

BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Di dalam memulai suatu usaha, seorang pengusaha harus meneliti atau menganalisa terlebih dahulu mengenai usaha yang akan dijelankannya. Hal ini dilakukan demi menghindari resiko-resiko yang tidak terduga di dalam bisnis. Adapun hal-hal yang perlu dianalisa, antara lain: alokasi modal usaha, *Break Even Point* (BEP), segmentasi pasar, bahkan pesaing. Penempatan segmentasi pasar berguna agar produk dapat diterima dengan baik di pasar yang dituju. Kesalahan dari penempatan posisi dapat membuat usaha mengalami inkonsistensi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sehari-hari sehingga target yang telah direncanakan bisa sulit dicapai.

Di dalam analisa industri, juga diperlukan analisa pesaing untuk mendapatkan gambaran dalam menilai usaha kita sendiri. Selain itu, melalui analisa terhadap pesaing, pelaku bisnis juga akan bisa mengatur strategi yang baik dalam menghadapi persaingan. Terlebih, Karena tren mode yang selalu berubah dari waktu ke waktu, mengakibatkan bila kita salah mengambil keputusan atau tidak cepat dalam mengambil keputusan yang tepat akan berdampak terhadap kekalahan daya saing dibandingkan produk pesaing. Karena itu, sebagai seorang pelaku usaha, kita tidak hanya harus dituntut untuk selalu berkembang sesuai dengan jaman, namun juga harus selalu belajar dalam segala sesuatu agar dapat terus bertahan dan bertumbuh dalam menghadapi persaingan bisnis, sedikit berbeda dengan strategi yang banyak dilakukan pelaku usaha lain yang lebih cenderung membangun suatu brand yang memiliki kualitas yang baik, dengan harga yang cenderung tinggi, memang pada dasarnya hal-hal tersebut penting dalam pertumbuhan suatu bisnis, namun yang paling penting menurut saya adalah bukan produk sepatu itu sendiri, namun





berubah-ubah. Karena itu di bisnis sepatu ini pun harus terus bisa mengikuti perkembangan tersebut. Untuk itu, dalam menjalankan bisnis sepatu harus terus mengikuti model yang sedang menjadi trend di pasaran, tidak bisa hanya mengandalkan satu jenis varian sepatu saja, oleh karena hal tersebut pelaku bisnis harus selalu merubah usahanya sesuai dengan permintaan pasar.

Visi, berasal dari kata Bahasa Inggris “*vision*”, yang memiliki arti pandangan jauh ke depan. Di dalam bisnis, visi merupakan suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi itu tidak dapat dituliskan secara lebih jelas menerangkan detail gambaran sistem yang ditujunya, dikarenakan perubahan ilmu serta situasi yang sulit diprediksi selama masa yang panjang tersebut.

Visi dari *waka! shoes* adalah dapat memperoleh keuntungan sebesar – besarnya dengan cara yang efisien, dan gambaran tentang misi itu sendiri adalah tujuan dan alasan mengapa perusahaan itu ada. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan proses pencapaian tujuan.

Adapun misi dari *waka! shoes* adalah menjual produk sepatu yang relatif terjangkau dibanding pesaingnya, memiliki varian produk yang beragam dan tetap mengikuti tren *fashion* yang sedang berlangsung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Untuk mendukung gambaran dan perkembangan *waka! shoes* pada masa yang akan datang, berikut adalah tabel proyeksi penduduk DKI Jakarta :

Tabel 2.1

Tabel proyeksi penduduk DKI Jakarta menurut kelompok usia dan jenis kelamin (perempuan dan laki-laki) tahun 2015-2020 (x1000)

Usia	2015	2016	2017	2018	2019	2020
10-14	635.2	625.9	640.0	649.1	653.1	653.0
15-19	671.6	624.0	633.5	638.7	639.8	634.7
20-24	841.7	875.0	835.4	796.7	756.8	717.0
25-29	791.3	770.4	786.0	812.1	850.7	892.2
30-34	982.0	951.6	891.7	833.2	777.1	737.2
35-39	940.8	939.3	936.8	927.0	908.8	880.1
40-44	763.3	783.0	805.5	824.6	838.9	846.0

Sumber: www.datastatistik-indonesia.com

Dari data **tabel 2.1**, dapat dilihat bahwa proyeksi populasi penduduk DKI Jakarta mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun. Tetapi dapat dilihat bahwa anak-anak muda berumur 15-29 tahun rata-rata mengalami kenaikan populasi dari tahun 2015-2020 dimana anak-anak muda menjadi segementasi utama dari bisnis sepatu *waka! shoes*. Dari data pada **tabel 2.1**, dapat diketahui bahwa jumlah anak-anak muda di Jakarta terus bertambah sehingga secara otomatis menambah jumlah konsumen untuk produk sepatu. Oleh karena itu, penulis yakin bahwa bisnis sepatu ini akan terus berkembang di masa yang akan datang. Dengan tingkat populasi anak-anak muda yang cenderung meningkat, diharapkan akan membuat bisnis ini akan terus hidup dan berkembang. Hanya tinggal bagaimana strategi tiap pelaku usaha dalam menempatkan posisi mereka di dalam bisnis ini, serta bagaimana strategi yang dipakai pelaku usaha untuk bersaing untuk menjadi lebih kompetitif.

Data dari Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) menunjukkan, pada tahun 2015 lalu, omzet ritel modern tumbuh 10% – 11%, dengan total penjualan mencapai 150 triliun. Pertumbuhan sektor ritel pada 2016 diperkirakan meningkat dari tahun 2015 sejalan dengan proyeksi pertumbuhan ekonomi domestik yang lebih baik.



Dalam membangun dan mengembangkan suatu bisnis, baiknya memperhatikan kekuatan eksternal. Perubahan dalam kekuatan eksternal mengakibatkan perubahan dalam permintaan konsumen untuk barang industri dan konsumsi jasa, tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan *positioning*, dan tipe jasa yang ditawarkan. Berikut adalah faktor eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis :

1. Kekuatan Politik

Politik selalu identik dengan urusan kenegaraan, politik adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam suatu negara. Hal yang paling berkaitan dengan politik yaitu kebijakan-kebijakan dari pemerintah, serta kekuasaan dan kepentingan. Jika dilihat sekilas, keadaan politik suatu negara tidak berdampak langsung pada bisnis.

Namun, biasanya jika negara yang keadaan politiknya baik maka keadaan masyarakatnya juga akan sejahtera. Ketika masyarakat sejahtera, masyarakat hidup dalam keadaan yang kondusif, damai dan sejahtera. Begitu pula dengan iklim bisnis yang tercipta pun akan sehat. Demikian pula sebaliknya, jika keadaan politik buruk, maka akan berimbas pula kepada dunia bisnis dan perekonomian jangka panjang.

2. Kekuatan Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap kelangsungan bisnis. Keadaan ekonomi mencerminkan kesejahteraan masyarakatnya. Perekonomian negara yang baik ditunjukkan dengan tingkat kesejahteraan masyarakat tinggi dan rendahnya ketimpangan ekonomi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKKG.



Ketika perekonomian suatu negara baik dan kesejahteraan merata, masyarakat hidup sejahtera dan memiliki daya beli yang tinggi. Dengan demikian maka angka permintaan akan terpengaruh. Karena itu, keberadaan bisnis terpengaruh oleh kekuatan ekonomi suatu negara. Dan begitu pula sebaliknya, ketika perekonomian suatu negara buruk, masyarakat tidak memiliki daya beli sehingga keadaan bisnis pun akan memburuk.

3. Kekuatan Sosial

Keadaan sosial adalah keadaan yang menggambarkan tentang hal-hal yang berkaitan dengan perbuatan yang dilakukan oleh manusia. Keadaan sosial banyak dipengaruhi oleh norma dan nilai yang terkandung dalam masyarakat. Nilai-nilai dan norma-norma tersebut mempengaruhi pola pikir dan kebiasaan masyarakat.

Pola pikir dan kebiasaan masyarakat akan berimbas pada perilaku pembelian, dan pola konsumsi. Karena itulah bisnis pun akan terpengaruh oleh keadaan sosial. Ketika keadaan sosial baik dan kondusif, maka bisnis akan berjalan lancar. Dan bila keadaan sosial buruk dan kacau, resiko bisnis pun menjadi tinggi dan menjadi tidak terprediksi.

4. Kekuatan Teknologi

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Teknologi ada di sekitar kita, dan umumnya membuat pekerjaan menjadi lebih efisien dan praktis.



Hal yang paling nyata terjadi saat ini adalah meningkatnya penggunaan teknologi sebagai sarana pemasaran, contohnya lewat website ataupun media sosial. Pengakses internet pun dapat terpengaruh oleh gencarnya pemasaran yang dilakukan oleh para pebisnis. Karena itu, angka pendapatan sebuah usaha dapat terpengaruh oleh kekuatan teknologi secara nyata. Teknologi pun berguna untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pengerjaan sebuah usaha.

5. Kekuatan Lingkungan

Faktor lingkungan membahas tentang bagaimana keadaan di sekitar lokasi perusahaan, yang nantinya akan berpengaruh terhadap berbagai strategi yang akan dilakukan dalam menggapai pangsa pasar dari masyarakat yang berada pada lingkungan tersebut. Selain itu, lingkungan yang dimaksud secara lebih luas lagi adalah mengenai akses kepada sumber daya.

Ketika lingkungan dapat mendukung keberlangsungan bisnis, maka seorang pebisnis tidak akan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan perusahaan. Maka seharusnya pebisnis memperhatikan keberadaan lingkungan agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar di kemudian hari, serta terhindar dari kendala-kendala yang seharusnya dapat diantisipasi sejak awal.

6. Kekuatan Legalitas

Legalitas sangat diperlukan bagi sebuah perusahaan dalam membangun usaha. Legalitas menjadi bukti bahwa sebuah perusahaan memang sudah diakui keberadaannya secara hukum. Diharapkan jika suatu hari sebuah usaha



mengalami kendala, maka dapat terlindungi secara hukum, dan kendala tersebut dapat diselesaikan secara adil.



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Rencananya, *waka! shoes* hanya akan fokus menjual sepatu jenis slop untuk awalnya karena dianggap masi sesuai dengan trend saat ini dan diharapkan sepatu tipe ini akan tetap bertahan di pasaran meskipun sudah tidak menjadi trend di pasar. Untuk tetap menarik minat konsumen saat ini, maka *waka! shoes* akan terus melakukan perubahan dalam hal corak warna sepatu agar konsumen tidak bosan.

B. Analisis Pesaing

Dikutip dari buku karangan Ignas G. Sidik (2013:79), beliau berpendapat bahwa istilah “industri” membahas persaingan secara luas, tetapi mungkin terlalu luas sehingga sebaiknya gunakan definisi sempit dari “industri” untuk menemukan siapa pesaing-pesaing yang sebenarnya. Definisi sempit ini menyatakan bahwa jika ada beberapa perusahaan dengan produk dan pasar yang serupa, perusahaan-perusahaan itu akan membentuk sebuah “industri”. Dari hal ini, dapat dikatakan bahwa pesaing-pesaing dari *waka! shoes* adalah sepatu – sepatu yang sejenis.

Di dalam menganalisis pesaing, ada dua variabel analisis, yaitu analisis lingkungan eksternal (analisis *opportunity* dan *threat*) dan analisis lingkungan internal (analisis *strength* dan *weakness*). Di dalam lingkungan eksternal, ada bermacam-macam bentuk peluang dan pemasar harus bisa mengenalinya. Peluang pemasaran sendiri artinya adalah wilayah kebutuhan atau potensi permintaan pembeli di mana perusahaan dapat menggarapnya secara menguntungkan. Selain peluang, beberapa perkembangan di lingkungan eksternal merupakan ancaman.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sedangkan di dalam analisis lingkungan internal, masih menurut Ignas G. Sidik (2013:85), setiap bisnis harus menentukan sebuah skala sederhana untuk mengukur kekuatan dan kelemahan bisnis. Dengan mengetahui, mengukur, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan di dalam suatu bisnis, bisnis tersebut pasti akan dapat diperbaiki dan dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

Oleh karena itu, penulis mencoba untuk memaparkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) mengenai usaha sepatu *waka! shoes* ini,

1. Strengths

Kekuatan dari bisnis ini adalah brand yang terkesan dari jepang serta harga yang terjangkau oleh masyarakat, serta penjualan yang untuk awalnya akan dijual secara pribadi melalui toko online *www.fufastore.com* sehingga harganya akan lebih kompetitif dibandingkan konsumen membeli produk sejenis yang sudah mengalami perpindahan tangan sehingga harganya menjadi lebih tinggi. Kekuatan lainnya terdapat pada banyaknya varian variasi warna produk dengan bahan-bahan serta warna-warna yang unik.

2. Weaknesses

Kelemahan dari bisnis *waka! shoes* ini adalah kualitas produk yang tidak terlalu baik, dan tidak adanya kesinambungan bahan baku, dan tidak mempunya memenuhi permintaan konsumen karena bahan baku yang dipakai dalam proses produksinya adalah kulit dan busa eva limbah, serta bahan kanvas limbah untuk menekan biaya produksi, karena meskipun bahan kanvas dibeli dari importir tetap tidak menjamin motif/warna bahan kanvas tersebut selalu tersedia.



3. Opportunities

② peluang dari bisnis sepatu itu sangat besar. Dengan berkembangnya *fashion*, tentu akan menambah konsumen dan otomatis meningkatkan penjualan dan permintaan akan produk sepatu. Dapat dilihat juga pada **tabel 2.1**, bahwa jumlah anak-anak muda berusia 15-29 tahun rata-rata meningkat dimana usia tersebut merupakan segmentasi pasar utama dari bisnis ini. Dan juga masyarakat jaman sekarang sudah mulai sadar akan pentingnya *fashion*. Serta keadaan ekonomi masyarakat Indonesia yang diharapkan senantiasa bertumbuh yang akan menyebabkan daya beli masyarakat meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Threats

Ancaman daripada bisnis ini adalah produk tiruan yang biasanya akan segera meniru produk yang laku bila mereka melihat sepatu tertentu laku di pasaran, serta ancaman bila pengrajin sepatu langganan akan menjual barang kita kepada pihak lain yang tidak berinvestasi dalam pembuatan brand sepatu *waka! shoes* karena ketidakmampuan investor (pelaku bisnis) untuk menampung hasil produksi.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Selain menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari *waka! shoes* sendiri, penulis juga menganalisis beberapa bisnis sepatu lainnya yang dapat dikategorikan sebagai pesaing dari *waka! shoes*. Demikian hasil analisis *waka! shoes* terhadap para pesaing :

1. Wakai shoes

Kisaran Harga : Rp.350.000 – Rp. 450.000

Kekuatan :

- Kualitas produk yang baik
- Menjual sepatu dan produk lain yang beraneka ragam sehingga menarik perhatian konsumen.
- Lokasi berada di mall
- Produk selalu *up-to-date*.

Kelemahan :

- Harga yang sangat tinggi untuk sepatu sejenis
- Tidak menjual secara online
- Jarang melakukan promosi baik secara online ataupun offline

2. Toms shoes

Kisaran Harga : Rp. 500.000– Rp. 1.000.000

Kekuatan :

- Brand sudah terkenal di dunia
- Memiliki program sosial berupa buy 1 get 1
- Kualitas yang baik
- *Pioneer brand* sepatu yang sukses untuk sepatu berjenis slop berbahan kanvas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kelemahan :

- ③ Tidak memiliki store khusus di Indonesia
- Harganya yang tinggi
- Banyak produk tiruan yang sama persis namun memiliki harga yang jauh lebih murah

Segmentasi Pasar

Market atau pasar itu beraneka ragam, tidaklah homogen. Perusahaan tidak dapat berhubungan dengan semua pelanggan di pasar yang besar, luas, dan beraneka ragam. Konsumen pun memiliki banyak dimensi dan sering dapat dikelompokkan sesuai dengan satu karakteristik atau lebih. Perusahaan perlu mengidentifikasi segmen pasar yang mana yang dapat dilayaninya secara efektif. Keputusan-keputusan tersebut menuntut pengertian yang tajam tentang perilaku pelanggan dan pemikiran strategis yang cermat. Kadang-kadang pemasar keliru mengejar segmen pasar yang sama seperti banyak perusahaan lain dan mengabaikan beberapa segmen yang berpotensi menguntungkan. Menurut Ignas G. Sidik (2013:72), kunci strategi pemasaran adalah memilih segmen pasar yang tepat bagi produk atau layanan yang disediakan, atau sebaliknya, mencari produk atau layanan yang tepat bagi bagian pasar yang dibidik.

Adapun pembagian segmentasi adalah sebagai berikut :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda-beda, seperti negara, negara bagian, wilayah, propinsi, kota, atau lingkungan masyarakat. Perusahaan dapat beroperasi pada satu atau beberapa wilayah, ataupun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Insitus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



beroperasi di berbagai tempat, akan tetapi perusahaan harus memperlihatkan variasi dari penduduk setempat.

Di dalam bisnis ini, segmentasi geografis *waka! shoes* adalah seluruh wilayah Indonesia melalui online.

2. Segmentasi Demografis

Di dalam segmentasi geografis, pasar dibagi menjadi grup-grup dengan dasar variabel seperti: usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan tingkat sosial.

Segmentasi demografis dari *waka! shoes* adalah anak-anak remaja pria dan wanita berusia 16-20 tahun dan pria dan wanita dewasa berusia 21-29 tahun. Karena saat ini orang yang *fashionable* berasal dari berbagai kalangan. Selain itu segmentasi dari *waka! shoes* adalah kalangan menengah ke bawah.

3. Segmentasi Psikografis

Psikografis merupakan ilmu pengetahuan yang menggunakan psikologi dan demografi untuk lebih mengerti mengenai konsumen. Di dalam segmentasi psikografis, pembeli dibagi menjadi grup-grup yang berbeda berdasarkan gaya hidup, kepribadian, serta nilai. Dari segi psikografis, sasaran pasar *waka! shoes* adalah anak-anak muda yang memiliki kesadaran akan *fashion* namun menginginkan harga yang kompetitif dibandingkan barang brand di mall-mall.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Ramalan Pasar

Di dalam peluangusaha.kontan.co.id, hari Rabu, 26 Februari 2014 dikatakan bahwa bisnis sepatu pada tahun 2014 dan kedepannya akan menghasilkan laba yang besar. Karena setiap orang sudah lebih sadar dan memperhatikan penampilan mereka, dari yang dahulu cukup hanya dengan warna hitam dan coklat, sekarang mereka mencari warna-warna baru yang cocok dengan pakaian mereka. Tren sepatu tiap tahun pun berubah, tahun 2000, kaum hawa demam sepatu model balet yang beralas datar. Kemudian muncul tren sepatu dan sandal berbahan karet merek *Crocs*. Lalu, berganti dengan sepatu *boot*. Tahun 2014 ini, tren sepatu pun akan berubah. Hal ini menunjukkan bahwa akan ada demam sepatu model baru sehingga para pebisnis sepatu akan memiliki peluang besar. Agit Bambang Suswanto, salah satu produsen sepatu mengatakan, dia mulai menjual sepatu hanya 13 pasang dan sampai tahun ini dia bisa menjual sebanyak 1000 pasang pada saat *high season* dengan tingkat keuntungan sampai 30%.

Diambil dari industri.kontan.co.id, hari Kamis, 30 Januari 2015, Pasar ekspor masih menjadi penopang pertumbuhan industri sepatu. Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo) memprediksi, pasar ekspor akan tumbuh sebesar 5% sedangkan untuk pasar domestik akan stagnan. Tahun lalu, realisasi ekspor sepatu mencapai US\$ 3,9 miliar. Dengan demikian, tahun ini, ekspor sepatu diharapkan bisa mencapai US\$ 4,1 miliar. Dengan data ekspor sepatu ini, menunjukkan bahwa bisnis sepatu terus meningkat dan kedepannya akan menjadi lebih baik.

Dengan dasar pertimbangan dari data di atas, penulis melihat peluang dan mendirikan usaha sepatu ini. Diharapkan melalui bisnis ini, penulis dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Memang sebelumnya sudah banyak brand-brand sepatu yang bermunculan dan diharapkan waka! shoes akan memberikan nuansa yang sedikit berbeda. Karena sudah ada pendahulu bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sepatu ini, adapun langkah-langkah diferensiasi yang akan diambil oleh waka! shoes untuk dapat memasuki pasar serta industri ini adalah :

1. Memasarkan brand ini melalui media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram* karena sebelum membuka sepatu ini, penulis sudah menjalankan penjualan sepatu ini secara *online* melalui *www.fufastore.com*. Jadi *waka! shoes* akan lebih fokus menjual produk secara online, karena memang sudah banyak pelanggan dan *reseller* yang loyal dan terus memesan sepatu setiap harinya.

2. Di dalam dunia modern seperti saat ini, masyarakat pun terus berubah. Berubah di dalam pola pikir, beradaptasi, serta juga berubah di dalam hal selera. Saat ini masyarakat, yang kita dapat sebut sebagai konsumen, memiliki selera tersendiri dalam hidup mereka. Terutama selera dalam hal *fashion*. Sehingga, tidak jarang konsumen sangat selektif dalam mengenakan baju, celana, maupun sepatu agar sesuai dengan selera mereka. Penulis melihat peluang dalam hal ini. Melalui bisnis ini, penulis berencana untuk membuka layanan pemesanan sepatu dengan corak/warna yang diinginkan dengan minimal pemesanan untuk dapat memenuhi keinginan konsumen yang beraneka ragam.

3. Memberikan kesan bahwa produk ini adalah produk asal jepang dengan memberikan ornamen-ornamen kecil seperti tulisan jepang pada sepatu dan paper bag sepatu untuk mengangkat nama brand ini.

Melalui langkah diatas, *waka! shoes* yakin bahwa usaha yang akan didirikan ini pasti akan berhasil. Karena saat ini, banyak sekali konsumen yang tidak lagi memiliki banyak waktu untuk berbelanja di toko offline. Selain itu, sekarang ini,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perubahan-perubahan ataupun inovasi-inovasi baru telah banyak menarik minat masyarakat. Sehingga kehadiran *waka! shoes* dengan varian yang banyak dan harga yang terjangkau, tentunya akan menarik masyarakat sekitar.

Analisis Competitive Profile Matrix

Competitive Profile Matrix digunakan untuk mengidentifikasi para pesaing utama sebuah perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khususnya berkaitan dengan posisi brand sepatu yang akan didirikan oleh penulis (*waka! shoes*). Bobot dan skor bobot total, baik dalam matriks profil kompetitif maupun evaluasi faktor eksternal memiliki arti yang sama. Namun demikian, faktor keberhasilan penting (*critical success factor*) dalam matriks profil kompetitif mencakup baik isu-isu eksternal, maka peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan dimana 4 = kekuatan mayor, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan mayor.

Total nilai dapat dilihat pada akhir kolom, dimana perusahaan yang memiliki angka paling besar merupakan perusahaan yang memiliki posisi kompetitif yang paling kuat, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai terendah memiliki posisi kompetitif paling lemah. Faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh *waka! shoes* adalah sebagai berikut :

1. Sistem Promosi

Sistem promosi yang dipilih adalah salah satu faktor terbesar, karena promosi sangat dibutuhkan suatu produk/jasa tertentu sebagai batu loncatan agar waktu pengenalan produk/jasa kepada masyarakat yang dituju lebih cepat. sistem promosi yang tepat akan menjamin peningkatan penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Daya Saing Harga

Ⓒ Daya saing harga dipilih menjadi faktor penentu keberhasilan karena konsumen biasanya melakukan perbandingan harga dari berbagai alternatif yang tersedia dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk.

3. SDM

Sumber daya manusia juga dipilih menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan karena SDM yaitu karyawan, merupakan faktor yang menentukan baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. SDM merupakan faktor yang paling utama untuk menentukan baik buruknya pelayanan yang diberikan serta kinerja yang dihasilkan.

4. Sistem Penjualan

Sistem penjualan yang diterapkan setiap brand sepatu berbeda-beda. Ada penjualan secara langsung yaitu penjualan yang dilakukan dari toko langsung, ada juga penjualan tidak langsung yaitu secara *online* seperti yang dilakukan oleh *waka! shoes*

5. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor dalam menentukan keberhasilan dalam jangka panjang, karena beberapa konsumen akan menilai suatu produk dari kualitas bukan dari harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Keanekaragaman Produk

© Keanekaragaman produk menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan karena semakin banyak pilihan produk yang dijual, maka konsumen akan semakin tertarik.

7. Kegiatan Operasional

Kegiatan operasional juga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan, karena semakin baik kegiatan operasional yang dilakukan sebuah perusahaan, maka akan semakin baik pula hasil yang diperoleh.

8. Manajemen

Manajemen merupakan bagian yang penting bagi kelangsungan suatu bisnis. Manajemen merupakan suatu fungsi yang saling terkait dan terdiri dari lima aktifitas, yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengelolaan staf, dan pengendalian. Keberadaan manajemen tentunya didukung oleh struktur organisasi yang berperan dalam keefektifan dan keefisienan kerja karyawan sehingga akan turut serta dalam keberlangsungan suatu bisnis.

9. Brand Image

Kualitas jasa dan pelayanan menjadi faktor utama dalam penciptaan *brand image*. *Brand image* dipilih menjadi faktor penentu keberhasilan karena dengan adanya *brand image* yang baik di mata konsumen, maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Faktor-faktor yang telah ditentukan telah dianalisis dan diberi bobot serta

peringkat pada Tabel 2.2 berikut ini :

Tabel 2.2
Tabel CPM Sepatu Waka! Shoes

Faktor Keberhasilan Penting	Bobot	Waka! Shoes (Diharapkan)		Wakai Shoes		Toms Shoes	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Sistem Promosi	0,10	3	0,40	3	0,30	2	0,30
Daya Saing Harga	0,12	4	0,48	3	0,36	2	0,24
SDM	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Sistem Penjualan	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24
Kualitas Produk	0,11	2	0,33	3	0,33	3	0,33
Keanekaragaman Produk	0,08	3	0,24	4	0,32	4	0,32
Kegiatan Operasional	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36
Manajemen	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30
Brand Image	0,12	2	0,24	4	0,48	4	0,48
TOTAL	1,00		2,87		2,99		2,57

Sumber: diolah oleh penulis

Dari hasil CPM di atas dapat diketahui bahwa faktor yang akan menjadi keunggulan penting pada brand sepatu *waka! shoes* adalah daya saing harga (skor bobot = 0,48) dan sistem penjualan (skor bobot = 0,32).

Secara keseluruhan dari hasil analisis CPM dapat diketahui bahwa brand sepatu *waka! shoes* memang masih kalah dari pada brand-brand sepatu pesaing yaitu brand *wakai shoes* dan *toms shoes*, namun memang pada dasarnya penulis ingin menempatkan *waka! shoes* berada di bawah kedua brand tersebut karena pasar yang dituju adalah konsumen-konsumen yang mencari alternatif dari kedua brand tersebut .

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang meliputi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*). Berikut adalah analisis SWOT yang dimiliki oleh *waka! shoes* :

1. *Strengths*

- a. Sistem penjualan *via online* sehingga dapat cakupan pemasaran lebih luas dibandingkan dengan penjualan *via offline*
- b. Harga yang relative lebih murah dibandingkan pesaing

2. *Weaknesses*

- a. Kualitas sepatu yang tidak sebaik kualitas sepatu pesaing
- b. Hanya menjual sepatu berjenis slop saja
- c. Belum dikelola oleh *management professional* dibandingkan usaha pesaing
- d. *Brand image* yang belum terbentuk dibandingkan *brand image* dari pesaing yang sudah lebih dikenal

3. *Opportunities*

- a. Tren *fashion* terus berkembang
- b. Pertumbuhan penduduk berusia 15-19 tahun yang terus meningkat
- c. Masyarakat mulai sadar akan kebutuhan *fashion*
- d. Ekonomi senantiasa bertumbuh

4. *Threats*

- a. Adanya pesaing yang sudah lebih dahulu berkecimpung di dunia sepatu
- b. Munculnya pesaing baru dengan ide bisnis yang sama
- c. Adanya anggapan bahwa sepatu dengan harga murah itu berkualitas buruk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis dari sebuah organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas apa saja peluang dan ancaman eksternal yang akan dihadapi oleh organisasi dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut adalah matriks SWOT yang dimiliki oleh *waka! shoes*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Tabel 2.3
Matriks SWOT dari *waka! shoes*

Matriks SWOT <i>Waka! shoes</i>	Peluang (O)	Ancaman (T)
	<p>1. Tren <i>fashion</i> terus berkembang</p> <p>2. Pertumbuhan penduduk berusia 15-19 tahun yang terus meningkat</p> <p>3. Masyarakat mulai sadar akan kebutuhan <i>fashion</i></p> <p>4. Ekonomi senantiasa bertumbuh</p>	<p>1. Adanya pesaing yang sudah lebih dahulu berkecimpung di dunia bisnis sepatu ini</p> <p>2. Munculnya pesaing baru dengan ide bisnis yang sama</p> <p>3. Adanya anggapan bahwa sepatu dengan harga murah itu berkualitas buruk</p>
Kekuatan (S)	Strategi (SO)	Strategi (ST)
<p>1. Sistem penjualan <i>via online</i> sehingga dapat cakupan pemasaran yang lebih luas dibandingkan dengan penjualan <i>via offline</i></p> <p>2. Harga yang relatif lebih murah dibandingkan pesaing</p>	<p>1. Berusaha agar respon dari pembelian <i>via online</i> lebih cepat (S3, O1, O3)</p> <p>2. Terus meng-<i>update</i> tren <i>fashion</i> produk sesuai dengan perkembangannya (S5, O1, O4)</p>	<p>1. Memberikan program-program bonus sendal untuk setiap pembelian produk sepatu dalam jumlah tertentu</p> <p>2. Tetap mempertahankan harga dan memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak (S4, T1, T2)</p>
Kelemahan (W)	Strategi (WO)	Strategi (WT)
<p>1. Kualitas sepatu yang tidak sebaik kualitas sepatu pesaing</p> <p>2. Hanya menjual sepatu berjenis <i>slop-sapa</i></p> <p>3. Belum dikelola oleh <i>management professional</i> dibandingkan usaha pesaing</p> <p>4. Brand image yang belum terbentuk dibandingkan brand image dari pesaing yang sudah lebih dikenal</p>	<p>1. Menambah jenis sepatu yang dijual di masa yang akan datang sesuai dengan situasi dan kondisi (W1, O1, O3, O4)</p> <p>2. Terus melakukan promosi melalui media sosial agar masyarakat luas tahu tentang <i>waka! shoes</i> (W2, O2, O3, O4)</p>	<p>1. Menjaga hubungan baik dengan konsumen untuk menciptakan <i>image</i> yang baik (W2, T1, T2)</p> <p>2. Meningkatkan <i>quality control</i> untuk mengurangi barang yang <i>reject</i> atau rusak (W1, T3)</p> <p>3. Berinovasi selalu secara berkala untuk menarik perhatian konsumen (W3, T3)</p>

Sumber: diolah oleh penulis



Dari strategi yang telah dipaparkan di tabel 2.3, kedepannya Waka! Shoes akan melalui *Fufastore.com*, berencana untuk mengubah tampilan dan sistem pembelian pada *website* agar pembeli dapat membeli secara otomatis tanpa bantuan dari *customer service*, dan diharapkan kedepannya Waka! Shoes dapat menambah varian produk tidak hanya sepatu berjenis slop saja, namun juga sepatu jenis lainnya seperti *boat shoes*, *boots shoes*, dan lainnya

Selain itu, kedepannya diharapkan Waka! Shoes dapat memberikan bonus produk tambahan seperti sandal atau potongan harga kepada konsumen untuk tetap menarik minat konsumen akan produk-produk dari Waka! Shoes. Dan tentunya diimbangi dengan promosi yang tepat melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Google*, *Instagram* secara konsisten dan berkelanjutan

Dan untuk menjaga hubungan antara Waka! Shoes melalui *Fufastore.com*, maka setiap kritik dan saran, serta komplain dari pelanggan akan diterima dan dilayani sebaik mungkin untuk menjamin *image* yang baik tetap terjaga, seperti melakukan *quality control* produk sebelum dikirim ke konsumen, meskipun saat ini bagian *checker* bertugas untuk proses tersebut, namun tetap didapati produk yang cacat sampai ke tangan konsumen, namun kedepannya diharapkan dengan *double check*, melalui bagian *staff* gudang dan *checker* diharapkan dapat menyelesaikan masalah tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.