

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam masyarakat kita saat ini, kita menyaksikan evolusi pesat dalam berbagai aspek kehidupan, seperti teknologi, pendidikan, dan gaya hidup. Khususnya di daerah perkotaan, terdapat kecenderungan yang nyata untuk mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi, yang sering kali ditandai dengan standar hidup yang mewah. Namun, meskipun terdapat kemajuan-kemajuan ini, masih terdapat kesenjangan pendapatan yang signifikan, dimana banyak orang memperoleh upah yang tidak seberapa dan menjalani gaya hidup mewah. Kecenderungan hidup mewah ini semakin diperkuat dengan meluasnya pengaruh media sosial, yang menyebarkan tren dan mendorong perilaku konsumernya. Selain itu, aksesibilitas dan kenyamanan yang ditawarkan oleh platform e-commerce, khususnya di sektor fesyen, telah berkontribusi pada budaya konsumsi yang mencolok, mendorong individu untuk menikmati barang-barang mewah seperti pakaian dan aksesoris.

Termotivasi oleh keinginan untuk menjajaki peluang berwirausaha dan meningkatkan pendapatan pribadi, saya memulai perjalanan wirausaha. Menyadari prospek yang berkembang dalam industri fashion, saya tertarik untuk mendalami usaha bisnis di bidang ini. Memanfaatkan keahlian dan pengalaman saya dalam desain fesyen dan kepemilikan merek, saya bercita-cita untuk mengukir ceruk pasar dengan memperkenalkan merek pakaian baru dengan estetika dan target demografi yang berbeda.

Dengan latar belakang kemajuan teknologi dan pergeseran preferensi konsumen, industri fesyen telah muncul sebagai lahan subur bagi inovasi dan pertumbuhan, baik secara global maupun di Indonesia. Didorong oleh pengaruh luas dari platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, masyarakat semakin terbiasa dengan tren fesyen, dan lebih mengutamakan gaya dan penampilan

pribadi. Pergeseran budaya ini menggarisbawahi potensi besar industri fesyen untuk tumbuh dan berkembang di tahun-tahun mendatang.

Belakangan ini, kaos oversized menjadi tren fashion yang menonjol dan menarik minat para pecinta fashion di seluruh dunia. Didefinisikan oleh siluetnya yang tebal dan ukuran yang santai, pakaian berukuran besar menawarkan perpaduan antara kenyamanan dan gaya, sesuai dengan individu yang mencari keserbagunaan dan kemudahan. Daya tarik pakaian berukuran besar tidak hanya terletak pada estetikanya yang trendi tetapi juga pada pengerjaan dan bahan unggul yang digunakan dalam pembuatannya. Akibatnya, konsumen tertarik pada pakaian berukuran besar sebagai pakaian pokok di lemari pakaian mereka, dan menghindari pakaian konvensional demi pernyataan fesyen kontemporer.



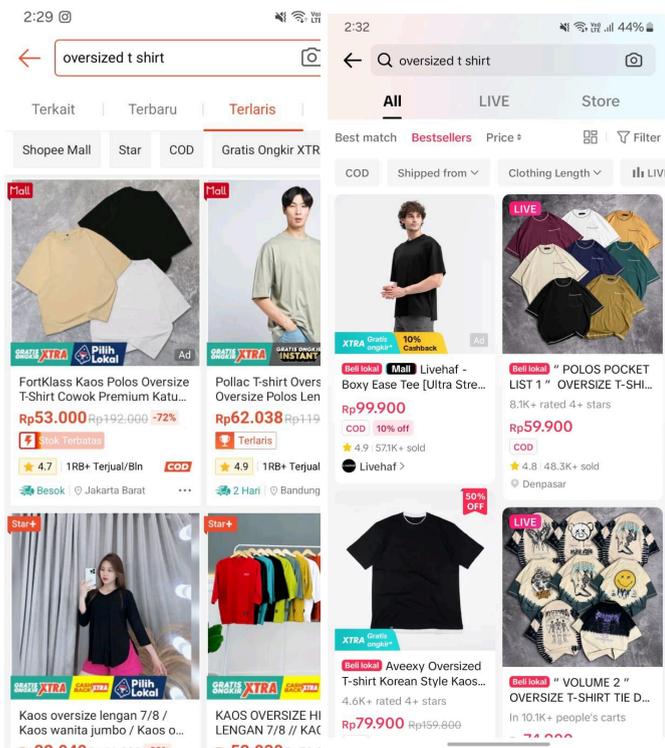
Gambar 1.1 Data Perbelanjaan Indonesia

Sumber: data.tempo (Christy, 2020)

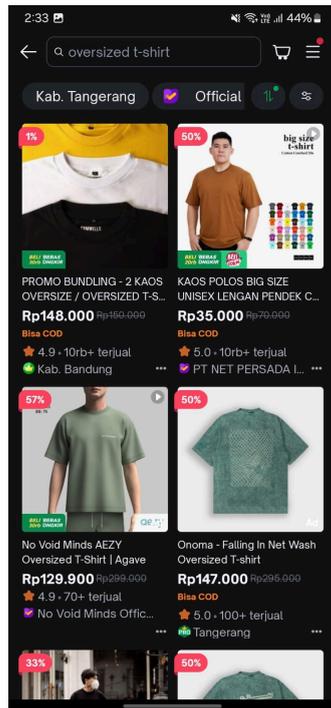
Dengan pesatnya peningkatan popularitas pakaian berukuran besar, terutama kaos berukuran besar, dan berkembangnya tren fesyen yang viral, terdapat peningkatan nyata dalam minat konsumen untuk membeli pakaian tersebut. Potensi pasar dalam industri fesyen berukuran besar sangat besar, dengan rentang demografi yang luas menunjukkan minat terhadap hal ini. Pada tahun 2024, industri fesyen terus melihat tren dominan pada item pakaian berukuran besar, yang lazim digunakan baik di runway maupun dalam fesyen sehari-hari. Tren ini

sebagian besar disebabkan oleh keserbagunaan pakaian berukuran besar, sehingga mudah dipadukan dengan berbagai pakaian untuk mencapai estetika yang chic dan santai (Leon, 2023).

Pakaian berukuran besar ini ditampilkan secara mencolok di berbagai platform e-commerce, termasuk Tik Tok Shop, Shopee, dan Tokopedia, serta situs web merek dan pasar online lainnya. Seperti dilihat di gambar 1.2, contoh untuk menunjukkan betapa populernya kaos oversized di platform e-commerce ini. Gambar-gambar ini menunjukkan betapa populernya produk ini, karena mereka menjual lebih dari 1.000 kaos per bulan dan lebih dari 10.000 kaos terjual.



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.2 Penjualan Baju Oversized T-Shirt di e-commerce

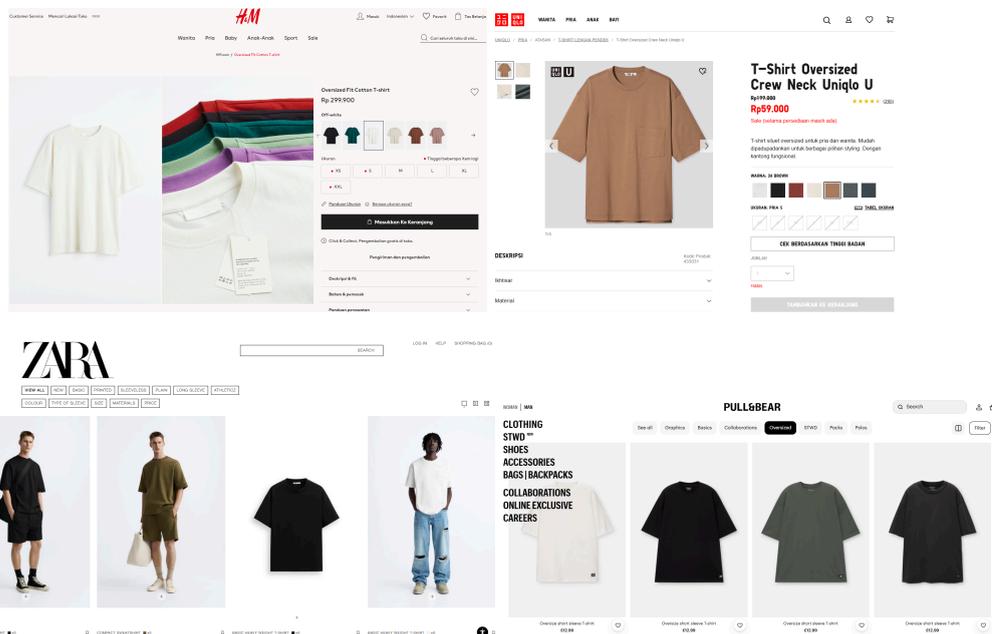
Sumber: Aplikasi TikTok, Shopee, dan Tokopedia akun Bernard Abraham

Aksesibilitas platform ini telah memfasilitasi pemasaran dan penjualan pakaian berukuran besar, menarik basis konsumen yang beragam.

Mengingat sifat Gen Z yang paham teknologi dan kecenderungan mereka terhadap media sosial, platform online berfungsi sebagai cara ideal untuk menjangkau demografi ini. Khususnya, platform seperti TikTok dan Instagram memainkan peran penting dalam membentuk tren fesyen dan mempengaruhi perilaku konsumen. Popularitas TikTok di kalangan pengguna Indonesia terlihat dari peningkatan jangkauan iklannya, yang tumbuh sebesar 19,1% selama kuartal terakhir (Howe, 2024). Perpaduan platform ini antara fitur-fitur menghibur dan konten yang didorong oleh influencer menjadikannya media yang efektif bagi pemasar yang ingin melibatkan Gen Z. Sebaliknya, meskipun Facebook masih menjadi pemain penting, pengaruhnya semakin berkurang di kalangan demografi

muda, yang lebih menyukai demografi yang lebih dinamis dan visual. format berorientasi TikTok dan Instagram. Banyaknya konten fesyen berukuran besar yang beredar di platform-platform ini semakin memperkuat dampaknya terhadap preferensi konsumen.

Selain itu, merek-merek ternama seperti Uniqlo, H&M, Zara, dan Pull&Bear juga memanfaatkan tren fesyen oversized dengan memperkenalkan lini kaos dan pakaian oversized mereka sendiri. Seperti terlihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3 Baju oversized di Uniqlo, H&M, Zara, dan Pull&Bear

Sumber: Website Uniqlo, H&M, Zara, dan Pull&Bear

Merek-merek ini memanfaatkan reputasi mereka dalam hal kualitas dan keahlian untuk menawarkan produk-produk berukuran besar yang dibuat dari bahan-bahan premium seperti cotton combed 24s dan cotton combed 30s, memastikan daya tahan dan kenyamanan bagi konsumen.

Intinya, fenomena fesyen berukuran besar telah menyebar baik secara online maupun offline, memenuhi berbagai preferensi konsumen di berbagai kelompok umur. Meluasnya ketersediaan pakaian berukuran besar, ditambah dengan

keterkaitannya dengan merek-merek ternama dan pengaruh media sosial, menegaskan daya tariknya dalam lanskap mode kontemporer.

Menanggapi meningkatnya permintaan pasar akan produk fesyen berukuran besar dan tingginya minat masyarakat untuk membeli barang-barang tersebut, tim kami telah meluncurkan merek fesyen pionir bernama Why2K. Berakar pada tema Y2K atau Tahun 2000, merek kami merangkum estetika fesyen ikonik di era awal tahun 2000an. Dipicu oleh pengaruh media sosial dan tren yang mudah diakses, kebangkitan mode Y2K telah mendapatkan daya tarik yang signifikan, khususnya di kalangan konsumen Gen Z.

Kebangkitan fesyen Y2K terlihat jelas melalui menjamurnya bazar bertema dan munculnya merek lokal yang mengkhususkan diri pada desain yang terinspirasi Y2K. Fenomena budaya ini memicu minat kolektif untuk mengadopsi dan merangkul elemen gaya khas era Y2K. Menyadari tren yang sedang berkembang ini, Why2K berupaya untuk mengukir ceruk yang berbeda dalam industri ini dengan menawarkan pilihan produk kaos berukuran besar yang mempunyai desain yang berbeda dari baju-baju oversized yang dijual di e-commerce sekarang.

Etos merek kami berakar pada inovasi dan penentu tren, yang bertujuan untuk mendefinisikan kembali lanskap mode kontemporer melalui perpaduan unik antara siluet berukuran besar dan estetika yang terinspirasi Y2K. Dengan mengintegrasikan kedua elemen ini secara mulus, Why2K bertujuan untuk menangkap semangat mode modern sekaligus memberi penghormatan kepada nostalgia era awal tahun 2000-an.

Inti dari filosofi merek kami terletak pada komitmen terhadap kualitas dan keahlian. Kami dengan cermat memilih bahan pakaian premium 24s, jenis kain yang lebih tipis dan halus untuk memastikan kenyamanan dan daya tahan optimal bagi pelanggan kami.

Why2K merupakan bukti dedikasi kami yang tak tergoyahkan dalam menyediakan solusi fesyen inovatif yang memenuhi berbagai kebutuhan dan

preferensi konsumen kontemporer. Dengan fokus pada perpaduan desain penentu tren dengan bahan berkualitas unggul, kami bertujuan untuk menjadikan Why2K sebagai kekuatan pionir dalam industri mode berukuran besar, menetapkan standar baru dalam keunggulan dan kreativitas dalam prosesnya.



Gambar 1.4 Baju Dengan Design Y2K

Sumber: Pinterest.com akun Bernard Abraham

Berangkat dari latar belakang desain, penulis memiliki kecakapan kreatif untuk membuat konsep dan melaksanakan desain yang terinspirasi Y2K yang sesuai dengan tren kontemporer. Dengan memanfaatkan keahlian ini, penulis memelopori pengembangan produk andalan Why2K: kemeja berukuran besar yang menampilkan estetika Y2K yang menawan. Merek Why2K merupakan

gagasan upaya kolaborasi lima anggota mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang telah menjalani proses Kewirausahaan Mandiri yang ketat.

Karena adanya pasar yang cukup besar terhadap industri oversize fashion tersebut serta minat masyarakat yang tinggi untuk membeli produk pakaian oversize, kelompok penulis 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 bazar yang bertemakan Y2K dan juga brand lokal yang bermunculan dan memproduksi desain Y2K, semakin banyak orang yang berminat untuk memakai dan juga mengganti style mereka menjadi style Y2K. Brand penulis yaitu Why2k, menyediakan produk kaos oversize yang sedang trend dan menggabungkannya dengan desain Y2K sehingga menciptakan style yang unik dan menjadi trendsetter dalam industri tersebut. Karena banyaknya peminat dari kaos oversize 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 penulis.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Bekerja dalam perusahaan Why2k ini tentu akan menjadi pengalaman yang berharga bagi penulis sebagai bekal untuk karir kedepannya. Masuk menjadi bagian dari perusahaan Why2k, penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan ketika memasuki dunia kerja sebenarnya. Hal ini dilakukan supaya penulis memiliki pengetahuan dasar yang dapat menunjang karir penulis kedepannya.
2. Bekerja di perusahaan Why2k menjadi ajang bagi penulis untuk menerapkan secara langsung semua ilmu yang telah dipelajari ketika penulis menerima pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara

3. Adanya praktik kerja magang pada bagian Chief Financial Officer (CFO), penulis mampu mendapatkan wawasan lebih luas terkait ilmu manajemen keuangan dalam bisnis, tidak menutup juga kemungkinan untuk mendapatkan banyak pembelajaran baru di luar kampus.
4. Meningkatkan kemampuan untuk dapat membuat rencana budgeting yang cocok untuk kebutuhan bisnis.
5. Meningkatkan kerja sama antar tim dan dapat menjalin hubungan yang baik dengan divisi lain.
6. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dengan mengambil mata kuliah internship.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam program kewirausahaan dilakukan proses menyeluruh untuk membangun bisnis yang berkelanjutan, seperti yang dicontohkan dengan terbentuknya kelompok Why2K yang beranggotakan lima orang. Upaya kewirausahaan memerlukan jangka waktu 80 hari atau 640 jam kerja, di mana penulis dan tim Why2K dengan tekun menjalankan berbagai praktik bisnis. Komitmen ini lebih dari sekedar kursus, karena grup ini tetap berdedikasi untuk mengembangkan Why2K hingga berkembang menjadi merek yang berkembang, bertahan hingga puncak tugas akhir.

Pendekatan operasional yang diadopsi oleh penulis dan tim Why2K bersifat hybrid, menggabungkan pertemuan virtual melalui platform seperti Zoom dengan pertemuan tatap muka sesekali. Pertemuan mingguan rutin berfungsi sebagai platform untuk menyusun strategi dan memetakan tindakan masa depan di seluruh domain pemasaran, produksi, desain, dan keuangan, memastikan kemajuan berkelanjutan merek Why2K. Pada saat yang sama, upaya untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan penjualan tetap menjadi prioritas kami.

Selanjutnya bimbingan dan mentoring dari Kak Hoky memberikan wawasan dan dukungan yang sangat berharga sehingga memperlancar kelancaran bisnis

Why2K. Pekerjaan magang penulis ditandai dengan perhatian yang cermat terhadap detail dan komitmen yang teguh untuk mewujudkan visi kolektif tim Why2K, sebagaimana dibuktikan dengan rincian implementasi berikut ini.

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: CFO
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. Pelaporan Keuangan: Menyiapkan dan menganalisis laporan keuangan bulanan untuk memantau arus kas, pendapatan, pengeluaran, dan profitabilitas.
- B. Pengawasan Anggaran: Meninjau dan mengelola anggaran, memastikan kepatuhan terhadap tujuan keuangan dan mengalokasikan sumber daya secara efektif.
- C. Pemrosesan Transaksi: Mengawasi transaksi keuangan sehari-hari.
- D. Perencanaan Keuangan: Mengembangkan rencana keuangan jangka pendek dan jangka panjang, memperkirakan pendapatan, pengeluaran, dan proyeksi arus kas.
- E. Manajemen Risiko: Identifikasi risiko keuangan dan terapkan strategi untuk memitigasinya, memastikan stabilitas keuangan perusahaan.
- F. Analisis Keuangan: Melakukan analisis keuangan berkelanjutan untuk mengidentifikasi tren, varian, dan area yang perlu

ditingkatkan, memberikan wawasan untuk pengambilan keputusan strategis.

- G. Kepatuhan: Memastikan kepatuhan terhadap peraturan keuangan, standar akuntansi, dan kebijakan internal, menjaga catatan keuangan yang akurat dan terkini.
- H. Komunikasi: Berhubungan dengan departemen lain untuk memberikan wawasan keuangan, rekomendasi, dan dukungan untuk keputusan bisnis.
- I. Pemecahan Masalah: Segera atasi masalah atau perbedaan keuangan, usulkan solusi, dan terapkan tindakan perbaikan sesuai kebutuhan.

