

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *fashion streetwear* di Indonesia merupakan industri yang besar dan bertumbuh secara pesat dari tahun ke tahun. Hal ini terjadi karena meningkatnya minat generasi muda terhadap gaya kasual, unik, dan ekspresif. Didasari laporan dari Business of Fashion (BoF), pasar pakaian yang termasuk dalam kategori streetwear sudah bukan hanya sekedar tren, tetapi telah menjadi segmen industri yang tetap dan terus berkembang secara pesat di dunia (Business of Fashion, 2023). Pertumbuhan yang terjadi pada industri ini terjadi karena informasi yang tersebar luas melalui media sosial dan *platform e-commerce*, yang meningkatkan *brand awareness* daripada brand lokal agar dapat bersaing dengan merek-merek internasional.

Di tingkat global, suksesnya brand streetwear ternama seperti Eric Emanuel, Fear of God Essentials, serta Supreme menjadi standar yang penting. Eric Emanuel telah menginovasikan industri streetwear dengan menggabungkan estetika streetwear dengan fungsional yakni olahraga, tetapi juga memberi kesan kemewahan. Eric Emanuel paling dikenal dengan gaya khas *basketball streetwear*nya, terutama celana pendek mesh yang terbuat dari bahan premium, desain yang menarik dan mencolok, serta menjual dengan strategi rilis terbatas (*limited release*) yang menyebabkan produk mereka eksklusif dan memiliki nilai jual kembali yang tinggi (GoldenKeys, 2025). Keberhasilan mereka membuktikan bahwa dalam dunia fashion streetwear, tidak hanya logo brand besar yang menjual, tetapi konsumen juga menjunjung tinggi kualitas, desain, serta narasi brand yang kuat. Hal ini mendorong brand lokal untuk bersaing tidak hanya secara harga, tetapi dari kualitas, narasi, dan strategi branding yang mereka terapkan.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Pasar Fashion Streetwear Global

Tahun	Ukuran Pasar (Miliar USD)	Sumber
2021	185,8	Grand View Research (2022)
2022	196,1	Grand View Research (2022)
2030 (Proyeksi)	338,6	Grand View Research (2022)

Sumber: Grand View Research.

Data di atas menunjukkan bahwa pasar fashion streetwear bertumbuh secara stabil dan diproyeksikan untuk terus bertumbuh secara pesat. Hal ini membuktikan bahwa industri fashion streetwear memiliki potensi pasar yang besar dan menjanjikan, sehingga layak untuk dijadikan fokus dalam strategi pengembangan usaha.

Di pasar lokal, tren *fashion streetwear*, khususnya celana pendek basket juga mengalami peningkatan permintaan yang signifikan, dan berubah menjadi *item streetwear* yang wajib dimiliki oleh anak muda. Fenomena ini menyebabkan banyaknya brand *streetwear* yang muncul, salah satunya yang terbesar adalah *4TheWin*, yang merupakan brand yang didirikan oleh salah satu pebasket paling terkenal di Indonesia, yakni Abraham Damar. *4TheWin* berhasil; memanfaatkan kredibilitas atlet untuk meningkatkan brandingnya dan memenangkan kepercayaan pasar. Namun, hasil survei pasar menemukan bahwa sebagian produk lokal, termasuk *4TheWin*, seringkali memiliki kualitas bahan yang kurang *premium* dan penentuan harga yang terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas produk yang dijual.

Walau demikian, karena persaingan sangat kuat, tidak sedikit brand lokal yang mengalami kesulitan dalam bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Fenomena ini terjadi dikarenakan oleh kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi. Saat ini, konsumen tidak membeli produk yang hanya mengikuti tren, tetapi membeli produk yang memiliki identitas desain yang kuat, kualitas bahan yang tinggi, dan harga yang kompetitif. Oleh karena itu, brand yang dapat memanfaatkan komunitas serta narasi yang relevan akan unggul secara kompetitif, karena hal-hal tersebut menciptakan ikatan emosional dengan konsumennya (Barringer & Ireland 2021).

Mengembangkan usaha di industri *fashion streetwear* juga memiliki tantangannya sendiri, salah satunya adalah persaingan harga yang sangat ketat,

ketidakstabilan biaya bahan baku, serta pengelolaan rantai pasok yang rumit. Walau demikian, tantangan yang paling sering ditemukan adalah kurang terstrukturnya pengelolaan keuangan, terutama dalam hal analisis tren penjualan dan proyeksi keuangan. Jika brand tidak paham secara dalam mengenai pergerakan pasar dan tidak memiliki kemampuan untuk memproyeksi performa finansial, strategi pengembangan usaha yang disusun kemungkinan besar tidak akan efektif dan sulit untuk dievaluasi keberhasilannya.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada brand AndOne sebagai studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang strategi pengembangan usaha yang didasarkan pada analisis tren penjualan dan proyeksi keuangan yang komprehensif. Pendekatan ini memungkinkan AndOne untuk membuat keputusan bisnis yang terukur, mengelola sumber daya secara efisien, dan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang di pasar yang sangat kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa model strategis yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha lain di industri fashion streetwear.

Tabel 1.2 Tantangan Bisnis di Industri Fashion Lokal

Faktor	Presentase Responden (%)	Sumber
Pemasaran dan Branding	45%	Katadata Insight Center (2021)
Manajemen Keuangan	25%	Katadata Insight Center (2021)
Desain dan Inovasi	15%	Katadata Insight Center (2021)
Persaingan Harga	10%	Katadata Insight Center (2021)

Sumber: Katadata Insight Center.

Tabel di atas memperkuat argumen mengenai seberapa pentingnya manajemen keuangan bagi UMKM, termasuk di industri fashion. Meskipun tantangan pemasaran lebih besar presentasenya, masalah keuangan tetap menjadi hambatan besar yang tidak bisa diabaikan.

Dalam konteks pengembangan usaha rintisan, peran dari manajemen keuangan sangatlah kritis. Di dalam industri *streetwear* yang didorong oleh *hype* dan tren yang terus berubah, kesalahan dalam proyeksi permintaan pasar dapat berakibat fatal dalam jalannya sebuah bisnis rintisan, mulai dari kelebihan stok yang

membengkakkan modal, hingga kekurangan stok, yang menyebabkan hilangnya potensi pendapatan. Bagi AndOne, kendala paling besar yang sedang dialami adalah minimnya analisis data sejarah penjualan serta proyeksi keuangan formal dalam perencanaan anggaran. Tanpa model proyeksi yang akurat, usaha rintisan memiliki risiko tinggi dalam pengelolaan *cash flow*. Oleh karena itu, studi ini berupaya untuk mengatasi masalah ini dengan menyajikan kerangka keuangan yang solid, memastikan bahwa strategi pengembangan usaha AndOne tidak hanya didorong oleh tren, tetapi dengan rasionalitas finansial dan manajemen risiko yang baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi celah pasar yang menunjukkan bahwa minat pasar menuju ke arah kualitas yang premium, seperti standar yang sudah ditetapkan oleh brand internasional, dan tantangan yang dialami oleh brand lokal yang bersangkutan dengan isu kualitas dan harga, terungkap bahwa AndOne harus mengambil beberapa langkah dalam pengelolaan bisnis

1.2.1 Permasalahan Konsumen

Konsumen di industri *fashion streetwear* Indonesia mengalami beberapa kesulitan dalam menemukan produk celana pendek basket, pilihan brand lokal yang menawarkan kualitas tinggi serta desain orisinal dengan rasio harga-kualitas (*value for money*) yang tepat masihlah belum banyak. Hal ini dikarenakan banyaknya brand yang menjual produk dengan harga yang tinggi walau kualitas masih bisa ditingkatkan.

1.2.2 Permasalahan Internal (Perspektif CFO)

Salah satu tantangan paling besar yang sedang dialami oleh AndOne adalah manajemen keuangan. Tidak adanya sistem analisis tren penjualan dan proyeksi keuangan yang formal memperlambat pengambilan keputusan strategis, yang berdampak terhadap pengelolaan arus kas, pengendalian biaya produksi, serta penentuan strategi *pricing* yang kompetitif.

1.3 Manfaat Penulisan

Berikut adalah beberapa manfaat yang dihasilkan oleh tugas akhir ini. Manfaat ini akan diambil dari perspektif anggota tim AndOne dan konsumen untuk menilai tingkat kegunaan dari penulisan tugas akhir ini

1.3.1 Manfaat Bagi Konsumen

Bagi konsumen, penulisan ini bermanfaat karena meningkatnya kualitas penawaran produk di pasar *fashion streetwear*, khususnya celana pendek olahraga.

Peningkatan *Value for Money*: Proyeksi keuangan yang akurat dan analisis biaya yang efisien merupakan strategi pengembangan usaha yang diharapkan akan membantu AndOne menawarkan produk dengan kualitas bahan yang tinggi serta desain yang unggul dengan harga yang lebih rasional.

Memenuhi Kebutuhan Produk Berkualitas: Dengan meningkatnya performa AndOne, konsumen akan memiliki opsi brand lokal yang kredibel dan konsisten. Oleh karena itu, mereka akan lebih mudah menemukan produk celana pendek yang berkualitas, oriinal, dan memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan kompetitor.

1.3.2 Manfaat Bagi Penulis

Penulisan ini memberikan masalah substantif dan praktis bagi penulis dan kelompok dikarenakan membantu AndOne untuk berkembang di bidang manajemen keuangan dan strategi bisnis.

1. Penerapan Ilmu CFO secara Praktis: Penulis memiliki kesempatan untuk menerapkan secara langsung ilmu manajemen keuangan, yang termasuk analisis tren penjualan, proyeksi laba/rugi, serta pengelolaan arus kas dalam konteks bisnis nyata.
2. Pengembangan Keahlian Analisis Data: Meningkatnya kemampuan berfikir kritis dalam mengolah data penjualan historis menjadi informasi yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Hal ini merupakan kompetensi inti dari CFO perusahaan.
3. Penyusunan Strategi Bisnis Holistik: Penulis merumuskan strategi

pengembangan usaha yang komprehensif, yang berdasarkan rasionalitas finansial, tidak hanya pada aspek pemasaran atau desain, sehingga menghasilkan rencana bisnis yang terstruktur.

1.4 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika yang digunakan oleh penulis untuk menyusun tugas akhir ini. Tugas akhir terdiri dari lima bab yang memiliki isi sebagai berikut

1.4.1 Bab I Pendahuluan

Latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan keuntungan penelitian dibahas dalam bab ini. Latar belakang memberikan penjelasan tentang mengapa perusahaan AndOne muncul dan tentang pentingnya penelitian dalam konteks perkembangan industri fashion streetwear lokal. Dalam rumusan masalah, topik utama penelitian adalah manajemen keuangan. Sementara itu, tujuan dan keuntungan penelitian memberikan arahan dan manfaat bagi berbagai pihak, terutama dalam menangani kekurangan analisis tren penjualan dan proyeksi keuangan. Untuk membantu pembaca memahami struktur laporan secara keseluruhan, bagian akhir bab ini menunjukkan cara penulisan disusun.

1.4.2 Bab II Badan Usaha

Bentuk badan usaha AndOne dan struktur organisasinya dijelaskan di sini. Salah satu topik pembicaraan adalah bagaimana memilih jenis badan usaha (perorangan atau UD) berdasarkan faktor-faktor legal, seperti efisiensi operasional, dan risiko tanggung jawab tak terbatas. Bab ini juga membahas wewenang dan tugas CEO, CFO, dan CMO, serta prosedur koordinasi. Selain itu, bab ini mencakup berbagai dokumen legal yang diperlukan, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan perizinan terkait KBLI. Dengan demikian, Bab II memberikan gambaran menyeluruh tentang struktur organisasi dan administratif perusahaan.

1.4.3 Bab III Landasan Teori

Berisi teori-teori dasar tentang perencanaan dan peramalan keuangan (financial forecasting), Analisis Biaya-Volume-Laba (CVP), Titik Impas (BEP), Laporan Keuangan, dan Analisis Biaya-Volume-Laba (CVP), bab ini menjadi landasan ilmiah dari penelitian dan memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk melakukan

analisis perusahaan AndOne.

1.4.4 Bab IV Pelaksanaan dan Proyeksi

Analisis pasar dan strategi bisnis dan keuangan AndOne disajikan dalam bab ini. Perhitungan TAM, SAM, dan SOM dibahas untuk mengetahui potensi pasar celana mesh shorts. Analisis kinerja keuangan realisasi adalah topik utama bab ini. Ini mencakup penyajian Laporan Keuangan Tahunan, Analisis Tren Laba, Perhitungan BEP dan Payback Period Di bagian akhir, peran penulis (CFO) dalam menAggabungkan rasionalitas finansial dengan strategi desain dibahas, serta proyeksi desain artikel baru (Abyssal Current, Stellar Burst, dan Crimson Velocity).

1.4.5 Kesimpulan dan Saran

Semua temuan penelitian disajikan dalam bab penutup ini. Pada bagian simpulan, jawaban atas rumusan masalah didasarkan pada hasil dari bab-bab sebelumnya. Ini menyatakan bahwa laba bersih dan margin laba bersih. Bagian saran berisi saran untuk pengembangan bisnis AndOne, termasuk Strategi dan Peningkatan Struktur Legal. Selain itu, diberikan saran kepada pelaku usaha dan mahasiswa sela. Oleh karena itu, bagian ini menjadi bagian reflektif yang memberikan arahan untuk perbaikan dan membantu dunia kewirausahaan.

