



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA SEPATU SNEAKERS TJ SHOES

**Theo Joshua Christian
Drs. Wiwin Prastio, M.M.**

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jalan Yos Sudarso Kav. 87, Sunter - Jakarta Utara
Telp: (021) 65307062 / Fax: 6530 6971
72190091@student.kwikkiangie.ac.id

ABSTRAK

Theo Joshua Christian/72190091/2023/Rencana Bisnis Pendirian Usaha TJ Shoes di Kelapa Gading, Jakarta Utara/Pembimbing Drs.Wiwin Prastio,M.M. Penulis membuat rencana bisnis sepatu ini bermula dari kesukaan penulis terhadap dunia sepatu yang akhirnya membuat penulis memiliki cita-cita memiliki merk sepatu milik sendiri. Penulis melihat peluang yang besar dalam bisnis sepatu ini, dimana industri ini sedang berkembang pesat di Indonesia. Bisa dilihat dari banyaknya acara-acara sepatu yang diselenggarakan di Indonesia ini selalu ramai pengunjung. Penulis memilih nama TJ Shoes karena nama tersebut berasal dari nama pemilik, yaitu Theo Joshua. Kata TJ adalah kata yang terkesan simpel dan sangat mudah diingat oleh orang-orang. Kesan simpel ini juga akan terlihat dari produk sepatu kami yang memiliki desain simpel dan mudah dipadupadankan dengan pakaian apapun. Penulis melakukan analisis pesaing dengan menggunakan beberapa metode seperti Analisis PESTLE, Lima Kekuatan Persaingan Model Porter, Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses, dan Analisis Eksternal & Internal dengan Analisis SWOT. Analisis tersebut akan membantu agar perencanaan bisnis dibuat lebih maksimal dengan melihat proyeksi persaingan yang dimiliki TJ Shoes. TJ Shoes yakin dengan segmentasi pasar, strategi pemasaran, strategi promosi dan diferensiasi yang dimiliki akan dapat bersaing dengan para pesaing-pesaing yang ada. Penulis juga membuat perencanaan produksi dan kebutuhan operasional. Sehingga penulis dapat mengetahui alur dari awal produksi sampai dengan jatuh di tangan konsumen. Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, Sepatu

ABSTRACT

Theo Joshua Christian/72190091/2023/Sneakers Business Plan TJ Shoes at Kelapa Gading, North Jakarta/Advisor Drs. Wiwin Prastio,M.M. The author created this shoe business plan starting from the author's passion for the shoe world, ultimately making the author dream of owning his own shoe brand. The author sees a great opportunity in this industry, where this industry is growing rapidly in Indonesia. It can be seen from the many shoe events held in Indonesia, which are always full of visitors. The writer chose the name TJ Shoes because the name comes from the name of the owner, namely Theo Joshua. TJ's word is a word that seems simple and easy to remember. This simple impression will also be seen from our shoe products which have a simple design and are easy to mix and match with any clothing. The author conducts competitor analysis using several methods such as PESTLE Analysis, Porter's Five Competitive Forces Model, Analysis of Key Success Factors, and External & Internal Analysis with SWOT Analysis. This analysis will help making the business plan more optimal by looking at the projected competition that TJ Shoes has. TJ Shoes believes that with its market segmentation, marketing strategy, promotion strategy and differentiation strategies, it can compete with existing competitors. The author also makes production planning and operational needs. So the author can understand the flow from the beginning of production until it falls in the hands of consumers. Keywords: Business Plan, Shoes



Pendahuluan

TJ Shoes merupakan bisnis yang bergerak di bidang *fashion* yang menawarkan produk *sneakers velcro* yang berkualitas, terkesan simpel, *stylish*, dan juga nyaman untuk dipakai. Sepatu ini dapat digunakan dalam berbagai kondisi seperti bersekolah, kuliah, kerja, maupun saat *hangout* bersama kerabat. TJ Shoes memasarkan produknya saat ini hanya secara *online*, sehingga para konsumen dapat menjangkau kami lewat media sosial atau *e-commerce* yang ada.

Visi dari TJ Shoes adalah menjadi toko sepatu yang dipandang berkualitas oleh masyarakat Indonesia.

Misi dari TJ Shoes adalah :

- Menjaga kualitas terbaik pada setiap sepatu yang kami jual
- Menjual sepatu dengan harga yang sesuai dengan kualitas
- Mampu memberikan pelayanan yang terbaik dengan cepat tanggap dan juga ramah bagi pelanggan

Tren sepatu yang saat ini sedang *hype* adalah sepatu *sneakers*. Disaat kita bepergian ke mal, sekolah, kuliah, tempat makan, cafe, dan lainnya pasti kita akan melihat sepatu *sneakers* yang dipakai oleh orang-orang. Minat masyarakat terhadap sepatu juga dapat dilihat dari seringnya diadakan acara-acara pameran sepatu yang selalu ramai pengunjung seperti JSD (Jakarta Sneakers Day), USS (Urban Sneakers Society), dan lain-lain. Jarak pun tidak menjadi masalah bagi banyak orang demi menghadiri acara tersebut.

Berikut ini adalah rencana kebutuhan awal dari TJ Shoes :

Biaya Renovasi	Rp 2.500.000
Biaya Peralatan	Rp 34.843.400
Biaya Perlengkapan	Rp 328.600
Biaya Bahan Baku	Rp 101.554.200
Kas Awal	Rp 10.000.000
Total	Rp 149.226.200

Rencana Produk, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

1. Rencana alur produk :

- TJ Shoes memikirkan dan merancang desain sepatu yang ingin dijual secara massal. Pembuatan desain ini dilakukan dengan menggunakan laptop pada aplikasi *editing* seperti Adobe Photoshop.
- Setelah desain sepatu selesai dibuat, langkah selanjutnya adalah mengirimkan *file* desain yang telah dibuat kepada vendor dan berdiskusi mengenai bahan apa yang dipilih oleh kami.
- Langkah ketiga adalah melakukan transaksi dengan vendor. TJ Shoes akan bernegosiasi untuk mencapai harga yang terbaik sesuai desain dan jumlah sepatu yang akan dijual.
- Sepatu-sepatu yang dipesan akan tiba di *workshop* sebagai tempat untuk menyimpan stok sepatu.
- Sepatu-sepatu yang telah datang akan dicek kualitasnya apakah ada kecacatan atau gagal produk, Jika produk tidak ada kecacatan artinya akan siap untuk dijual, tapi jika ada kecacatan produk tersebut akan di retur ke vendor.
- Produk siap untuk disalurkan kepada konsumen.

2. Rencana alur pembelian :

- Pelanggan memilih produk dan ukuran sesuai keinginan
- Pelanggan dapat menghubungi *admin* secara *online*
- Admin* akan menerima pesanan dari konsumen
- Pembeli melakukan pembayaran dan mengirimkan bukti
- Produk akan dikemas dan dikirim ke alamat pelanggan



3. Rencana alur pembelian dengan pemasok :
 - a. Membuat desain sepatu
 - b. Memberikan desain beserta jumlah yang ingin dipesan
 - c. Melakukan transaksi dengan pemasok
 - d. Pemasok mengirimkan pesanan
 - e. Melakukan pengecekan, jika terdapat barang *reject* maka akan dikembalikan
 - f. Produk siap dijual

4. Rencana kebutuhan teknologi dan peralatan usaha :
 - a. Laptop MSI Modern 14 B11SSB, laptop ini dikenal cukup baik dalam mengedit sebuah konten.
 - b. Handphone Samsung Galaxy A53 5G, gadget ini akan dipakai oleh admin penjualan dalam melayani konsumen.
 - c. Kamera Canon EOS M50 II Kit, kamera ini digunakan untuk memfoto produk untuk dipasarkan di media sosial.
 - d. Lampu Studio untuk membantu meningkatkan kualitas foto
 - e. Bracket Backdrop, dibutuhkan backdrop untuk mendapatkan hasil foto yg maksimal
 - f. Meja dan kursi yang dipakai untuk bekerja
 - g. AC Sharp 1 PK untuk memberikan kenyamanan dalam beraktivitas

Strategi Bisni

A. Rencana dan Strategi Pemasaran

1. Segmentasi

- a. Segmentasi Geografis : TJ Shoes masih mengoperasikan bisnisnya secara *online*. Sehingga segmentasi pasar geografis ini akan lebih luas dibanding dengan bisnis yang memiliki toko fisik. Dengan berkembangnya teknologi saat ini membuat media sosial dan *e-commerce* dapat menjangkau pasar yang sangat luas. Sehingga produk TJ Shoes ini dapat dikonsumsi di seluruh daerah di Indonesia.
- b. Segmentasi Demografis : pasar akan dibagi dalam beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, ataupun kelas sosial. Target pasar yang dituju oleh TJ Shoes adalah konsumen remaja hingga dewasa dengan rentang usia 13–30 tahun yang berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, karyawan, ataupun pemilik usaha. TJ Shoes akan berfokus pada kelompok masyarakat kelas menengah kebawah dengan total pendapatan dibawah Rp 5.000.000,00
- c. Segmentasi Psikografis : Masyarakat Indonesia saat ini, khususnya anak muda sangat suka untuk berbelanja lewat *e-commerce* dalam memenuhi kebutuhannya, salah satunya ialah *fashion*. Tren *fashion* yang bisa dilihat saat ini dipakai oleh anak-anak muda ialah *fashion* dengan menggunakan desain-desain yang simpel. Ditambah lagi dengan gaya hidup anak muda sosialita yang sangat sering untuk menghabiskan waktunya untuk *hangout* bersama teman-temannya sambil memperlihatkan gaya berpakaianya. Hal ini merupakan peluang bagi TJ Shoes. TJ Shoes akan memasarkan produk dengan desain kekinian dan juga simpel yang akan digunakan oleh anak muda untuk *hangout* bersama teman-temannya.
- d. Segmentasi Perilaku : Masyarakat sebelum melakukan pembelian cenderung membandingkan banyak merek yang tersedia, sehingga TJ Shoes akan berfokus pada memberikan kualitas dari sepatu yang disediakan dengan harga yang sesuai. Sehingga nantinya masyarakat akan memiliki pengetahuan soal kualitas sepatu ini dari ulasan pembeli atau dari halaman Instagram TJ Shoes.

2. Positioning yang dimiliki TJ Shoes adalah kami memposisikan merek sebagai toko sepatu *velcro* yang simpel dan tidak ribet yang cocok untuk digunakan dalam berbagai situasi karena desainnya yang *stylish*.

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



3. Penetapan harga : TJ Shoes menggunakan metode *Competition – Based Pricing* dalam menentukan harga. TJ Shoes menganalisa harga dari para pesaing dan menentukan harga dari analisa tersebut tanpa mengabaikan kualitas produk yang diberikan. Analisa seperti ini baik agar TJ Shoes dapat memperkirakan harga tidak terlalu murah dan juga tidak terlalu mahal. Harga yang ditetapkan oleh TJ Shoes berkisar di angka Rp 209.000,00 tergantung model sepatu yang dipilih.

4. Saluran distribusi : TJ Shoes memilih saluran distribusi *channel 1* karena produk yang dijual oleh TJ Shoes langsung kepada konsumen akhir tanpa perantara apapun. TJ Shoes menjualkan produknya langsung melalui internet, yaitu media sosial dan juga *e-commerce*.

5. Promosi :

- a. *Advertising* : TJ Shoes akan membuat akun Instagram sebagai alat utama untuk berpromosi. Pada Instagram terdapat fitur berbayar, yaitu *Instagaram ads* yang akan membantu akun untuk mempromosikan produk di Instagram. Selain itu TJ Shoes akan melakukan *endorsement* terhadap *influencer* yang cocok dalam dunia *fashion* di media sosial.
- b. *Sales promotion* : TJ Shoes akan melakukan promosi produk yang baru rilis dengan memberikan promo gratis ongkir atau *voucher* kepada para konsumen yang melakukan *repeat order*.
- c. *Direct and digital marketing* : TJ Shoes akan menggunakan media sosial seperti Instagram ataupun WhatsApp sebagai alat komunikasi kami dengan para konsumen. TJ Shoes dapat menawarkan produk yang baru rilis kepada konsumen ataupun dapat menanyakan pendapat mengenai produk yang telah dibeli oleh konsumen.

B. Rencana Organisasi

TJ Shoes sampai saat ini hanya membutuhkan 3 tenaga kerja saja. Dimana saya sebagai pemilik akan menjadi manajer dan juga *finance* dengan ditambah 2 tenaga kerja lain. Posisi-posisi yang merangkap dilakukan karena dengan melihat belum banyak keperluan yang harus dikerjakan secara terus menerus, sehingga untuk meningkatkan keefektifan dari segi waktu dan biaya, kami memutuskan untuk melakukan kerja rangkap.

C. Rencana Keuangan

Nilai investasi awal dari TJ Shoes adalah Rp 149.051.700. Sumber dana tersebut berasal dari modal pribadi pemilik dan dukungan dari orang tua. Berdasarkan studi kelayakan, *payback period* akan didapatkan dalam waktu 1 tahun 12 hari, nilai NPV lebih besar dari 0, yaitu Rp 635.682.503, dan hasil PI lebih besar dari 1,0, yaitu 5,26. Selain itu nilai penjualan setiap tahunnya lebih besar dari BEP. Untuk itu dapat dikatakan bisnis ini layak untuk dijalankan. Dampak dan resiko usaha TJ Shoes juga dianalisis.

D. Pengendalian Resiko

1. Cara untuk memperkenalkan nama TJ Shoes ke masyarakat adalah dengan melakukan promosi. Promosi yang dapat dilakukan adalah dengan *endorsement* kepada *influencer* yang cocok dan memiliki pangsa pasar anak muda. Proses promosi akan dilakukan di media sosial.
2. TJ Shoes akan selalu mengikuti tren yang ada dan melakukan inovasi-inovasi agar masyarakat dapat terus menjadi pelanggan TJ Shoes.
3. Membuat kesepakatan untuk meretur semua produk yang memiliki kecacatan seperti warna pudar, jahitan lepas, lem tidak rapi, dan lain-lain.
4. Apabila vendor tidak bisa melayani pemesanan, TJ Shoes memiliki vendor cadangan yang siap untuk melayani pesanan kami sehingga bisnis akan berjalan sesuai rencana.
5. Di setiap produk yang akan dikirim akan diberikan nomor produksi dan diberi tanda tangan pemilik yang menandakan originalitas.



**Daftar Pustaka
Buku**

- David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.
- Dessler, Gary (2017), *Human Resource Management*, Edisi 15, Pearson Education
- Gitman, Lawrence J., Chad J., Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*. Edisi.14, Global Edition, Pearson Education
- Haizer, Jay, Barry Render, Chuck Munsuin (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi.12, Global Edition, United States of America: Pierson Education
- Kotler, Philip, Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, ‘ Italy: Pearson Education.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong (2020), *Principles of Marketing*. Edisi 8, European Edition, Slovakia: Pearson Education
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Resmi, Siti (2019), *Perpajakan : Teori dan Kasus*, Edisi 11, Salemba Empat.
- Robbins, Stepen P., Mary Coulter (2016), *Management*, Edisi 13, United States of America: Pearson Education Limited.

Sumber Lainnya

- Arief, Andi M (2019), *Industri Sepatu Diprediksi Tumbuh 5 Persen, Sneaker Mendominasi*, diakses pada Desember 2022, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190621/257/936246/industri-sepatu-diprediksi-tumbuh-5-persen-sneaker-mendominasi>
- Bank Central Asia (2023), *Biaya, Limit, dan Suku Bunga*, diakses pada Januari 2023, <https://www.bca.co.id/id/Individu/produk/simpanan/Tahapan>
- Cahyadi, Radika K. (2021), *Perhitungan Gaji Karyawan UMKM*, diakses pada Januari 2023, https://www.gadjian.com/blog/2021/12/17/cara-menghitung-gaji-karyawan-umkm/#Menentukan_gaji_karyawan_UMKM
- Departemen Komunikasi (2023), *BI 7-Day Reverse Repo Rate Tetap 5,75%: Sinergi Menjaga Stabilitas dan Mendorong Pertumbuhan*, diakses pada Februari 2023 https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/newsrelease/Pages/sp_253823.aspx#:~:text=Sementara%20itu%2C%20suku%20bunga%20kredit,bagi%20perbankan%20untuk%20menyalurkan%20kredit.
- Google Trends (2023), *Sepatu Sneakers*, diakses pada Maret 2023, <https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=Sepatu%20Sneakers>
- Jayani, Dwi Hadya (2022), *Harga Pangan dan Energi Naik, Bank Dunia Proyeksi Inflasi Indonesia Semakin Meroket*, diakses pada Februari 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/06/harga-pangan-dan-energi-naik-bank-dunia-proyeksi-inflasi-indonesia-semakin-meroket>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia (2021), *Penguatan Ekosistem Industri Alas Kaki Melalui Program Kemitraan BPIPI*, diakses pada Desember 2022, <https://kemperin.go.id/artikel/22842/Penguatan-Ekosistem-Industri-Alas-Kaki-Melalui-Program-Kemitraan-BPIPI>
- Kurniawan, Sigit (2021), *Beberapa alasan kenapa Anda harus berkunjung ke Urban Sneakers Society*, diakses pada Desember 2022, [https://elshinta.com/ekspos/441/beberapa-alasan-kenapa-anda-harus-berkunjung-ke-urban-sneakers-society%](https://elshinta.com/ekspos/441/beberapa-alasan-kenapa-anda-harus-berkunjung-ke-urban-sneakers-society%20)

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber; penulisan 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Kusnandar, Viva Budy (2022), *Ekonomi Indonesia Tumbuh 5,44% pada Kuartal II 2022*, diakses pada Desember 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/ekonomi-indonesia-tumbuh-544-pada-kuartal-ii-2022>

Kusnandar, Viva Budy (2022), *Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi RI sampai 2024 Versi Danareksa*, diakses pada Desember 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/12/proyeksi-pertumbuhan-ekonomi-ri-sampai-2024-versi-danareksa>

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

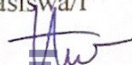
Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Theo Joshua Christian

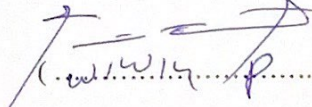
NIM : 72190091 Tanggal Sidang : 18 April 2023

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pendirian Usaha Sepatu Sneakers

Jakarta, 0 / Mei 2023

Mahasiswa/I

(Theo Joshua.....)

Pembimbing


(w.w.w.p.....)