

## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Era industri 4.0 membawa banyak perubahan di Indonesia terutama pada bidang usaha *fashion* yang perkembangannya semakin pesat. Luasnya pasar global dengan perdagangan bebas membuat para pelaku usaha dapat dengan mudah memasarkan produknya sampai ke mancanegara, hal ini merupakan salah satu dampak positifnya, namun tidak dipungkiri dampak negatifnya adalah akan terjadinya persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga para pelaku usaha harus jeli melihat peluang dan para pelaku usaha dituntut untuk kreatif dalam mengikuti *trend* yang sedang banyak diminati konsumen.

Era industri 4.0 membuat banyak bisnis-bisnis baru bermunculan. *Trend fashion* menjadi salah satu jenis usaha yang tidak ada matinya, sehingga bisnis ini menjadi bisnis yang paling banyak diminati anak-anak muda yang baru terjun di dunia bisnis. Dari sekian banyaknya *brand-brand* usaha lokal tidak sedikit juga yang memilih untuk menggeluti bisnis *fashion* khusus muslimah. *Fashion* muslimah terus berkembang mulai dari kerudung, rok, gamis, baju olahraga, mukenah dan lainnya. Ditambah lagi dengan semakin sadarnya wanita muslimah untuk menutup aurat dan menggunakan pakaian yang tidak membentuk lekuk tubuh, membuat *fashion* muslimah semakin diminati.

Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. *Trend* busana muslim banyak diminati wanita wanita di Indonesia, karena busana muslim tidak hanya dipakai untuk pergi mengaji ataupun di hari lebaran saja, namun juga dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari seperti kuliah, kerja, olahraga, acara formal, *hangout*, liburan dan kegiatan sehari-hari di rumah.

Sumber : *Global Islamic Report 2021* (Salaam Gateway, 2021)

Negara
Uni Emirat Arab
Turki
Indonesia
Malaysia
Spanyol
Italia

Tabel 1.1. Data Fashion Muslim Dunia Tahun 2021

Tabel 1.1 menunjukkan data bahwa Indonesia berada di urutan ketiga dengan konsumsi busana muslim terbanyak di dunia pada tahun 2021. Hal ini membuktikan bahwa permintaan dan kebutuhan akan busana muslim di Indonesia sangat tinggi. Berdasarkan analisis mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh *Trend* Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, mendapatkan hasil perhitungan untuk kategori busana muslim mahasiswa UNY paling banyak tampil dengan menggunakan gamis 34,9% dan mahasiswa yang menggunakan blus 30,2% (Rania,2018).

*Local brand* yang menggeluti usaha *fashion* menjadikan para pelaku usaha harus pandai dalam menciptakan inovasi produknya mulai dari kualitas bahan yang digunakan, kualitas jahitan yang rapi dan model pakaian yang sedang *happening* di kalangan anak muda. Tidak hanya itu para pelaku usaha juga harus memperhitungkan biaya-biaya yang nantinya akan dikeluarkan untuk keperluan produksi, iklan dan operasional. Persaingan harga jual antar *brand* juga harus diperhatikan agar produk tersebut dapat bersaing dan bertahan dalam industrinya.

Aleena Label berdiri pada awal tahun 2022, memilih *tagline* “*Syar’i Simplicity*” menjadikan Aleena berkomitmen untuk menciptakan produk yang simpel namun tetap menjaga aurat sesuai syariat Islam. Target *market* Aleena Label adalah anak-anak muda sampai orang dewasa yang ingin memulai hijrahnya secara bertahap dengan menggunakan pakaian yang lebih tertutup. Dengan kesan simpel membuat penggunaanya tidak akan merasa terganggu dengan pandangan sebagian orang yang berpikir bahwa pakaian muslim terkesan seperti ibu-ibu pengajian. Aleena Label mencoba menciptakan inovasi baru dengan menghadirkan *look* yang kekinian dengan warna-warna basic yang banyak diminati anak-anak muda hingga orang dewasa. Kesan wanita yang anggun, tertutup dan simpel akan terwujud dengan menggunakan produk dari Aleena.

Pada umumnya tujuan dari pendirian suatu usaha adalah untuk memperoleh *profit* atau laba, sehingga usaha tersebut akan dapat bersaing di industrinya. Perusahaan harus mampu beroperasi secara efektif dan efisien agar dapat memperoleh *profit*, menekan semua biaya dan meningkatkan pendapatan secara optimal. Biaya adalah hal yang patut diperhitungkan dalam operasionalnya. Pada dasarnya perusahaan akan berusaha menekan biaya serendah mungkin agar dapat meningkatkan pendapatan dan dapat lebih unggul dari perusahaan lainnya dalam harga jual.

Manajemen perusahaan harus dapat mendesain model keputusan dan strategi dalam pencapaian laba yang optimal. Dengan adanya perencanaan laba, manajemen juga harus menentukan faktor-faktor yang erat kaitannya dengan pencapaian laba, seperti biaya produksi, volume produksi, penjualan dan harga jual produk. Salah satu model perencanaan laba adalah dengan menggunakan model *Cost-Volume-Profit* (CVP). Model ini dapat membantu manajemen dalam memahami perilaku biaya total produk, pendapatan total serta laba operasional ketika suatu saat terjadi perubahan pada tingkat *output*, harga jual, biaya variabel dan biaya tetap.

Inovasi yang dilakukan suatu usaha akan memerlukan *cost* (biaya), dari inovasi-inovasi model bisnis yang dilakukan maka para pelaku usaha harus menghitung berapa harga produk yang nantinya akan dipasarkan. Namun dalam hal ini Aleena Label menentukan harga jual hanya berpatokan dari harga jual pesaing membuat Aleena Label

tidak mengetahui berapa harga jual yang tepat. Aleena Label memerlukan adanya implementasi *Cost-Volume-Profit (CVP)* agar Aleena Label dapat mengalokasikan dan memperhitungkan dana seperti biaya *branding, packaging, production* dan *operational* yang nantinya akan berguna bagi *management* Aleena Label dalam menentukan harga jual yang tepat untuk setiap produknya.

Penelitian ini bertujuan agar *management* Aleena Label dapat menganbil keputusan dalam perencanaan laba dan penetapan harga yang tepat dari inovasi-inovasi yang dijalankan Aleena Label. Dari pembahasan latar belakang diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) dan Penetapan Harga dari Inovasi Model Bisnis Aleena Label.**”

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah dapat dilakukan identifikasi *Cost-Volume-Profit (CVP)* dan penetapan harga dari inovasi model bisnis Aleena Label?
2. Bagaimana bentuk dan rincian *Cost-Volume-Profit (CVP)* dan penetapan harga dari inovasi model bisnis Aleena Label?

## 1.3. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan gambaran terkait *Cost-Volume-Profit (CVP)* dan penetapan harga dari inovasi model bisnis Aleena Label.
2. Untuk mengetahui bentuk dan rincian *Cost-Volume-Profit (CVP)* dan penetapan harga dari inovasi model bisnis Aleena Label.

Luaran yang akan dihasilkan dari penelitian ini adalah berupa kertas kerja (*working paper*) yang nantinya dapat digunakan sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan oleh pihak manajemen Aleena Label dalam perencanaan laba dan penentuan harga jual yang tepat sebelum produk tersebut dipasarkan, dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit*.

## 1.4. Kontribusi/Manfaat Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan pengaruh dan manfaat yang besar bagi berbagai pihak. Kegunaan penelitian ini ditujukan untuk:

- a. Diharapkan dapat menjadi alat bantu bagi para pelaku usaha dalam pengambilan keputusan sebagai upaya untuk penetapan harga dan perencanaan laba
- b. Diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi untuk dapat mengimplementasikan *cost-volume-profit* bagi pelaku usaha
- c. Diharapkan dapat memberikan pengetahuan para pelaku usaha untuk dapat menciptakan inovasi baru bagi bisnisnya
- d. Diharapkan dapat menjadi alat acuan untuk pengembangan bisnis
- e. Diharapkan dapat dijadikan motivasi untuk sebagian pihak yang belum berani mengambil risiko dalam berbisnis.