



BAB III

ANALISIS PERUSAHAAN dan PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

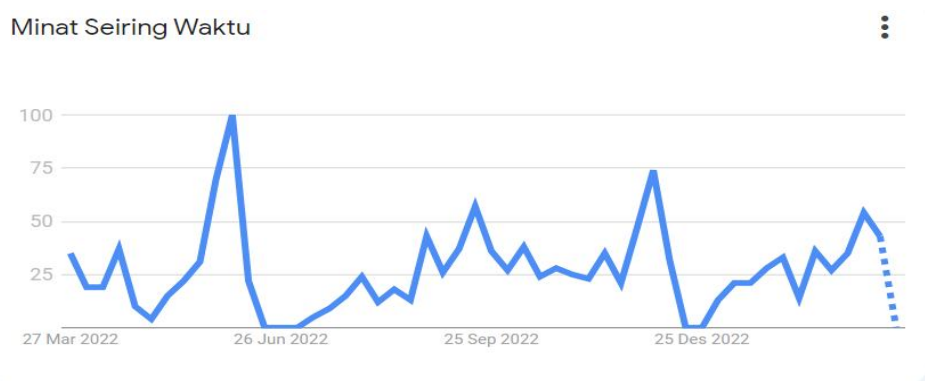
Dalam menjalankan analisis Industri memiliki potensi dan kekurangan yang mungkin dimiliki dalam menjalankan suatu usaha. Analisis pesaing memusatkan pada perusahaan lain dan mungkin mengambil pasar potensial yang dimiliki perusahaan.

Tujuan dari analisis industri dan pesaing diantaranya ingin menentukan posisi perusahaan dalam struktur pasar, analisis dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan dan kebutuhan masyarakat akan produk dan ditawarkan dengan cara melihat tren pertumbuhan produk dalam suatu periode waktu, berikut analisis google trend mengenai pertumbuhan kebutuhan alas kaki di Indonesia pada periode tahun

2022

Grafik 3.1

Kebutuhan Alas Kaki di Indonesia Tahun 2022



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.



Sumber: google trend



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Grafik 3.2

Statistik Trend Perkembangan Model Sepatu



Sumber: Google Tren

Dari data analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa angka kebutuhan alas kaki tinggi dan angka pertumbuhan model sepatu di Indonesia lebih tinggi walau terdapat kenaikan dan penurunan tetapi dapat disimpulkan kebutuhan akan alas kaki di Indonesia tinggi, dan diikuti dengan pertumbuhan akan model sepatu yang berubah akibat trend gaya penampilan dan *culture* baru.

Gambar 3.1

Salah Satu Produk Lokal Sepatu

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.



Aerostreet X Baterai ABC X Gibran Putih Emas X...

Detail Produk

Ulasan

Diskusi

Rel

Detail

Info Penting

Kickstyle store



Kondisi: Baru
 Berat Satuan: 1,3 kg
 Kategori: Sneakers Pria
 Etalase: Semua Etalase
 Ready Aerostreet X Baterai ABC X Gibran Putih emas x tahilalat x suncan
 Barang Baru/BNIB
 Barang 100% Original
 TIDAK ORIGINAL BARANG BISA DIKEMBALIKAN
 TERSEDIA UKURAN 36-46
 ...
[Lihat Selengkapnya](#)

Sumber: market place Tokopedia

Dilihat dari pertumbuhan dan minat masyarakat khususnya remaja yang sedang memasuki dunia dan generasi *millenials*, *marketplace* adalah tempat yang ideal dalam berbelanja karena dengan berbelanja lewat *marketplace* pembeli tidak perlu repot untuk membandingkan harga dan kualitas dengan berpindah lokasi toko seperti dengan cara konvensional, pembeli hanya perlu membuka satu aplikasi, dapat berselancar untuk memilih produk yang paling diminati, dan dapat memilih harga yang sesuai.

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah cara untuk melihat kemampuan usaha sejenis dalam memenangkan pasar dengan melihat dari segi ancaman, kesempatan, kemampuan pesaing, dan kelemahan pesaing.

Dalam persaingan bisnis selalu ada pesaing yang mengisi pasar dengan tujuan merebut hati pembeli, dengan menganalisis kemampuan serta cara pesaing maka langkah yang tepat dapat diambil untuk memenangkan persaingan.

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

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.



Usaha alas kaki adalah usaha yang banyak diminati oleh pengusaha mulai dari kelas kecil hingga pengusaha kelas besar tidak dipungkiri karena alas kaki adalah kebutuhan dasar manusia, tujuan utamanya adalah mengambil keuntungan dan memenangkan pasar, dengan majemuknya persaingan dalam usaha alas kaki menunjukkan bahwa di Indonesia permintaan akan alas kaki oleh masyarakat terbilang sangat tinggi.

Berikut adalah beberapa kompetitor dan pesaing dan Michael Shoes miliki diantaranya:

1. GP SHOES

Jenis produk	: alas kaki
Produk unggulan	: sepatu
Segment harga	: menengah kebawah
Jumlah outlet	: 4
Lokasi	:JL. Pitara No. 30, Depok

Kami berhasil melakukan analisis kepada GP Shoes, dan didapatkan dapat ditarik kesimpulan kelebihan dari GP Shoes di antara lain;

a. Popularitas

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.



Popularitas GP Shoes semakin meningkat dengan adanya penambahan cabang baru di Depok, dan keberhasilan dalam melakukan penjualan secara *online* dan menghasilkan rata-rata 1-2juta pendapatan dari online belum termasuk dari 4 cabang GP Shoes dan lain.

b. Harga Jual Produk

GP Shoes memiliki kekuatan terbesar dalam harga, dimana harga yang miring menjadi alasan masih banyak masyarakat mau berbelanja di toko GP Shoes, GP Shoes dapat menjual produk dengan harga miring karena jumlah pembelian produk dengan kuantitas besar dari distributor dan pabrik selain itu, modal pemilik dan tinggi dapat menentukan harga beli produk.

c. Strategi Marketing

Marketing secara offline dan melalui marketplace menjadi cara dan selalu dilakukan oleh GP Shoes, dan kedua cara ini dinilai ampuh dalam mengenalkan dan menarik calon konsumen untuk melakukan transaksi di GP Shoes.

Kelemahan GP Shoes di antara lain:

a. Kualitas produk

Dari banyaknya keunggulan dan dimiliki GP Shoes ada satu kelemahan dan sampai saat ini GP Shoes sulit untuk tanggulangi, yaitu kualitas produk dan tidak begitu baik karena produk dan dijual GP Shoes bukan produk baru tetapi produk lama



dan dijual murah ke GP Shoes, dengan modal dan murah maka harga dan ditawarkan dan dibawah harga pasar.

Setelah GP Shoes, pesaing kedua yang penulis amanati dalam melihat potensi pesaing adalah Lumintang Shoes yang menjadi pesaing potensial dengan jumlah penjualan *online shop* yang tinggi berkisar 10 sampai 20 pasang sepatu pada hari biasa, dan 20-50 pasang penjualan pada hari-hari tertentu dan tanggal ganda dimana banyak promo gratis ongkir.

2. Lumintang Shoes

Jenis produk : Alas kaki

Produk unggulan : Sepatu anak kecil bermerek

Segmentasi harga : Menengah

Jumlah outlet : 1

Lokasi : Jakarta Timur

Kekuatan Lumintungshoes antara lain:

a. Harga

Lumintang Shoes memiliki kekuatan dari harga jual produk yang lebih murah dari harga yang ditawarkan produk di toko aslinya, menjadi salah satu kekuatan yang



harus diperhatikan dalam melihat kekuatan pesaing harga dan tawarkan cukup murah berkisar 30% lebih rendah dari pada harga pada tag produk.

b Lini Produk

Bukan hanya lebih murah, lini produk dari Lumintung Shoes lebih bervariasi dan beragam mulai dari sepatu anak, sepatu dewasa, sandal, tas, hingga tas ditawarkan oleh Lumintung.

c Strategi Marketing

Strategi yang digunakan Lumintung Shoes menjadi salah satu paling kuat, dengan menjadi distributor produk Nevada, Connexion, Disney, St Yves, Diadora, Air Walk, dan sebagainya. Dengan menjadi distributor yang kuat karena permodalan pemilik tinggi, membuat harga yang ditawarkan lebih murah, selain itu shopee Lumintung Shoes sudah memiliki pengikut yang banyak dan penjualannya tinggi sehingga tanpa melakukan promosi atau iklan banyak yang mencari produk Lumintung Shoes.

Selain kekuatan, berikut kelemahan dari Lumintung shoes:

a Kelengkapan Jumlah Nomor dan Kurang

Walau menjadi distributor merek-merek besar tetap saja kelengkapan produk yang kurang menjadi kelemahan Lumintung Shoes, produk dan ditawarkan memiliki

harga dan murah tetapi jumlah dan kelengkapan barang tidak seri atau nomor dan ditawarkan tidak urut dari paling kecil sampai paling besar.

b Lamanya Respon Penjual

Dengan banyaknya penjualan baik *online* dan *offline* store, Lumintung tidak memiliki staf khusus yang bertujuan untuk melayani konsumen dan menjadi kekurangan dimana kurangnya pelayanan dalam menjawab ketersediaan produk karena pemilik harus membagi waktunya untuk berjualan di toko, *online* shop, dan berbelanja barang menjadikan pembagian waktu tidak efektif dan efisien. Berikut adalah penyajian keunggulan dan kelemahan pesaing dari Michael Shoes dan dapat dilihat pada Tabel 3.1



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



Tabel 3.1

Analisis Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<p>GP SHOES</p>	<p>1. Popularitas semakin meningkat dengan adanya penambahan cabang baru di Depok, dan keberhasilan dalam melakukan penjualan secara online.</p> <p>2. kekuatan terbesar dalam harga, dimana harga dan miring menjadi alasan masih banyak masyarakat dan mau berbelanja di toko GP Shoes, GP Shoes dapat menjual produk dengan harga miring karena jumlah pembelian produk dengan kuantitas dan besar dari distributor dan pabrik.</p> <p>3. Marketing secara offline dan melalui marketplace menjadi cara dan selalu dilakukan oleh GP Shoes, dan ampuh dalam menggaet hati pelanggan.</p>	<p>1. kualitas produk dan tidak begitu baik karena produk dan dijual GP Shoes bukan produk baru tetapi produk lama dan dijual murah ke GP Shoes</p>
<p>Lumintung Shoes</p>	<p>1. Harga jual produk dan lebih murah dari harga dan ditawarkan produk di toko aslinya.</p>	<p>1. Produk dan ditawarkan memiliki harga dan murah tetapi jumlah dan kelengkapan barang tidak seri atau nomor dan ditawarkan tidak urut</p>
	<p>2. Lini produk Lumintung Shoes dan bervariasi dan beragam mulai dari sepatu anak, sepatu dewasa, sandal, tas, hingga tas ditawarkan oleh Lumintung.</p>	<p>2. Kurangnya pelayanan dalam menjawab ketersediaan produk karena pemilik harus membagi waktunya untuk berjualan di toko, online shop, dan berbelanja barang menjadikan pembagian waktu tidak efektif dan efisien.</p>

Sumber: pengamatan penulis, 2023

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.



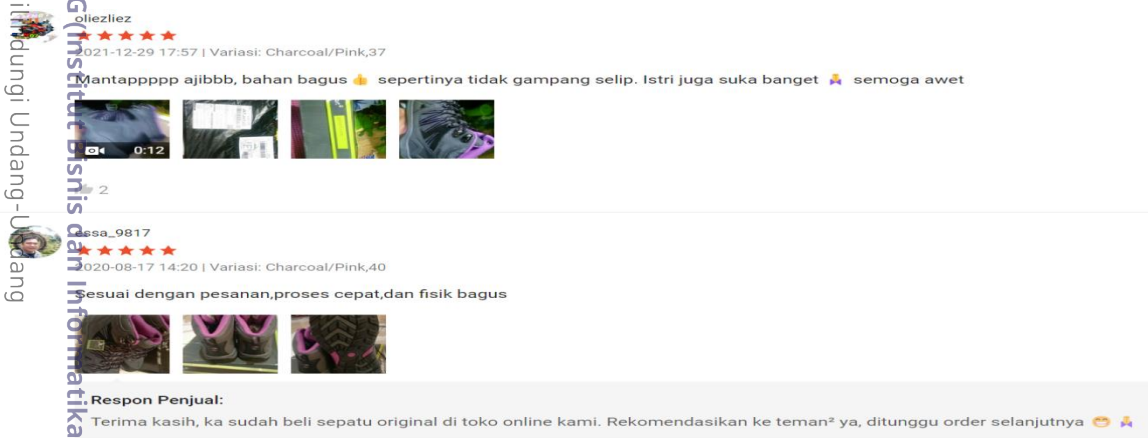
Penulis melakukan keunggulan dan kelemahan toko tersebut dengan melihat

langsung dan penilaian dari toko *online* shopee.

Gambar 3.2

Review positif konsumen GP Shoes

Penilaian yang baik dari konsumen kepada GP Shoes

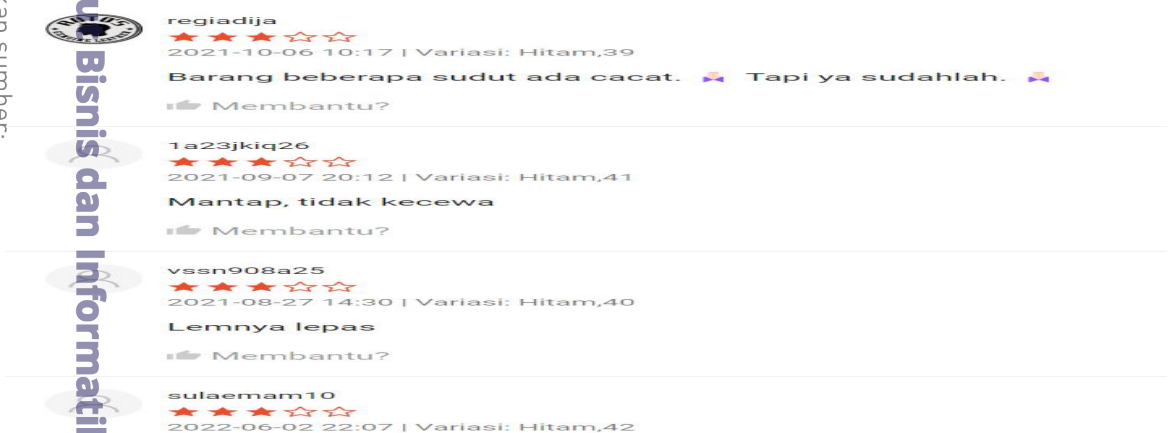


Sumber: shopee/GPSHOES

Gambar 3.3

Review negatif GP Shoes

Penilaian yang kurang baik dari konsumen terhadap GP Shoes



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



Sumber: shopee/GPSHOES

Gambar 3.4

Review positif Lumintang Shoes

Penilaian yang baik dari konsumen kepada Lumintang Shoes



Sumber: shopee/Lumintang Shoes

Gambar 3.5

Review negatif Lumintang Shoes

Penilaian yang kurang baik dari konsumen kepada Lumintang Shoes

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.



meyrisacisha
★★★★★
2023-03-25 17:54

Kualitas: kondisi berbulu parah bahkan ada kluar jahitannya



Membantu?



putri_pramesti98
★★★★★
2023-05-07 01:28

Membantu?



ajifaridah21
★★★★★
2023-04-27 12:57

Membantu?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Sumber: shoppe/Lumintung Shoes

C Analisis Pestel

Analisis pestel adalah analisis lingkungan makro dan memiliki dampak terhadap usaha yang sedang dijalankan, dengan analisis PESTEL diharapkan perusahaan dapat menemukan cara pandang baru mengenai lingkup makro. PESTEL itu sendiri merupakan singkatan dari politik, ekonomi, sosial, teknologi, environmental (lingkungan), dan legal (hukum). dan berikut adalah analisis PESTEL dari Michael Shoes.

1. *Politic (politik)*

Faktor dan terdiri dari luar kehendak pengusaha dan cenderung diatur oleh lembaga dan berwajib untuk memberikan keuntungan bagi semua pihak didalamnya, politik dijalankan oleh lembaga pemerintah seperti kebijakan moneter, kenaikan pajak dan subsidi.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno, mengapresiasi atas terselenggaranya

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.



event *sneaker* tahunan "Urban Sneaker Society (USS) 2021" dan menghadirkan berbagai brand lokal pilihan dan diharapkan mampu melakukan inovasi bagi pelaku usaha ekonomi kreatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Economy (Ekonomi)

Faktor ekonomi adalah faktor yang mendorong perubahan dari segi lingkungan ekonomi dimana Michael Shoes dapat bertahan dan berkembang contohnya dengan berkurangnya efek dari pandemi covid banyak aktivitas yang sudah kembali normal seperti sekolah, bekerja, dan rekreasi.

Gambar 3.6

Pertumbuhan ekonomi Indonesia 2022



Sumber: bi.go.id pertumbuhan ekonomi Indonesia 2022



Dari data dan telah diambil dari BI atau Bank Indonesia dapat ditarik kesimpulan bahwa ekonomi Indonesia mengalami kenaikan, dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi yang meningkat, lapangan usaha bertambah, dan pengeluaran dari rumah tangga dan konsumsi pemerintah mengalami peningkatan.

Ekonomi memiliki dampak jangka panjang yang baik untuk pertumbuhan dan kemajuan Michael shoes karena kebutuhan manusia akan alas kaki selalu meningkat seiring dengan pertumbuhan pendapatan daerah dan negara. sebelum pandemi terjadi, Indonesia menduduki posisi ke-4 sebagai produsen alas kaki di dunia setelah China, India, dan Vietnam. Selain itu, kita menjadi negara konsumen sepatu terbesar ke-4 dengan konsumsi 886 juta pasang alas kaki,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian Gati Wibawaningsih di Jakarta.

3. Social

Lingkungan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daerah (kawasan dan sebagainya) yang termasuk di dalamnya. Dalam lingkungan sosial banyak faktor yang mempengaruhi perubahan sosial diantaranya adalah norma, demografis, adat istiadat, dan nilai-nilai organisasi. Tren terbaru dan konten dan viral dapat menjadi sarana perubahan sosial di era digital seperti sekarang ini, dengan mengikuti tren yang sedang di gandrungi oleh masyarakat sekarang dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan nilai penjual.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKK (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.



Dalam era digital sekarang banyak perubahan tren dan sangat cepat berubah dan berganti, pengusaha dituntut untuk dapat melihat dan menangkap peluang dan ada dalam perkembangan sosial masyarakat, jika tertinggal maka akan merugikan bagi pengusaha yang ingin mengambil keuntungan dari *new wave marketing*.

Masa pasca pandemi semakin banyak *event* yang dilakukan oleh merek terkenal dan kumpulan *sneakers society*, seperti event “urban sneakers society 2022”(antaranews.com) dengan adanya event sepatu tahunan ini diharapkan dapat meningkatkan kembali minat konsumen dan memancing perhatian masyarakat agar mau memahami dan mengerti perkembangan industri alas kaki.

Maka dari itu Michael Shoes akan berusaha mengikuti perkembangan zaman dan memahami apa yang konsumen butuhkan, agar tidak tertinggal dengan perubahan dan pertumbuhan yang pesat dan semakin masif.

4. **Technology (Teknologi)**

Dengan kemajuan teknologi dan semakin berkembang memungkinkan kemajuan usaha lewat teknologi, dengan teknologi perkembangan usaha dapat ditingkatkan. Dalam jurnal yang diterbitkan binus university dikatakan, Dalam Industri 4.0, salah satu perkembangan teknologi yang dipakai dengan baik adalah inovasi yang dilakukan *brand* adidas, mereka membuat sepatu dari limbah sampah plastik dengan tujuan mengurangi jumlah sampah plastik di dunia. <https://tekno.tempo.co/read/819531/adidas-produksi-sepatu-dari-daur-ulang-sampah-plastik>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Insitut 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.



Salah satu perkembangan teknologi bagi tenaga pelaku bisnis adalah *apps* dan *online shop* dengan kemajuan teknologi yang semakin masif memungkinkan berjualan dimana saja, kapan saja, dan dengan siapa saja. Tanpa memiliki toko fisik penjual dapat menjual barang dagangannya di *online marketplace*, menjual barang tanpa memiliki barang dengan afiliasi, dan menjual secara langsung dari suatu tempat dengan *live streaming*.

Dengan banyaknya peluang dan ada penulis menggunakan kesempatan dan teknologi dan ada dengan cara memanfaatkan *online shop*, *live streaming*, dan website untuk menjangkau calon pelanggan dari berbagai daerah.

Bisnis dan penulis akan jalankan menggunakan kemajuan teknologi untuk keuntungan dan perkembangan bisnis karena tanpa adanya perkembangan teknologi bisnis akan tersingkirkan (Mochtar, 2019).

5) *Environment (Lingkungan)*

Lingkungan yang berpengaruh terhadap perubahan sekitar perusahaan yang memiliki banyak faktor yang mempengaruhi dan dipengaruhi disekitar tempat usaha diantaranya adalah rumah tangga, daerah tempat tinggal, lingkungan sekitar, dan toko retail dan mempengaruhi efektifitas probabilitas perusahaan.

Lokasi bisnis ini terdapat di tengah masyarakat dimana setiap masyarakat yang datang sebagai calon pembeli akan kami layani dengan baik, selain itu kami akan memberikan edukasi agar masyarakat tidak merasa tertipu saat membeli

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.



produk alas kaki. Lokasi dan strategis di tengah masyarakat dan di jalan besar menjadi alasan kuatnya bisnis ini kelak.

Selain menjalin hubungan dan baik dengan masyarakat sebagai calon pembeli kami dan menjalin hubungan baik dengan *supplier* dalam penyediaan barang, rumah produksi, pabrik dalam menyediakan produk dengan skala banyak, dan toko lain dalam melihat harga jual pesaing.

Legal (Hukum)

Legalitas usaha adalah salah satu faktor penting dalam membangun dan menjalankan usaha dengan adanya legalitas usaha, mudah untuk melakukan pinjaman ke bank, mudah melacak usaha, memiliki dasar hukum, dan menaati aturan dan ada. Untuk UMKM diperlukan beberapa persyaratan seperti SIUP, NIB, dan NPWP pemilik usaha.

Dengan lengkapnya legalitas dan diperlukan memudahkan pemantauan pemerintah dalam melakukan pemetaan dan melakukan edukasi bagi para pelaku usaha lama dan baru seperti usaha kami Michael Shoes akan sangat terbantu jika ada bantuan dan edukasi dari pemerintah baik daerah atau pusat.

D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter's Five Force Business Model)

Dalam menjalankan dan melakukan aktivitas berbisnis pasti memiliki pesaing, persaingan dalam berbisnis adalah hal dan pasti terjadi, hanya bagaimana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

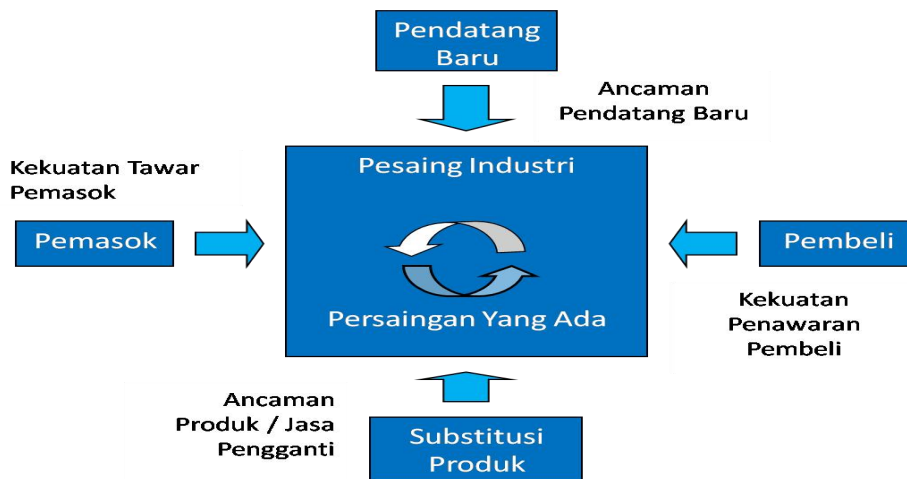
Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

seorang pengusaha menghadapi pesaing, dalam buku Michael Porter dalam buku (David, 2017:59), lima model kekuatan pesaing adalah pendekatan secara kompetitif dan digunakan untuk melakukan pengembangan strategi dalam berbagai industri. Dengan pendekatan dan ada, perusahaan diharapkan dapat melihat dan mengidentifikasi setiap aspek dan ada dalam elemen dan menjadi kunci dari setiap kekuatan dan berpengaruh dalam perusahaan. Berikut analisis Porter's Five Force Model usaha Michael shoes.

Gambar 3.7

Lima Kekuatan Persaingan Porter



Sumber: Porter dalam Fred R. David (2017:60), *Strategic Management*

Ancaman Dari Pesaing Baru Dalam Industri dan Sama

Dalam memasuki industri apalagi industri yang mudah diikuti dan tidak membutuhkan modal dan skill yang tinggi dalam menjalankan usaha pasti



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.



menjadi angin segar bagi pelaku bisnis baru yang ingin masuk ke dunia bisnis dan pelaku bisnis lama yang ingin mengembangkan sayap bisnisnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Usaha alas kaki adalah salah satu usaha yang banyak diminati karena secara sederhana alas kaki sudah menjadi kebutuhan primer atau kebutuhan utama manusia, di tambah dengan mudahnya mencari produk dari supplier, mudahnya menjualnya karena dimana ada populasi manusia disitu dibutuhkan sepatu, disisi lain alasan banyaknya pesaing baru dan masuk, dikarenakan modal tidak begitu tinggi, mudah mencari konsumen, dan tenaga kerja ahli tidak terlalu dibutuhkan dalam menjalankan usaha ini. Dari situlah perlu diwaspadai ancaman dari pesaing baru.

2. Kekuatan Daya Tawar Pembeli

Usaha alas kaki adalah usaha dan mudah dilakukan dan produk alas kaki tersedia dimana saja, mulai dari pasar tradisional, toko konvensional, mall, hingga marketplace. Menjadikan produk sepatu mudah ditemui dan banyak tersedia, ini menjadikan kekuatan daya tawar konsumen tinggi, dengan mudahnya konsumen melakukan penawaran, dan berpindah mencari produk terbaik dengan harga terendah bagi mereka.

Maka dari itu Michael shoes memiliki cara tersendiri untuk menarik minat calon pembeli dengan cara melakukan promosi, memberikan hadiah setiap pembelian, selalu melakukan kontak dan ramah dengan calon pembeli, dan memberikan harga lebih murah dari harga dan ditawarkan oleh pesaing.

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. Ancaman Dari Produk substitusi

Produk substitusi adalah produk dan memiliki peran serupa dengan produk dan ditawarkan utama, penggantian peran ini dapat terjadi karena banyak faktor diantaranya produk dan sulit didapatkan, kenaikan harga dan sangat tinggi, perubahan permintaan, adanya produk baru dan lebih baik dan menarik.

Dalam usaha alaskaki ini produk substitusi dapat dikatakan sedikit dan tidak terlalu berpengaruh, alas kaki sudah dipakai sejak zaman Yunani kuno untuk melindungi kaki mereka dari benturan serta serpihan benda tajam. Walau begitu banyak inovasi produk terbaru dan mungkin menggantikan kebutuhan alas kaki saat ini, maka sebagai pengusaha penulis harus dapat melihat peluang dan melihat inovasi dan ada sehingga tidak tertinggal dengan perkembangan zaman.

4. Kekuatan Daya Tawar Pemasok

Dalam melakukan bisnis retail pemasok adalah salah satu kunci kesuksesan menjalankan bisnis, tanpa adanya kerjasama dan baik dengan pemasok ketersediaan barang akan terganggu dan mengakibatkan keuntungan berkurang.

Daya tawar pemasok dalam bisnis alas kaki sangatlah penting, hubungan dan baik dengan pemasok harus selalu terjaga karena dengan adanya hubungan dan baik dengan pemasok, ketersediaan barang akan selalu tercukupi, daya tawar pemasok dalam industri ini sangatlah tinggi mengingat dengan perkembangan teknologi dan era globalisasi pemasok bukan dari dalam dalam negeri saja tetapi dan hadir dari luar negeri.

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.



Dengan daya tawar pemasok dan tidak terlalu tinggi dan bervariasi memudahkan pengusaha untuk memilih pemasok yang memiliki harga terbaik dan kualitas unggul, baik dari dalam negeri atau luar negeri, baik dari pabrik atau rumah produksi.

5. Persaingan Antar Perusahaan dan Bersaing Dalam Industri Sejenis

Usaha retail alas kaki bukanlah usaha dan membutuhkan modal dan terlalu tinggi, dan keahlian dan dalam, semua pengusaha memiliki kesempatan dan peluang dan sama dalam menjalankan usaha ini, hanya bagaimana cara pengusaha melihat peluang yang dapat menjadi jembatan menuju kesuksesan.

Dengan banyaknya pesaing baru yang bermunculan dan pesaing lama yang telah memiliki nama dan pasar sendiri menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis alas kaki karena dengan banyaknya persaingan maka pembagian pasar akan sedikit, tetapi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju pembagian pasar tidak hanya di sekitar toko tetapi pembagian pasar dapat berskala nasional hingga internasional dengan memanfaatkan teknologi di era globalisasi ini, salah satu pemanfaatan dan dilakukan Michael Shoes dengan cara membuka toko *online* di marketplace shopee.

E. Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile matrix/ CPM*)

Competitive Profile Matrix atau CPM menurut Fred R. David dan Forest David (2017:236) adalah mengidentifikasi pesaing utama perusahaan,

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.



kekuatan, dan kelemahan khususnya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan sampel.

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

Critical Success Factors

Faktor penentu keberhasilan atau CSF adalah penting untuk dilakukan jika suatu perusahaan atau organisasi ingin berhasil pada industri tertentu. Pada setiap perusahaan tentu saja memiliki kelebihan dan kekurangannya dalam internal maupun lingkungan eksternalnya. Pada perusahaan dan memiliki rating dan tinggi, maka strategi dan diterapkannya sudah dilaksanakan dengan baik dan berlaku sebaliknya. Faktor kunci sukses sebuah bisnis tersebut diperoleh melalui survei dan disebar oleh penulis kepada masyarakat dengan berbagai macam pekerjaan dan berkisar dengan rentan usia 17 sampai 45 tahun.

Rating (peringkat)

Peringkat pada Competitive Profile Matrix (CPM) menunjukkan respon perusahaan terhadap critical success factor dari suatu bisnis, semakin tinggi peringkat maka semakin baik respon perusahaan terhadap critical success factor, begitu pula sebaliknya peringkat dan rendah menunjukkan respon dan buruk. Skor berkisar dari 1.0 – 4.0 point dan berbagai faktor dapat diterapkan oleh pengusaha. Setiap perusahaan dapat diberikan peringkat dan sama untuk faktor dan sama.

Point penting terkait dengan rating di CPM:

- 1) Rating diberikan untuk setiap faktor dan ada dalam suatu perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



- 2) Kelemahan utama sebuah perusahaan ditempati oleh rating 1.0.
- 3) Kelemahan dan tidak begitu fatal bagi pemilik ditempati oleh rating 2.0.

Nilai rata-rata sebuah perusahaan ditempati oleh rating 3.0.

- 4) kelebihan sebuah perusahaan atas pesaingnya ditempati oleh rating 4.0 dan menunjukkan adanya kelebihan dari perusahaan.

Weight (Bobot)

Faktor penentu keberhasilan harus diberi bobot untuk memperlihatkan tingkat kepentingan faktor tersebut terhadap keberhasilan suatu faktor di dalam industri tersebut. Bobot 0,0 dan berarti bahwa faktor tersebut kurang penting hingga 4,0 dan berarti faktor tersebut sangat penting. Nantinya jumlah dari semua faktor dan ada harus sama dengan 1. Jika nantinya total perhitungan dan diperoleh tidak menunjukkan 1,0 berarti ada suatu kesalahan dalam meletakkan bobot di suatu faktor dan ada.

Total Weight score

Hasil akumulasi dari data dan telah dikumpulkan dan hasil masing masing dikumpulkan dikalikan dengan bobot peringkat, berdasarkan hasil survey kuesioner maka diperoleh tabel hasil analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*) dari Michael Shoes sebagai berikut:



Berdasarkan pengamatan faktor-faktor kunci sukses dalam menjalankan bisnis, maka dapat diperoleh hasil analisis CPM(*Competitive Profile Matrix*) dari Michael Shoes adalah:

Tabel 3.2
Critical Profile Matriks

No	Faktor Kesuksesan	Bobot	Michael shoes		Lumintung		Gp Shoes	
			Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
1	Kualitas produk	0,27	4	1,08	3	0,81	3	0,81
2	pelayanan	0,18	4	0,71	2	0,36	3	0,53
3	Harga produk	0,15	3	0,45	2	0,30	3	0,45
4	variasi produk	0,11	2	0,23	4	0,46	4	0,46
5	kemasan	0,11	2	0,23	3	0,34	4	0,46
6	lokasi strategis	0,09	3	0,28	4	0,37	3	0,28
7	citra merek	0,08	2	0,16	4	0,32	3	0,24
	Total	1,00		3,14		2,96		3,23

Sumber: Michael Shoes

Keterangan dan bisa penulis berikan sebagai berikut:

- a. *Weight* atau bobot menjadi salah satu faktor kesuksesan bisnis bisnis
- b. Total bobot adalah satu.
- c. *Rating* atau peringkat terbagi menjadi angka dan menjelaskan 4= (kekuatan), 3= (normal), 2= (kelemahan), 1= (kelemahan terbesar).
- d. Total adalah hasil
- e. dari kumulasi dari *rating* dan *score*.



Berdasarkan tabel 3.2 diatas dapat disimpulkan bahwa Gp Shoes memimpin dengan total 3,23 dimana kekuatan terbesar dan pesaing terberat adalah Goshoes, dibandingkan dengan Lumintung dengan total 2,96 dan menjadikan Lumintung pesaing dan tidak terlalu berat tetapi tetap harus di perhatikan, Michael Shoes mendapat total 3,14 dimana angka yang di dapat berada di tengah persaingan kompetitor sejenis, adapun faktor-faktor dan mempengaruhi total diantaranya:

Kualitas Produk

Kualitas produk dalam usaha ini kualitas produk haruslah terjamin kualitas dan mutunya agar konsumen dan membeli tidak merasa kecewa dan ditipu oleh produk yang kami tawarkan dan mereka beli.

Pelayanan

Pelayanan dalam melakukan usaha sangatlah penting, terlebih produk yang dijual di toko Michael Shoes adalah produk yang secara langsung dipakai oleh konsumen dan menentukan kenyamanan dan menunjang aktivitas mereka, maka dari itu pelayanan yang baik dari semua bagian dalam Michael Shoes sangat dibutuhkan.

Harga Produk

Harga menjadi salah satu penentu dalam pembelian produk, jika harga yang ditawarkan lebih rendah dari pesaing dan memiliki keunggulan lain maka konsumen akan datang dan berbelanja di Michael shoes.



4.

Variasi produk

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam menjalankan usaha keunggulan bersaing Michael Shoes adalah variasi produk dan lengkap, semua kebutuhan alaskaki disediakan mulai dari alas kaki aktivitas ringan, aktivitas berat, sekolah, bekerja, higgs aktivitas *outdoor*. Menjadikan Michael Shoes *one stop shopping* untuk kebutuhan alas kaki.

Kemasan

Selain dari variasi dan lengkap, kemasan haruslah baik dan mudah untuk dibawa kemana, dengan kemasan dan baik maka produk didalamnya akan terjaga dari kerusakan dan potensi dan tidak diinginkan lainnya. Kemasan dan menarik dan dapat membuat orang ingin melihat dan memiliki kemasan tersebut.

6.

Lokasi Strategis

Michael Shoes mendirikan usaha di tengah pemukiman padat penduduk di antara kota Depok dan daerah Citayam dimana dengan banyaknya jumlah penduduk baik dari anak balita, pelajar, ibu rumah tangga, hingga pekerja menjadikan lokasi di daerah Pondok Terong sangat menguntungkan dan strategis untuk perkembangan usaha dan kelanjutan usaha jangka panjang.

7.

Citra Merek

Citra merek adalah sesuatu dan penting dalam menjalankan produk, bagaimana cara masyarakat atau konsumen menilai nama dan nilai merek dagang.

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.



Jika memiliki citra dan baik di masyarakat maka peluang untuk memenangkan pasar tinggi.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT analisis)

Analisis dan didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan meminimalisir kelemahan dan ancaman. Faktor internal adalah faktor dan berasal dari dalam terdiri dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). sementara faktor eksternal adalah faktor dan berasal dari luar terdiri dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*).

a. *Strengths* (Kekuatan)

1. Variasi jenis desain produk dan bervariasi
2. Memberikan pelayanan dan baik kepada setiap konsumen secara responsif.
3. Harga dan ditawarkan berada dibawah pesaing.
4. Memiliki produk dan unggul dan harga terjangkau.

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

1. Belum memiliki *brand image* dan terkenal di kalangan masyarakat.
2. Kemasan produk yang kurang menarik.
3. Produk dan terbatas dan tidak dapat diperkirakan kapan produk tersedia.



b. **Opportunities (Peluang)**



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Tren industri alas kaki dan semakin ramai dan beragam.
2. Semakin meningkatnya teknologi dan informasi dan dapat meningkatkan citra merek.
3. Permintaan akan alas kaki dan semakin meningkat seiring bertambahnya populasi..

d. **Threats (Ancaman)**

1. Pendatang baru dan memasuki dunia alas kaki baik dari luar dan dalam negeri.
2. Cepatnya perkembangan teknologi dan memungkinkan perubahan kebiasaan dan keinginan masyarakat.
3. Selera konsumen dan berubah-ubah karena dorongan dari lingkungan dan media sosial.

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:255), matriks SWOT adalah alat dan digunakan untuk membantu mengembangkan empat jenis strategi dan dapat digunakan untuk mengetahui strategi SO (Kekuatan – Peluang), strategi WO (Kelemahan – Peluang), strategi ST (Kekuatan – Ancaman), dan strategi WO (Kelemahan - 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



TABEL 3.3

MATRIX SWOT

matrix swot	Strenght (kekuatan)	Weakness(kelemahan)
Hak Cipta (kekuatan)	1. Variasi jenis desain produk dan bervariasi	1. Belum memiliki <i>brand image</i> dan terkenal di
	2. Memberikan pelayanan dan baik kepada setiap konsumen secara responsif.	2. kemasan produk yang kurang menarik.
	3. Harga dan ditawarkan berada dibawah pesaing	3. Produk dan terbatas dan tidak dapat diperkirakan
	4. Memiliki produk yang unggul dan memiliki harga	
Opportunity (peluang)	S-O Strategis	W-O Strategis
1. Tren industri alas kaki dan semakin ramai dan beragam.	1. Memanfaatkan tren industri dengan produk yang bervariasi dan beragam (S1,O1,O2)	1. Tren industri yang semakin berkembang tetapi belum memiliki <i>brand image</i> (W1,O1,O2)
2. Semakin meningkatnya teknologi dan informasi dan dapat meningkatkan citra merek.	2. Memberikan pelayanan yang baik untuk meningkatkan citra merek seiring berkembangnya	2. Kemasan produk yang kurang menarik disaat keunginan masyarakat beragam (S2,O1,O3)
3. Permintaan akan alas kaki dan semakin meningkat seiring bertambahnya populasi.	3. Dengan populasi yang bertambah harga yang ditawarkan lebih terjangkau dari pada pesaing	3. Produk dan terbatas dan tidak dapat diperkirakan kapan produk tersedia sementara permintaan
Threat (ancaman)	S-T Strategis	W-T Strategis
1. Pendetang baru dan memasuki dunia alas kaki baik dari luar dan dalam negeri.	1. Variasi produk yang bervariasi dalam menghadapi ancaman pendatang baru (S1,S2,T2,T3)	1. pendatang baru yang mesuki industri alas kaki dengan keunggulan masing-masing (W1,T1,T3)
2. Cepatnya perkembangan teknologi dan memungkinkan	2. Produk yang unggul dan harga terjangkau di saat	2. kemasan produk yang kurang menarik mengurasi
3. Selera konsumen dan berubah-ubah karena dorongan dari		

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel tersebut membahas tentang matrik SWOT dari Michael shoes strategi dan dapat digunakan dalam menjalankan usaha ini adalah strategi agresif. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan dalam kaitannya jangka panjang, program lanjutan, dan alokasi sumber dana (hamel dan Prahalad, 2002). strategi agresif adalah strategi dan mencakup cara melakukan penetrasi pasar, pengembangan di pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi. Dibawah ini adalah penjabaran tentang strategi agresif Michael Shoes, yaitu:

1. Strategi S-0

© Hak cipta milik IBI Kie (Insititut 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.



(1) Memanfaatkan tren industri dengan produk yang bervariasi dan beragam

(S1,O1,O2)

(2) Memberikan pelayanan yang baik untuk meningkatkan citra merek seiring berkembangnya teknologi (S2,O2)

(3) Dengan populasi yang bertambah harga yang ditawarkan lebih terjangkau dari pada pesaing (S3,S4,O3)

2. Strategi W-O

(1) Tren industri yang semakin berkembang tetapi belum memiliki brand image

(W1,O1,O2)

(2) Kemasan produk yang kurang menarik disaat keunginan masyarakat beragam

(S2,O1,O3)

(3) Produk dan terbatas dan tidak dapat diperkirakan kapan produk tersedia sementara permintaan masyarakat tinggi (S3,O1,O3)

3. Strategi S-T

(1) Variasi produk yang bervariasi dalam menghadapi ancaman pendatang baru

(S1,S2,T2,T2,T3)

(2) Produk yang unggul dan harga terjangkau di saat teknologi bertumbuh

(S3,S4,T2,T3)



4. Strategi W-T

- (C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- (1) Pendetang baru yang mesuki industri alas kaki dengan keunggulan masing-masing (W1,T1,T3)
 - (2) Kemasan produk yang kurang menarik mengurasi selera konsumen (W2,T2,T3)

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