengambil program tersebut karena ingin membuat bisnis dan menambah penghasilan. Karena program kewirausahaan tersebut menarik, penulis ingin mencobanya dan mengambil peluang tersebut. Karena fashion sangat mudah untuk diakses oleh semua orang dan merupakan industri yang sedang berkembang maka berbisnis dalam industri fashion merupakan peluang yang bagus untuk dijalankan.

Selain itu, penulis juga memiliki pengalaman dalam bidang fashion yaitu design dan juga sudah memiliki brand bajunya sendiri. Dengan faktor-faktor dan skill yang didapatkan dari pengalaman tersebut, penulis ingin mencoba membuat brand baju baru dengan style yang berbeda serta target market yang berbeda. Karena industri fashion yang selalu berkembang, kaos oversize dan produk lain dalam bidang fashion merupakan tujuan yang menarik dan ide bisnis yang baik untuk program kewirausahaan tersebut.

Industri fashion adalah sektor yang terus mengalami evolusi dan pertumbuhan pesat di seluruh dunia dan juga Indonesia. Dengan berkembangnya teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat, serta tren fashion, industri fashion ini sedang berada di posisi yang sangat bagus. Dengan pengaruh media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok*, semakin banyak masyarakat Indonesia menjadi sadar akan pentingnya berpenampilan dan mulai meningkatkan gaya fashion mereka. Dengan pengaruh tersebut maka dunia fashion dapat terus berkembang dan menjadi industri yang sangat bagus untuk kedepannya.

Pada beberapa tahun terakhir, kaos oversize merupakan salah satu tren fashion yang sangat berkembang. Kaos atau pakaian *oversize* merupakan pakaian yang memiliki potongan ukuran yang lebih besar dibandingkan pakaian biasanya. Banyak orang yang berminat dan menyukai tren fashion tersebut karena sangat trendy, potongan yang enak dan santai, serta mudah dan cocok untuk dipakai berpergian. Banyak masyarakat yang mulai menggunakan pakaian oversize karena pakaian tersebut dibuat menggunakan bahan yang enak dibandingkan dengan kaos pada umumnya. Selain itu, dengan potongan yang lebih besar serta design-design menarik yang disediakan oleh banyak brand, semakin banyak masyarakat yang berminat membeli pakaian oversize dibandingkan dengan pakaian biasa.



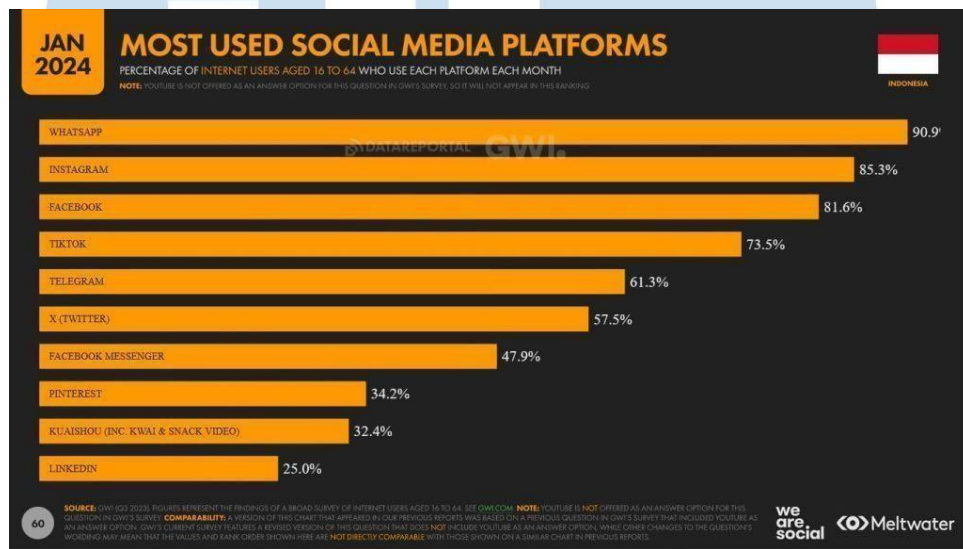
Gambar 1.1 Data Perbelanjaan Indonesia

Sumber: data.tempo

Karena perkembangan pakaian atau kaos oversize yang sangat pesat serta tren-tren fashion yang viral, semakin banyak orang yang tertarik atau berminat untuk memiliki kaos atau pakaian oversize tersebut. Pasar yang dapat dicapai dalam industri fashion oversize ini cukup besar. Banyak dari Gen Z dari umur 9 hingga 24 tahun dan juga Milenial dari umur 27 hingga 42 tahun yang berminat dalam kaos atau pakaian oversize tersebut. Pakaian oversize tersebut dapat kita temukan di berbagai aplikasi *e-commerce* terutama melewati TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, website brand, dan juga platform lainnya. Banyak wadah yang digunakan sebagai tempat untuk menjual, memasarkan, dan juga menarik para konsumen agar dapat membeli produk mereka.

Kaos dan pakaian oversize tersebut biasanya dijual secara online melalui platform dan aplikasi tersebut sehingga dapat mencapai lebih banyak konsumen dan terutama Gen Z yang lebih melek atas teknologi serta media sosial. Banyak konten fashion oversize yang beredar terutama melalui TikTok dan Instagram. Kedua aplikasi tersebut merupakan media sosial yang sangat dominan di kalangan

masyarakat sehingga dapat mempengaruhi gaya hidup mereka terutama dalam dunia fashion. Tidak hanya online, kaos dan pakaian oversize ini juga sudah mulai diproduksi dan dijual oleh berbagai macam brand ternama seperti Uniqlo, H&M, Zara, Pull&Bear, dan masih banyak lagi. Kualitas yang ditawarkan dari produk kaos atau pakaian oversize biasanya memiliki kualitas yang sangat baik karena potongan oversize hanya cocok dengan bahan kain yang bagus seperti *cottoncombed 24s*, *cotton combed 30s*, dan beberapa bahan kaos lainnya.



Gambar 1.2 Platform Media Sosial Yang Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber: datareportal.com, 2024





Gambar 1.3 Data Penggunaan Media Sosial Indonesia

Sumber: datareportal.com, 2024

Karena adanya pasar yang cukup besar terhadap industri oversized fashion tersebut serta minat masyarakat yang tinggi untuk membeli produk pakaian oversized, kelompok kami membuat brand fashion yang bernama Why2K. Brand ini menyediakan produk yang bertemakan Y2K atau Year 2000 yaitu style fashion di zaman 2000an. Karena pengaruh dari media sosial dan tren yang sangat mudah untuk diakses oleh seluruh masyarakat, Y2K kembali menjadi tren fashion yang sangat berkembang dan diminati oleh banyak orang terutama Gen Z. Dengan adanya bazaar yang bertemakan Y2K dan juga brand lokal yang bermunculan dan memproduksi design Y2K, semakin banyak orang yang berminat untuk memakai dan juga mengganti style mereka menjadi style Y2K. Brand kami yaitu Why2K menyediakan produk kaos oversized yang sedang trendy dan menggabungkannya dengan design Y2K sehingga menciptakan style yang unik dan menjadi trend setter dalam industri tersebut. Karena banyaknya peminat dari kaos oversized dan juga style Y2K kita menggabungkan kedua hal tersebut dan membuatnya menjadi satu. Why2K memiliki bahan baju yang bagus dan juga style yang unik sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan kami.



Gambar 1.4 Baju Dengan Design Y2K

Sumber: Pinterest.com

Dengan memiliki latar belakang design, penulis dapat mendesign style Y2K dan membuatnya sesuai dengan tren zaman sekarang. Baju oversize dengan design Y2K tersebut lalu akan menjadi produk utama dalam brand Why2K. Brand Why2K ini dijalankan oleh 5 anggota mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dan telah melewati proses Wirausaha Merdeka.

1.2 Maksud dan Tujuan MBKM Kewirausahaan

Maksud dari dibuatnya brand Why2K adalah kami ingin menyediakan kaos oversize dengan design yang unik yaitu mengimplementasi style Y2K ke dalam brand kami. Kami juga ingin mengatasi masalah terhadap kaos oversize yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Kita ingin memberikan pilihan terutama kepada Gen Z untuk style Y2K dan juga kaos oversize. Banyak design baju oversize

yang kurang bervariasi dan memiliki tema yang sama. Design dan pola yang kami buat akan mengikuti tren saat ini.



Gambar 1.5 Grafik Alasan Gen Z Membeli Baju Baru

Sumber: Kompas.com

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.6 Grafik Keunikan Gen Z

Sumber: tribunnews.com

Brand Why2K menargetkan Gen Z karena menurut data yang telah kami kumpulkan, Gen Z memiliki minat yang besar untuk membeli baju baru karena mereka sangat melek terhadap fashion. Terutama karena adanya influens fashion dari media sosial seperti TikTok dan Instagram yang sangat mudah untuk diakses, Gen Z cenderung lebih ingin meningkatkan style fashion mereka dan juga membeli baju yang sedang trendy. Selain membeli baju baru, Gen Z juga menyukai design Y2K dan banyak dari mereka yang sering memakai dan membuat konten seputar style Y2K tersebut.

Dengan data yang telah kita kumpulkan terdapat juga permasalahan serta tujuan yang kita miliki dalam brand Why2K.

Permasalahan:

- 2 Design yang terdapat pada industri fashion oversize kurang mengeluarkan design bertema Y2K.
- 3 Banyak produk yang ditawarkan oleh pasar dijual dengan kualitas bahan yang kurang bagus.
- 4 Style Y2K atau Year 2000 yang kurang dikenal oleh masyarakat.

Tujuan:

- 5 Menyediakan variasi design dan style yang berbeda-beda agar masyarakat dapat menggunakan pakaian dengan style trendy.
- 6 Memberikan produk dengan kualitas yang nyaman, cuttingan yang pas, bahan bagus, dan juga harga yang terjangkau.
- 7 Menghidupkan kembali style Y2K karena style memiliki daya tarik tersendiri dan juga design yang menarik.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Dalam MBKM Kewirausahaan

Dalam program kewirausahaan terdapat banyak proses yang dilalui untuk membentuk suatu bisnis yang bisa berjalan hingga sekarang. Dalam pembentukan kelompok serta bisnis Why2K, pertama dibentuk suatu kelompok beranggotakan 5 orang. Pelaksanaan praktik kerja kewirausahaan dilakukan selama 80 hari kerja atau 640 jam kerja. Penulis masih melanjutkan bisnis Why2K sebagai praktik kerja Bersama kelompoknya karena akan dijalankan terus sampai tugas akhir dan sampai menjadi brand yang bagus. Cara kerja yang dilakukan oleh penulis dan tim Why2K merupakan hybrid yaitu pertemuan dengan menggunakan zoom atau bertemusecara offline. Kita melakukan weekly meeting untuk menentukan plan kita kedepannya maupun dari segi marketing, produksi, design, dan juga finance agar brand Why2K dapat tetap berjalan. Selain itu kita juga terus mencari pembeli dan meningkatkan sales kita. Kita juga memiliki waktu bimbingan bersama mentor kami yang bernama Kak Hoky dan sering membahas mengenai kelancaran bisnis Why2K. Berikut ini merupakan rincian pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan penulis:

- 1) Nama Perusahaan : Why2K
- 2) Bidang Usaha : Fashion
- 3) Waktu Pelaksanaan : 29 Januari 2024 – Sekarang
- 4) Hari Kerja : Senin – Jumat
- 5) Jam Kerja : 08:00 WIB – 18:00 WIB
- 6) Jabatan : CEO
- 7) Alamat Perusahaan : Universitas Multimedia Nusantara

1.3.1 Prosedur Praktik Kerja Kewirausahaan

Berikut ini adalah praktik pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh penulis penulis dalam menjalankan brand Why2K:

- a. Penulis membuat konsep dan menentukan style yang akan dibuat yaitu brand fashion Why2K.
- b. Penulis membagi peran anggota serta tugasnya masing-masing agar bisnis dapat menjadi terstruktur dan berjalan dengan baik.
- c. Penulis bekerja sama dengan CPO dan membuat design yang sesuai dengan tema Y2K. Design yang telah dibuat ada 3 yaitu design original, neo, dan juga slick.
- d. Penulis memiliki koneksi vendor dan berkonsultasi dengan vendor untuk mencetak baju tersebut. Setelah dicetak lalu baju tersebut dikirimkan dan sudah siap untuk kita pasarkan.
- e. Penulis bekerja sama dengan CMO untuk membuat akun platform media sosial seperti TikTok dan Instagram serta platform e-commerce yaitu Shopee dan Tokopedia. Setelah itu penulis juga menentukan design dan membeli packaging untuk baju yang akan dijual.
- f. Penulis lalu membuat konten untuk media sosial dan melakukan photoshoot yang akhirnya digunakan untuk konten di media sosial.
- g. Penulis dan kelompok melakukan mentoring bersama mentor dan kelompoknya mengenai berbagai hal yang dapat melancarkan dan memajukan brand Why2K.

- h. Penulis mengikuti acara demo day dan memulai menjual produk baju oversize.
- i. Penulis mengerjakan laporan magang yang dibimbing oleh dosen pembimbing.
- j. Penulis melakukan siding praktik kerja kewirausahaan dan melanjutkan bisnis baju Why2K.

1.4 Rumusan masalah

Berikut ini merupakan rumusan masalah dalam laporan akhir ini berdasarkan bisnis fashion Why2K:

- 2 Banyak brand kaos oversize yang belum mempunyai style atau design Y2K
- 3 Banyak Gen Z yang berniat untuk membeli baju baru dan juga kebingungan dalam memilih pakaian mereka.
- 4 Harga kaos oversize dengan harga yang terjangkau dan juga design yang bagus dan unik masih sedikit.

1.5 Tujuan Program

Tujuan dari program MBKM kewirausahaan ini adalah untuk membentuk dan meluncurkan bisnis yang dapat *sustain* dan berkembang agar anggota-anggota dari Why2K memiliki bisnis yang berjalan serta mendapatkan income setelah lulus dari Universitas Multimedia Nusantara. Dengan tujuan utama tersebut, penulis dan kelompoknya berniat untuk melanjutkan bisnis Why2K agar dapat menjadi pencapaian dan pegangan bagi penulis dan kelompok.

1.6 Manfaat

Dengan membuat produk Why2K ini, tidak hanya berguna untuk penulis dan kelompok tetapi kami juga ingin menghidupkan kembali gaya atau style Y2K. Selain itu kami juga ingin menjadi trend setter dalam produk kaos oversize bertemakan Y2K agar banyak dari Gen Z serta milenial yang dapat membeli dan menikmati produk kami dengan style unik mereka.