

PRAKTIK BISNIS SEPATU PINK SHOES

TESIS S-2

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN



Diajukan Oleh:

ANGGI HERMAWAN

18911025

**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

PRAKTIK BISNIS SEPATU PINK SHOES

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata-2 di Prodi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Diajukan Oleh:

ANGGI HERMAWAN

18911025

**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam praktek bisnis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 6 Agustus 2022

Penulis



Anggi Hermawan

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : **ANGGI HERMAWAN**
No. Mahasiswa : 18911025
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Dosen Pembimbing : Dr. Zaenal Arifin, M.Si.

Judul Tugas Akhir

PRAKTIK BISNIS SEPATU PINK SHOES

Yogyakarta, _____

Dosen Penguji I



Dr. Zaenal Arifin, M.Si.

Dosen Penguji II



Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D

Dosen Penguji III



Nur Annisa Rahmawati, ST., MM



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uui.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN
TUGAS AKHIR PRAKTIK BISNIS**

Pada hari Selasa tanggal 6 Agustus 2022, Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah menyelenggarakan ujian tugas akhir yang disusun oleh :

Nama Mahasiswa : **ANGGI HERMAWAN**
No. Mahasiswa : 18911025
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Dosen Pembimbing : Dr. Zaenal Arifin, M.Si.
Judul Tugas Akhir :

PRAKTIK BISNIS SEPATU PINK SHOES

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji Ujian Tugas Akhir, maka tugas akhir tersebut dinyatakan :

	Lulus Tanpa Revisi
V	Lulus Dengan Revisi
	Tidak Lulus (Wajib Mengulang)
Dengan Nilai : A-	

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Manajemen,



Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D

Catatan:

Tugas akhir yang dinyatakan Lulus dengan Revisi, maka waktu revisi maksimum selama 2 (dua) minggu sejak diterimanya Berita Acara ini. Apabila tidak selesai, maka kelulusan dan tugas akhir tersebut dinyatakan gugur.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya. Shalawat serta salam tidak lupa pula kita sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Atas berkah, rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT, penulis telah diberikan kelancaran, kemudahan dan kenikmatan dalam membuat, menulis dan menganalisa penulisan karya ilmiah ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat dan Karunia-Nya serta selalu memberikan kesehatan, perlindungan dan kemudahan-kemudahan dalam setiap pekerjaan sehingga dapat menyelesaikan tugas skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan dan panutan bagi seluruh insan.
3. Ayahanda Joko Aji Suhadiman dan Ibunda Sulimah orangtua terkasih dan tersayang yang telah tiada lelah merawat, tiada bosan mendidik, tiada henti-hentinya mencurahkan kasih sayang dan senantiasa menguntai doa panjang, memberikan kepercayaan, kesabaran dan pengertian yang luar biasa kepada peneliti. Hanya kata maaf yang sebesar-besarnya atas segala salah dan terimakasih yang tiada terhingga yang dapat peneliti haturkan untuk semua doa, pengorbanan dan cinta yang diberikan.

4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah memimpin dan menjadi suri tauladan bagi kami sehingga penulis tesis ini dapat diselesaikan dengan lancar.
5. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Anjar Priyono, SE., Msi., Ph.D selaku Kepala Prodi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Dr. Zaenal Arifin, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tesis yang sudah memberikan ilmu dan waktunya kepada penulis, sehingga penulis dapat memahami ilmu hukum administrasi negara. Semoga ilmu yang telah diberikan kepada penulis bermanfaat dimasa yang akan datang.
8. Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D & Nur Annisa Rahmawati, ST., MM selaku dosen penguji dalam tesis ini yang telah banyak memberikan bantuan berupa masukan serta solusi sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
9. Semua Dosen yang telah memberikan ilmunya dan mengajar saya di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
10. Adinda teman spesial Parahita yang telah sabar memberikan support selama ini sehingga tesis ini dapat selesai
11. Sahabat-sahabatku di MM UII, terutama Papang dan Indri yang telah memberikan banyak motivasi dan pengalaman yang tidak terlupakan
12. Seluruh teman-teman Wisma Awul-Awul MG2/1652 yang telah mengajarkan organisasi, rasa persaudaraan, memberikan banyak cerita dalam kehidupan

13. Semua teman-teman Veteran UII Hukum 08 yang selalu meramaikan dan memberikan keceriaan, selalu ada untuk menghibur baik suka maupun duka
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Semoga atas segala bantuan yang diberikan, akan mendapat balasan dari Allah SWT. Dengan bantuan pihak-pihak tersebut akhirnya karya tulis ini dapat terselesaikan. Meskipun penulis telah mengerahkan segala kemampuannya, namun penulis merasa tesis ini masih banyak kekurangan dan masih jauh darisempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan banyak masukan dan kritikan yang membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Besar harapan, semoga tulisan ini dapat diterima sesuai dengan syarat yang ditetapkan oleh pihak Universitas sebagai sarana penunjang dalam memperoleh gelar pascasarjana (S-2) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika, serta memberikan sedikit sumbangan pengetahuan pada khazanah ilmu pengetahuan pada umumnya.

Amin ya Robbal Alamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 5 Februari 2022

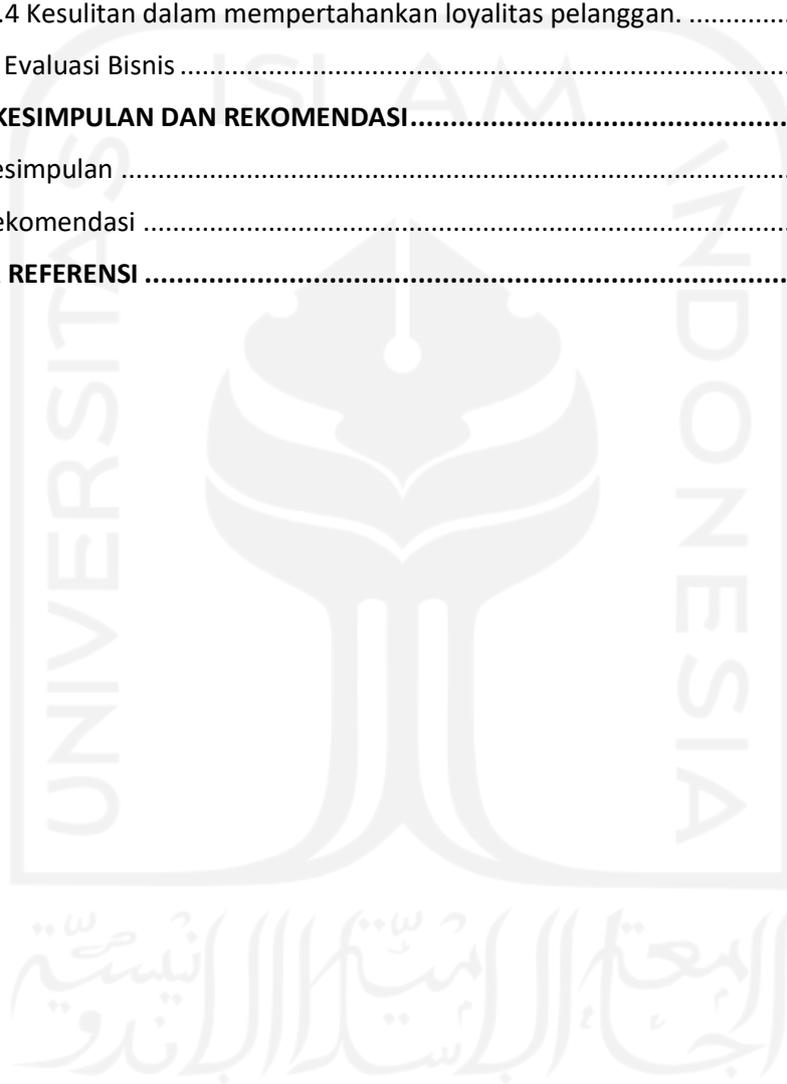
Penulis,

Anggi Hermawan

DAFTAR ISI

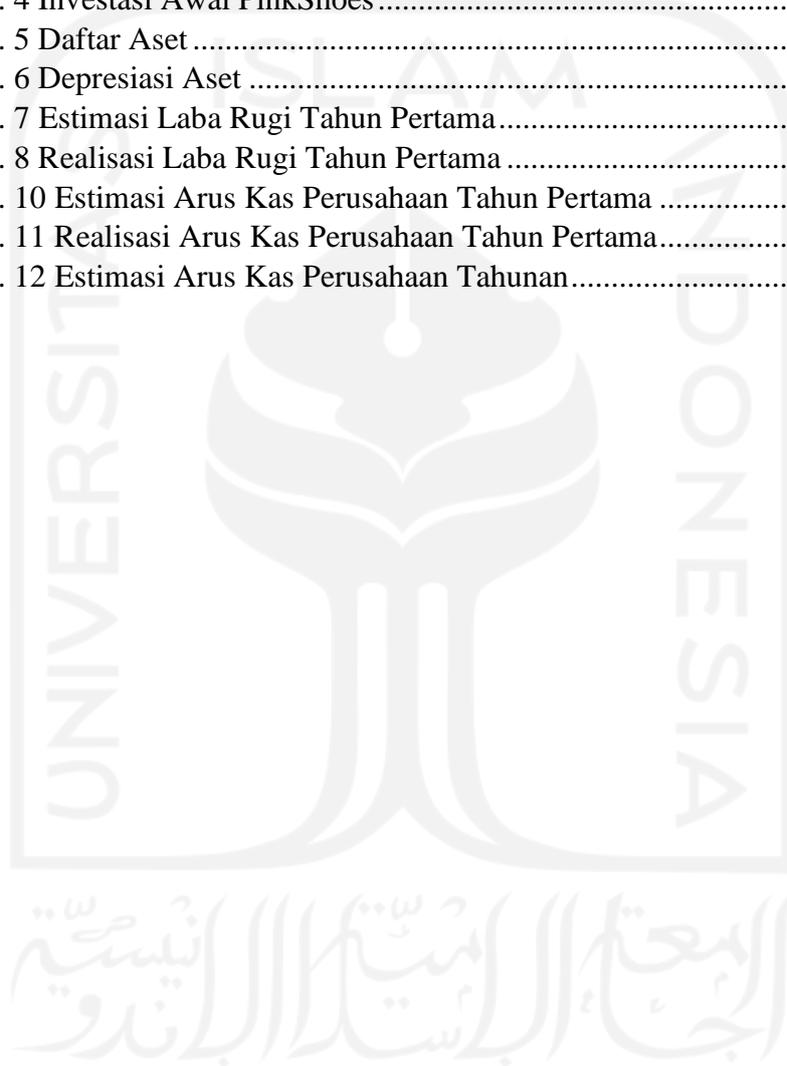
PRAKTIK BISNIS SEPATU PINK SHOES	i
PRAKTIK BISNIS SEPATU PINK SHOES	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISMEBERITA ACARA UJIAN.....	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
EXECUTIVE SUMMARY	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1 LATAR BELAKANG	14
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Laporan Tugas Akhir	15
1.4 Manfaat Laporan Tugas Akhir.....	15
BAB II LAPORAN UMUM PELAKSANAAN BISNIS.....	17
2.1 Profil Bisnis	17
2.1.1 Sejarah Perusahaan	17
2.1.2 Arti logo dan tagline	18
2.1.3 Visi dan Misi.....	20
2.1.4 Struktur Hukum dan Organisasi.....	20
2.2 Pelaksanaan Bisnis	21
2.2.1 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia/Organisasi	21
2.2.2 Aspek Operasional	24
2.4.4 Realisasi Gambaran Umum Operasional pada Pink Shoes.....	29
2.4.5 Realisasi Standar Operasional Perusahaan (SOP) Pink Shoes pada era Pandemic Covid-19.....	32
2.2.3 Aspek Pasar.....	32
2.4.6 Realisasi Rencana Pemasaran Pink Shoes	34
2.2.4 Aspek Keuangan	40
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	47

3.1 Identifikasi Masalah.....	47
3.2 Pemecahan Masalah.....	48
3.2.1 Program edukasi mengenai sepatu original kurang berhasil	48
3.2.2 Modal yang terbatas untuk pengembangan produk dan promosi	49
3.2.3 Permintaan konsumen yang selalu berbeda dan berubah-ubah	50
3.2.4 Kesulitan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.	51
3.3 Evaluasi Bisnis	52
BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	54
4.1 Kesimpulan	54
4.2 Rekomendasi	56
DAFTAR REFERENSI	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Struktur Organisasi	22
Tabel 2. 2 Riwayat Kerja Pegawai Pink Shoes	22
Tabel 2. 3 Job Description	24
Tabel 2. 4 Investasi Awal PinkShoes	41
Tabel 2. 5 Daftar Aset	41
Tabel 2. 6 Depresiasi Aset	41
Tabel 2. 7 Estimasi Laba Rugi Tahun Pertama	42
Tabel 2. 8 Realisasi Laba Rugi Tahun Pertama	43
Tabel 2. 10 Estimasi Arus Kas Perusahaan Tahun Pertama	44
Tabel 2. 11 Realisasi Arus Kas Perusahaan Tahun Pertama	45
Tabel 2. 12 Estimasi Arus Kas Perusahaan Tahunan	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Awal Pink Shoes	18
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi.....	21
Gambar 2. 7 Model dan Jenis Sepatu Pink Shioes	26
Gambar 2. 8 Bentuk Store Pink Shoes dalam Distro Gimmeback.....	27
Gambar 2. 5 Distro Gimmeback sebagai lokasi usaha Pink Shoes.....	27
Gambar 2. 6 Distro Gimmeback sebagai lokasi usaha Pink Shoes.....	28
Gambar 2. 9 Testimoni cash on delivery pembeli Pink Shoes.....	30
Gambar 2. 10 Gudang sekaligus tempat jual-beli sepatu second dai Pink Shoes .	31
Gambar 2. 11 Testimoni konsumen Pink Shoes	35
Gambar 2. 12 Akun instagram Pink Shoes	35
Gambar 2. 13 Pemasangan banner discount pada Outlet Pink Shoes	36
Gambar 2. 14 Testimoni Konsumen dengan sistem Cash on Delivery	37
Gambar 2. 15 Testimoni Konsumen Sepatu Second Pink Shoes.....	38
Gambar 2. 16 Proses transaksi pembelian Pink Shoes.....	38
Gambar 3. 17 Kartu Loyalitas Pelanggan	51



EXECUTIVE SUMMARY

Sepatu merupakan salah satu kebutuhan penting untuk semua kalangan usia yang di mana dengan menggunakan sepatu dapat secara langsung menunjang performa penampilan kita. Keputusan pembelian termasuk di antaranya adalah fashion. Saat ini, perubahan gaya hidup masyarakat dipengaruhi oleh fashion dan hal ini yang membuat pergerakan industri dalam bidang fashion menjadi lebih konsumtif. Dalam dunia fashion, perubahan demi perubahan style terjadi terus menerus contohnya seperti model sepatu. Model sepatu sneakers yang dulunya amat populer dikalangan remaja pada tahun 2018, namun seiring pergantian tahun, banyak model sepatu yang kemungkinan akan menjadi trend tahun baru seperti salah satunya adalah sepatu Nike yang memiliki banyak model dan jenisnya masing-masing. Membuka sebuah toko sepatu original dengan harga lebih murah dari pada store resmi tentunya menjadi sebuah peluang usaha yang menjanjikan. Kota Kebumen sebagai salah satu tempat yang memiliki peluang yang besar untuk membangun bisnis sepatu import dikarenakan untuk toko sepatu yang menjual sepatu import dengan merek yang berkualitas masih terbilang jarang dan belum banyak ditemukan.

Dari praktik yang sudah dijalankan bisnis sepatu Pink Shoes, mengalami perubahan dalam strategi. Hal ini disebabkan oleh dampak pandemi Covid 19. Sehingga hal ini juga berdampak pada estimasi laporan keuangan. Karena perubahan yang dijalankan menyesuaikan keadaan dan strategi yang tepat sehingga tidak sampai mengalami kerugian yang signifikan. Untuk kedepannya diharapkan PinkShoes dapat melakukan ekspansi untuk mendapatkan manfaat yang lebih besar lagi.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sepatu merupakan salah satu kebutuhan penting untuk semua kalangan usia yang di mana dengan menggunakan sepatu dapat secara langsung menunjang performa penampilan kita. Berdasarkan data yang diperoleh, menurut Ketua Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo), sepatu olahraga merek asing masih menguasai sekitar 70% pangsa pasar di dalam negeri (Novianti, 2011).

Banyaknya pertimbangan akan model dan merek sepatu dapat menyebabkan pertimbangan keputusan pembelian termasuk di antaranya adalah fashion. Saat ini, perubahan gaya hidup masyarakat dipengaruhi oleh fashion dan hal ini yang membuat pergerakan industri dalam bidang fashion menjadi lebih konsumtif.

Dalam dunia fashion, perubahan demi perubahan style terjadi terus menerus contohnya seperti model sepatu. Model sepatu sneakers yang dulunya amat populer dikalangan remaja pada tahun 2018, namun seiring pergantian tahun, banyak model sepatu yang kemungkinan akan menjadi trend tahun baru seperti salah satunya adalah sepatu Nike yang memiliki banyak model dan jenisnya masing-masing.

Banyaknya produk sepatu impor yang terus memasuki pasar dalam negeri menyebabkan persaingan dalam industri sepatu semakin kompetitif. Tentunya dalam hal ini menyebabkan harga sepatu yang ada juga kian beragam sesuai dengan jenis dan modelnya masing-masing.

Membuka sebuah toko sepatu original dengan harga lebih murah dari pada store resmi tentunya menjadi sebuah peluang usaha yang menjanjikan.

Kota Kebumen sebagai salah satu tempat yang memiliki peluang yang besar untuk membangun bisnis sepatu import dikarenakan untuk toko sepatu yang menjual sepatu import dengan merek yang berkualitas masih terbilang jarang dan belum banyak ditemukan. Namun dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada meskipun usaha sejenis di lokasi setempat terbilang jarang, namun tetap harus

dilakukan strategi pemasaran yang baik agar tepat menyasar target pasar yang ada yaitu para pelajar dan mahasiswa sekitar.

PinkShoes sendiri juga tidak serta merta hanya menjual produk sepatu tetapi juga mencoba mengedukasi para calon pembeli khususnya masyarakat Kebumen agar tahu bahwa produk original itu lebih awet, nyaman digunakan dan pastinya lebih tahan lama jika dibandingkan dengan produk sepatu palsu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dilakukan rumusan pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja dari bisnis PinkShoes yang telah dijalankan?
2. Bagaimana perbandingan antara perencanaan dan realisasi dari bisnis PinkShoes?
3. Bagaimana efektifitas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh PinkShoes dalam menghadapi pasar yang ada?

1.3 Tujuan Laporan Tugas Akhir

Laporan Bisnis ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui kinerja dari bisnis sepatu PinkShoes.
2. Mengetahui perbandingan antara perencanaan dan pelaksanaan bisnis sepatu PinkShoes.
3. Mengetahui efektifitas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh PinkSHoes dalam menghadapi pasar.

1.4 Manfaat Laporan Tugas Akhir

Untuk manfaat dari laporan bisnis yang dilakukan agar pelaku bisnis khususnya pada retail, mampu mengimplementasikan bisnisnya dengan lebih optimal sesuai dengan teori dan ilmu manajemen sehingga dapat terciptanya efektifitas dan efisien. Membuka peluang bagi seluruh masyarakat yang tertarik dengan retail agar bergabung dalam sistem bisnis

penjualan produk sepatu original. Sehingga dalam bisnis yang akan dilakukan bisa lebih untuk mengetahui seberapa edukasi kepada pelanggan, menghadapi perubahan permintaan konsumen, pengelolaan dalam modal yang terbatas dan mempertahankan loyalitas pelanggan.



BAB II

LAPORAN UMUM PELAKSANAAN BISNIS

2.1 Profil Bisnis

2.1.1 Sejarah Perusahaan

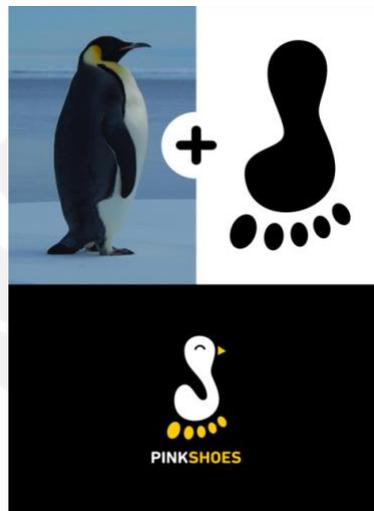
Belakangan ini sepatu sudah menjadi bagian dari gaya hidup khususnya di daerah perkotaan. Banyaknya peminat sepatu dari kalangan remaja sampai orang dewasa, ini menjadi salah satu alasan yang kuat untuk mendirikan bisnis jualan sepatu. Bisnis sepatu sekarang ini mulai banyak diminati oleh para pebisnis.

Berawal dari kota tempat kelahiran tercinta yaitu di Kota Kebumen, di mana masih belum banyak toko sepatu di daerah ini yang menyediakan sepatu original. Kebanyakan penjual yang ada, menjual sepatu dengan kualitas biasa atau biasa disebut dengan sepatu KW/palsu. Oleh karena itu, ide bisnis pun muncul untuk menghadirkan toko sepatu dengan jaminan original dengan harga yang lebih rendah dari store. Berdasarkan ide ini maka dibuatlah “PinkShoes”. Selain menjual sepatu, kami juga akan memperkenalkan kepada para pelanggan merek-merek sepatu asli dan kualitasnya serta manfaat pada saat memakainya. Berbicara mengenai kualitas yang bukan original, selain dibanderol dengan harga yang murah juga berdampak pada penggunaan jangka panjangnya. Kebanyakan sepatu yang tidak original akan cepat rusak dan dipakai juga kurang nyaman.

“Pink Shoes” berlokasi di Distro Gimmeback, Kota Kebumen, Jawa Tengah di mana merupakan distro paling terkenal di Kota Kebumen, Jawa Tengah. Dengan konsep penjualan sepatu pada Distro Gimmeback dapat mengangkat branding PinkShoes secara lebih cepat dikarenakan sebagai efek dari popularitas Distro Gimmeback.

2.1.2 Arti logo dan tagline

Dalam praktik bisnis yang dijalankan, Logo Pink Shoes pada dasarnya tidak terlalu banyak mengalami perubahan hanya saja terjadi penambahan slogan “100 % Original” Pada logo Pink Shoes sebagai salah satu promosi kepada konsumen dalam memperlihatkan komitmen Pink Shoes untuk menghadirkan produk yang dijamin kualitas dan keasliannya.



Gambar 2. 1 Logo Awal Pink Shoes



Gambar 2. 2 Logo Baru Pink Shoes

Logo PINK SHOES

1. **Menggunakan symbol penguin.** Sejarah singkat tentang konsep penguin ini dulu didasari pada nama panggilan alm kakak dari owner yang dijuluki "penguin" dikarenakan cara beliau berjalan seperti *penguin*. Pemakaian logo bergambar "penguin" ini sebagai bentuk rasa hormat terhadap almarhum kakak yang selalu memberi contoh yang baik terhadap adik-adiknya.
2. **Kombinasi Penguin dan Kaki.** Digunakan untuk mengkombinasikan siluet kaki dengan penguin menjadi sedemikian rupa. Di mana kedua unsur tersebut dapat bersatu dan kuat.
3. **Paruh Segitiga.** Pemakaian bentuk segitiga mengarah ke kanan ini dimaksudkan bahwa bisnis memiliki maksud, arah dan tujuan yang baik serta benar.
4. **Mata Tersenyum.** Maknanya adalah keramahan dan ketenangan. Ketika dalam melayani pelanggan/pembeli mengutamakan pelayanan yang bagus dan mampu memberikan kepercayaan karena keramahannya.
5. **Jari Kaki.** jari kaki menandakan sholat 5 waktu jadi di manapun pergi jangan meninggalkan sholat merupakan pesan dari ibu tercinta.
6. **Warna.** Untuk pemakaian warna dari simbol memiliki arti sebagai berikut
 - a. **Kuning** Warna kuning dapat membangkitkan kejelasan, perasaan optimisme dan kehangatan karena kuning digambarkan sebagai warna yang ceria, kuat dan mudah dipahami. Warna kuning sangatlah menonjol bahkan ketika digunakan di lingkungan yang ramai. Kuning juga mempunyai arti lain seperti harapan, kekayaan, kecerdasan, bijaksana, filosofi, kemasyuran dan menghidupkan.
 - b. **Putih** merupakan kombinasi dari semua warna. Warna ini melambangkan kemurnian dan kepolosan. Putih cocok digunakan pada bisnis kesehatan dan fashion.

- c. **Hitam** adalah ketiadaan warna, hitam melambangkan suatu sifat elegant, misteri, kemewahan, keagungan, dan profesionalitas.

2.1.3 Visi dan Misi

Visi PinkShoes adalah untuk menjadi toko sepatu yang dapat dipercaya oleh konsumen dengan memberikan kualitas produk yang bagus dengan jaminan original dan didukung dengan pelayanan terbaik untuk kepuasan pelanggan.

Misi dari Pink Shoes adalah sebagai berikut:

1. Menghadirkan aneka model sepatu berkualitas dan original sesuai dengan keinginan pelanggan.
2. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan serta memberi solusi dan edukasi penting tentang dunia sepatu untuk menunjang kepuasan pelanggan
3. Menjalani kerja sama dan memperluas channel dengan pebisnis lainnya, yang berguna untuk pengembangan bisnis selanjutnya.

2.1.4 Struktur Hukum dan Organisasi

PinkShoes untuk saat ini belum memiliki badan hukum yang resmi, baik UMK atau Perseroan perorangan. Hal ini karena pemerintah baru saja menerbitkan mengenai badan hukum baru untuk perseroan perorangan bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Sehingga untuk proyeksi kedepannya PinkShoes akan dilakukan legalitas menjadi perseroan perorangan untuk menunjang akses pembiayaan dan fasilitas dari perbankan maupun pemerintah untuk pengembangan usaha.

Legalitas PinkShoes akan berbadan hukum perseroan perorangan dan akan diurus menyesuaikan implementasi yang merata dari pemerintah, karena pemerintah baru saja meresmikan badan hukum untuk UKM pada oktober 2021.

2.2 Pelaksanaan Bisnis

2.2.1 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia/Organisasi

2.2.1.1 Struktur Organisasi

1. Data Kepemilikan

Usaha sepatu PinkShous bergerak dalam retail sepatu original branded. Pada aspek organisasi, PinkShoes memiliki data kepemilikan sebagai berikut:

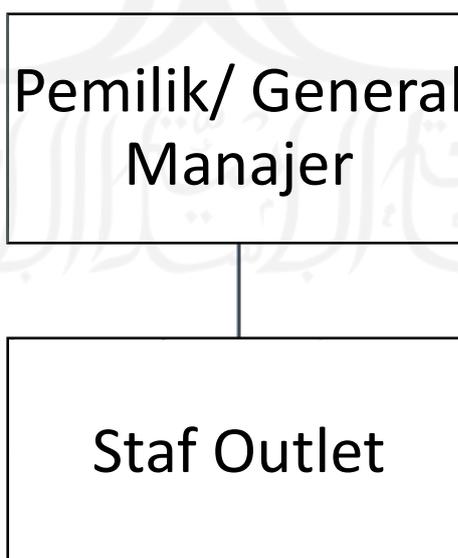
Nama Perusahaan : PinkShoes

Nama Pemilik : Anggi Hermawan

Alamat : Desa kawedusan, Kecamatan Kebumen, Kabupaten
Kebumen, Provinsi Jawa Tengah

Badan Hukum : Belum terdaftar.

2. Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan struktur organisasi perusahaan PinkShoes:

3. Nama dan Bagian Organisasi

Berikut merupakan nama-nama struktur organisasi PinkShoes:

Pemilik / General Manajer	Anggi Hermawan
Staf Outlet	Andi Ardian

Tabel 2. 1 Struktur Organisasi

4. Latar Belakang Pendidikan dan Pengalaman kerja

Berikut merupakan daftar latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja organisasi PinkShoes:

Nama	Posisi		Latar Belakang	Pengalaman Kerja
Anggi Hermawan	Pemilik / General Manajer		S1 Hukum	<ul style="list-style-type: none"> - Owner Bengkel Jaya Abadi (2003-Sekarang) - Freelance Graphic Desaigner (2010-Sekarang) - Tlatous Design Studio (2020-Sekarang)
Andi Ardian	Staf Outlet		SMA	<ul style="list-style-type: none"> - Staf Marketing Gimeback (2014-2017) - Head Outlet Outlet Distro Riot (2017-2020) - Head marketing Gimeback dan staf outlet PinkShoes (2020-Sekarang)

Tabel 2. 2 Riwayat Kerja Pegawai Pink Shoes

2.2.1.2 Job descriptions

Job desk setiap bagian organisasi, masing-masing berbeda untuk menjalankan bisnis sepatu PinkShoes, Berikut merupakan jobdesk dari masing-masing nama tersebut:

Posisi	Job Desk
Pemilik / General Manajer	<ul style="list-style-type: none"> - Memimpin perusahaan dan menjadi motivator bagi karyawannya

	<ul style="list-style-type: none"> - Mengelola operasional harian perusahaan - Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi dan menganalisis semua aktivitas bisnis perusahaan - Mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan - Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran di perusahaan - Merencanakan dan mengontrol kebijakan perusahaan agar dapat berjalan dengan maksimal - Memastikan setiap departemen melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal - Mengelola anggaran keuangan perusahaan - Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan - Membuat prosedur dan standar perusahaan - Membuat keputusan penting dalam hal investasi, integrasi, aliansi dan divestasi - Merencanakan dan mengeksekusi rencana strategis perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan.
<p>Staf Outlet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelayanan dengan sikap ramah dan sopan santun - Memberikan informasi yang tepat - Menjaga kerapian dan kebersihan barang - Melakukan monitoring kesediaan stock produk - Melakukan controlling barang keluar masuk untuk menghindari adanya barang yang hilang. - Melakukan proses pengiriman barang

--	--

Tabel 2. 3 Job Description

2.2.1.3 Kompensasi

Menyesuaikan dengan baru berdirinya toko sepatu “PinkShoes” maka pemberian upah masih di bawah UMK Kota Kebumen yaitu sebesar Rp.800.000 dengan jadwal libur seminggu sekali dan jam kerja yaitu dimulai hanya dari jam 10.00 sampai dengan 16.00. Untuk jam 16.00 – 22.00 akan dikelola langsung oleh Manajer Toko selaku pemilik PinkShoes.

2.2.2 Aspek Operasional

2.2.2.1 Gambaran Umum Produk

Produk yang ditawarkan oleh PinkShoes adalah sepatu daily casual dan sport dengan kualitas original yang sekiranya menjadi favorite dipasaran.

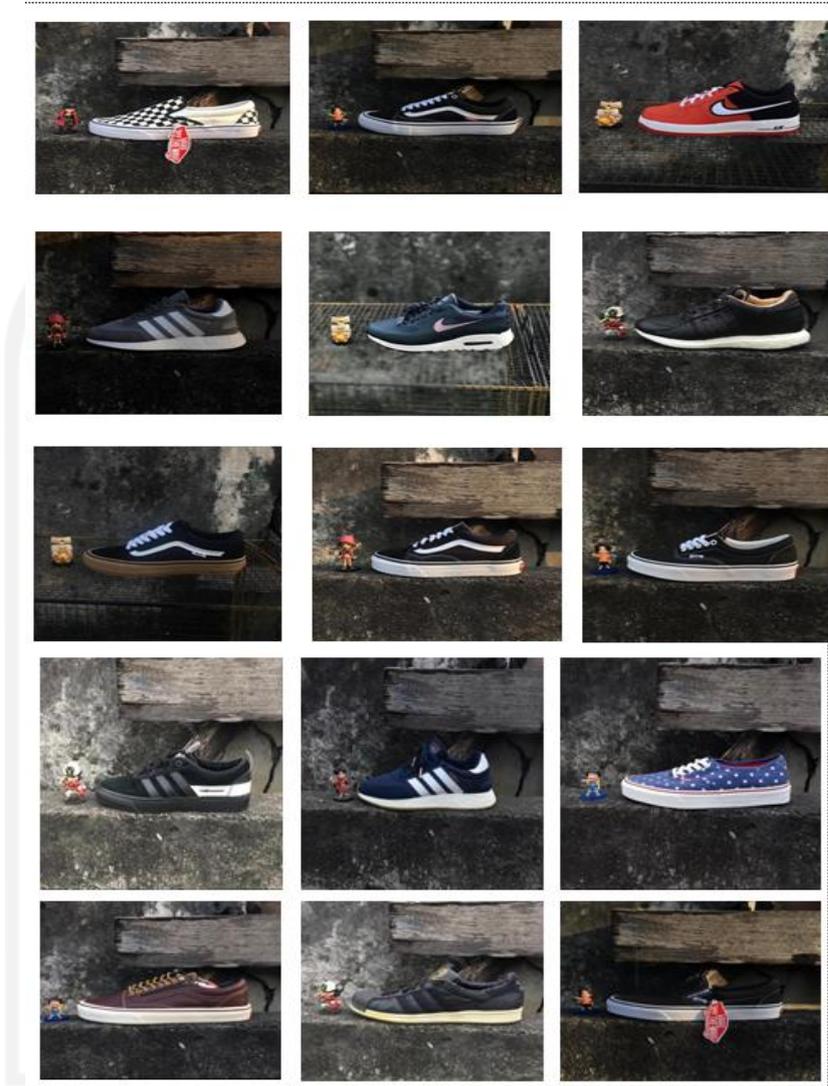
Berikut tampilan dan jenis sepatu yang dipasarkan yaitu:

Merek:

- Nike
- Vans
- Adidas
- New Balance
- Converse

Pada realsisasanya tidak mengalami perbedaan dari merk produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Model dan Jenis Sepatu Pink Shoes



المعهد الإسلامي للدراسات والبحوث



Gambar 2. 3 Model dan Jenis Sepatu Pink Shioes

Untuk store Pink Shoes yang terletak di dalam distro Gimmeback tetap sesuai dengan konsep awal rencana bisnis yang dijalankan di mana dengan bergabung menjadi satu lokasi yang terbilang terkenal di Kota Kebumen yaitu distro gimmeback membuat awal masuknya Pink Shoes dapat langsung diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar.



Gambar 2. 4 Bentuk Store Pink Shoes dalam Distro Gimmeback

2.2.2.2 Lokasi Usaha

Untuk lokasi usaha, PinkShoes berada di dalam Distro Gimmeback yang terletak di Jalan Ampera No 2 Kota Kebumen, Indonesia. Distro yang digunakan sebagai tempat penjualan sepatu merupakan distro terkenal di kota tersebut sehingga dapat membantu branding Pink Shoes sebagai penyedia sepatu yang dijual nantinya.



Gambar 2. 5 Distro Gimmeback sebagai lokasi usaha Pink Shoes



Gambar 2. 6 Distro Gimmeback sebagai lokasi usaha Pink Shoes

Tempat yang disewakan disewa dengan harga sewa yang rendah sehingga untuk awal permulaan berdirinya toko sepatu ini dapat menghemat biaya operasional yang dikeluarkan. Biaya sewa yang dikenakan yaitu sebesar Rp.3.000.000 pertahun-nya. Untuk awal PinkShoes menyewa selama 3 tahun langsung di awal.

2.2.2.3 Jam Operasional Pink Shoes

Untuk jam buka Pink Shoes dibuka dari pukul 10.00 - 22.00. Dengan pembagian shift kerja yaitu untuk shift 1 dimulai dari jam 10.00–16.00 dan 16.00–22.00. Hari libur disesuaikan dengan hari kalender dan untuk staf memiliki hari libur 1 x seminggu.

2.2.2.4 Standard Operasional Pelayanan Pink Shoes

Berikut SOP dan deskripsi pekerjaan yang dijalankan oleh karyawan PinkShoes adalah sebagai berikut:

1. Menyambut pelanggan dengan sikap sigap, ramah dan memberi salam.
2. Bersikap sopan dan menjaga kontak mata dengan pembeli.
3. Staf diminta untuk berpenampilan rapi dan wangi untuk menjaga kenyamanan pelanggan dalam berinteraksi.
4. Menjaga fasilitas peralatan untuk selalu bersih dan higienis.

5. Rutin merapikan stok sepatu pada rak sepatu dan pada gudang penyimpanan dan melaporkannya kepada Manager Toko.
6. Melakukan perhitungan stok setiap harinya dan update tentang sepatu seperti untuk perawatan dan model terbarunya.

2.4.4 Realisasi Gambaran Umum Operasional pada Pink Shoes

Dalam rentan waktu operasional selama Periode April 2020 sampai dengan April 2021 terjadi perubahan strategi penjualan yang dijalankan oleh Pink Shoes. Perubahan terjadi ketika pandemic Covid-19 mulai masuk ke Indonesia. Masuknya pandemic Covid-19 memberi dampak yang cukup signifikan dalam dunia perdagangan. Pemberlakuan larangan operasional di awal masuknya pandemic dan pembatasan kegiatan operasional membuat banyak pusat perdagangan barang, kuliner, tempat wisata serta industri lainnya menjadi sepi pengunjung dan pembeli. Hal ini berdampak juga terhadap banyak perusahaan yang meng-PHK karyawannya karena operasional yang terhambat maupun terkena dampak ekonomi akibat pandemic ini. Pemberlakuan peraturan Protokol kesehatan pun diwajibkan untuk mengantisipasi penyebaran Covid-19 di lingkungan sekitar.

Pandemic Covid-19 menjadi sebuah tantangan baru dalam dunia perdagangan begitu juga dalam usaha yang dijalankan oleh Pink Shoes di mana dengan situasi yang ada tentunya beberapa bulan ada awal masuknya pandemic, store menjadi sepi pengunjung sehingga penjualan pun menjadi turun drastis. Melihat hal ini, maka team Pink Shoes pun sepakat untuk membuat satu strategi baru untuk menyalasi efek pandemic Covid-19.

Ketika situasi perekonomian semakin sulit, banyaknya korban PHK perusahaan, pemotongan gaji karyawan akan perusahaan yang terdampak covid, serta sepiunya dunia perdagangan maka di awal masuknya Pandemic ini di bulan Maret 2020, Pink Shoes mulai berfokus pada penjualan online store dengan memberlakukan *Cash on Delivery* (COD) untuk pembelian diluar store. Di mana dengan COD, konsumen bisa langsung bertemu dengan staf pink shoes di titik lokasi tempat yang disepakati sebelumnya.

Hal ini sangat membantu konsumen yang menolak mengunjungi store selama pandemic covid-19.



Gambar 2. 7 Testimoni cash on delivery pembeli Pink Shoes

Kemudian strategi penjualan baru juga dilakukan oleh Pink Shoes yaitu dengan menjual *Sepatu Second* atau biasa disebut *preloved* atau *bekas pakai*. Strategi baru ini dijalankan juga berdasarkan dari permintaan para konsumen yang banyak memberi masukan dengan menjadikan Pink Shoes sebagai salah satu media perantara para konsumen yang ingin menjual sepatunya dan konsumen yang ingin membeli sepatu yang diminatnya dengan harga yang lebih rendah namun tetap original meski bukan sepatu baru.

Pink Shoes dalam hal ini, menjadi perantara langsung penjualan sepatu bekas pakai konsumen yang masih memenuhi kriteria yang dikatakan *good condition* untuk selanjutnya dipasarkan salam sosial media Pink

Shoes. Untuk konsumen yang ingin berkunjung melihat sepatu second yang akan diperjual belikan, langsung diarahkan ke gudang store tempat penyimpanan stock sepatu yang berlokasi tidak jauh dari distro Gimmeback.



Gambar 2. 8 Gudang sekaligus tempat jual-beli sepatu second dai Pink Shoes

Selanjutnya untuk kegiatan operasional pada store Pink Shoes tidak mengalami banyak perubahan. Jam operasional tetap beroperasi dengan jam buka pukul 10.00-22.00. Dengan pembagian shift kerja yaitu untuk shift 1 dimulai dari jam 10.00–16.00 dan 16.00–22.00. Hari libur disesuaikan dengan hari kalender dan staf pink shoes memiliki hari libur 1 x seminggu. Untuk layanan pemesanan dan keluhan serta pertanyaan konsumen bisa melalui call / whatsapp text yang dapat dilayani 24 jam.

2.4.5 Realisasi Standar Operasional Perusahaan (SOP) Pink Shoes pada era Pandemic Covid-19.

Setelah masuknya Covid-19 di Indonesia, Pink Shoes selanjutnya memberlakukan Protokol Kesehatan untuk konsumen yang datang sesuai dengan standar yang diberlakukan oleh Pemerintah Dinas Kesehatan dalam pencegahan *Covid 19* yaitu :

1. Mewajibkan pekerja dan pengunjung menggunakan masker.
2. Manajemen diminta melakukan pembersihan dan desinfeksi secara berkala di area store setiap hari.
3. Menyediakan fasilitas cuci tangan atau hand sanitizer yang memadai dan mudah diakses oleh pekerja dan pelanggan.
4. Melakukan pengecekan suhu badan untuk pekerja sebelum memulai pekerjaan, begitu juga pelanggan mereka di setiap pintu masuk. Apabila ditemukan suhu tubuh di atas 37,5 derajat celcius tidak diperkenankan untuk masuk dan disarankan untuk melakukan pemeriksaan kesehatan.
5. Membatasi jarak fisik minimal 1 meter dengan berbagai cara seperti memberikan tanda silang di sekitar area kasir untuk menghindari antrian di kasir,
6. Meminimalisir kontak dengan pelanggan dengan cara menggunakan pelindung tambahan seperti pelindung kaca dan sarung tangan, serta menggunakan pembayaran non tunai.
7. Mengatur pintu keluar dan pintu masuk yang berbeda.
8. Apabila ditemukan hasil pemeriksaan positif Covid-19 di store maka tempat tersebut akan ditutup sementara selama 14 hari.

2.2.3 Aspek Pasar

Analisis aspek pasar pada PinkShoes dapat diidentifikasi melalui analisis STP yaitu

1. Segmentasi.

Segmentasi geografis. Di mana dalam hal ini PinkShoes yang berlokasi di Kota Kebumen, Jawa Tengah. Lokasi merupakan tempat yang strategis mengingat pesaing di sekitar lokasi ini hanya sedikit yang menjual sepatu original. Lokasi pun dapat dikatakan jauh dari store resmi langsung yang di mana membutuhkan waktu kurang lebih 2 jam lebih dengan menempuh jarak 98,6 km.

- Segmentasi demografi. Untuk target pasar berdasarkan usia maka PinkShoes mengambil target usia dari usia remaja hingga ke dewasa dengan mencakup segala kalangan khususnya dalam hal ini pria.
- Segmentasi psikografis. Untuk segmentasi psikografis PinkShoes memiliki segmen pasar pecinta brand original di mana produk yang dijual merupakan 100% produk original.

2. Targeting.

Target utama dari PinkShoes adalah seluruh kalangan remaja dan mahasiswa se kota Kebumen dengan target pelanggan pecinta produk original namun walaupun original, produk yang dijual di PinkShoes tetap mengandalkan harga yang lebih rendah dibanding store langsung.

3. Positioning

Pinkshoes menggandeng Distro Gimmeback sebagai partner untuk penjualan sepatu offline nya dikarenakan merupakan tempat yang strategis karena merupakan salah satu Distro terlaris di Kota Kebumen. Untuk positioning sendiri, dengan produk original yang dijual yaitu brand sepatu merek terlaris dipasaran maka dengan menitipkan produk ke toko tersebut menjadi sebuah keuntungan oleh PinkShoes dikarenakan branding dari Distro Gimmeback yang sudah sangat terkenal di masyarakat luas sehingga memberikan dampak yang sangat positif terhadap penjualan PinkShoes nantinya.

2.2.3.1 Rencana Pemasaran

Berikut adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh PinkShoes dalam memasarkan produk yaitu:

1. Memasarkan produk sepatu dengan merek yang terkenal dipasaran seperti Nike, Adidas, Vans, Converse, New Balance dan lainnya dengan jaminan kualitas original resmi dari store langsung. Pemilihan jenis sepatu yang menjadi favorit bagi para penggemar sepatu menjadi penting untuk tetap menjual produk yang tidak ketinggalan zaman sehingga meminimalisir stok tidak laku terjual.
2. Melakukan promosi dengan menggunakan media cetak dan dilakukan secara online melalui instagram dan facebook, serta menggunakan personal selling di mana dengan menggunakan lingkungan sekitar maupun dengan pelanggan yang langsung datang ke lokasi usaha.
3. Menghadirkan promo potongan harga untuk para pelanggan yang datang dalam periode tertentu misalnya ketika hari raya idul fitri maupun hari besar lainnya yang dapat mendongkrak penjualan.
4. Memberikan voucher dengan syarat dan ketentuan berlaku untuk para pelanggan Distro Gimmeback yang menjadi partner lokasi usaha dari PinkShoes di mana voucher diskon sepatu diberikan ke semua pelanggan distro yang berbelanja langsung ke distro tersebut.

2.4.6 Realisasi Rencana Pemasaran Pink Shoes

Berikut adalah strategi pemasaran yang direncanakan dan terealisasi dalam memasarkan produk yaitu:

1. Memasarkan produk sepatu dengan merek yang terkenal dipasaran seperti Nike, Adidas, Vans, Converse, New Balance dan lainnya dengan jaminan kualitas original dari store resmi.
- 2.



Gambar 2. 9 Testimoni konsumen Pink Shoes

3. Melakukan promosi dengan menggunakan media cetak dan dilakukan secara online melalui instagram dan facebook, serta menggunakan personal selling dengan pelanggan yang langsung datang ke lokasi usaha.



Gambar 2. 10 Akun instagram Pink Shoes

4. Menghadirkan promo potongan harga untuk para pelanggan yang datang dalam periode tertentu misalnya ketika hari raya idul fitri maupun hari besar lainnya yang dapat mendorong penjualan.



Gambar 2. 11 Pemasangan banner discount pada Outlet Pink Shoes

Memberikan voucher dengan syarat dan ketentuan berlaku untuk para pelanggan Distro Gimmeback yang menjadi partner lokasi usaha dari PinkShoes di mana voucher diskon sepatu diberikan ke semua pelanggan distro yang berbelanja langsung ke distro tersebut.

5. Menghadirkan Cash on Delivery (COD) untuk pelanggan yang ingin membeli produk tanpa harus datang ke store. Cod ditentukan berdasarkan kesepakatan tempat konsumen dengan team Pink Shoes.



Gambar 2. 12 Testimoni Konsumen dengan sistem Cash on Delivery

6. Mengikuti event sepatu yang diadakan komunitas tertentu dengan membuka stand ataupun bekerja sama dengan sesuatu brand tertentu untuk mempromosikan sepatu dari Pink Shoes.
7. Melayani kegiatan jual-beli sepatu bekas atau second dengan kualitas *good condition* kepada konsumen yang ingin membeli sepatu original dengan harga rendah di mana sepatu second yang dibeli dan yang disalurkan kembali ke konsumen Pink Shoes telah lulus seleksi. Sepatu second yang diperjual-belikan dibandrol dengan harga rendah dan konsumen bisa secara langsung datang ke gudang sock untuk memastikan sepatu tersebut masih dalam keadaan baik.



Gambar 2. 13 Testimoni Konsumen Sepatu Second Pink Shoes



Gambar 2. 14 Proses transaksi pembelian Pink Shoes

Dalam kurun waktu berjalannya kegiatan praktik bisnis Pink Shoes, pada bulan Maret 2020, pandemic covid-19 mulai masuk ke Indonesia, di mana pengunjung store maupun pembeli secara signifikan berkurang drastis dikarenakan larangan bepergian yang dibuat oleh pemerintah sekitar. Dikarenakan hal ini, maka Pink Shoes secara tidak langsung lebih berfokus pada penjualan online sehingga untuk saat ini belum menambah karyawan di mana Pink Shoes hanya memiliki satu staf sebagai kasir sekaligus yang bertanggung jawab langsung kepada pemilik / manajer toko.

2.2.3.2 Analisis Porter's Five Forces

Berikut analisis lima kekuatan bersaing dalam menentukan persaingan pada industri sepatu yang dijalan oleh PinkShoes yaitu:

1. Masuknya pesaing baru.

Dengan melihat potensi pasar yang ada yaitu Kota Kebumen untuk masuknya pesaing dengan konsep sepatu original masih terbilang jarang dikarenakan pada daerah tersebut kesadaran pelanggan akan brand original masih belum tinggi sehingga untuk pesaing brand original tidak perlu dikhawatirkan walaupun jika ada pesaing baru tetapi mungkin tetap akan berbeda dalam jenis produk yang dijual dengan harga yang bersaing.

2. Ancaman produk pengganti atau substitusi.

Untuk hal ini, produk pengganti yang dikhawatirkan yaitu dengan maraknya sepatu replika dengan harga yang lebih rendah. Maka dari itu PinkShoes akan membudidayakan peng-educasian kepada para penggemar sepatu yang datang berbelanja secara langsung maupun secara online tentang kelebihan brand original dan kekurangan produk KW yang beredar dipasaran. Diharapkan dengan adanya edukasi, pelanggan akan lebih antusias lagi dalam membeli produk original.

3. Kekuatan penawaran pembeli.

Dalam analisis kekuatan penawaran oleh konsumen, konsumen mungkin akan menginginkan jenis-jenis sepatu yang bermacam-macam dengan harga yang murah. Hal ini akan disiasati dengan membuka layanan "*Pre-Order*" atau order sesuai request di mana jenis sepatu tertentu akan disediakan dalam waktu yang ditentukan.

4. Kekuatan penawaran pemasok

Untuk tahap ini, harus dibutuhkan banyak distributor sepatu original yang di mana PinkShoes akan membeli dari para distributor yang ada dengan harga murah dari store langsung dikarenakan barang sisa pabrik ataupun dari produk "*sale*" masing-masing store di Negara yang berbeda-beda misalnya Malaysia maupun Cina yang memang memiliki channel khusus untuk para pedagang dari Indonesia maupun dari Negara lain yang ingin berjualan lagi.

5. Persaingan di antara perusahaan yang ada.

Untuk persaingan sesama pesaing yang sudah ada dilokasi

yang sama dengan PinkShoes, meskipun memiliki kesamaan dalam menjual merek-merek sepatu original namun pesaing memiliki focus sepatu olahraga saja sehingga untuk menyiasati hal ini maka PinkShoes harus mampu menghadirkan model-model sepatu yang lebih banyak lagi dari pesaing agar mampu memenangkan pasar.

2.2.3.3 Saluran Distribusi

Berikut adalah alur saluran distribusi produk yang dipasarkan oleh PinkShoes merupakan saluran distribusi secara langsung dan terdiri saluran tiga-tingkat yaitu saluran yang mempunyai tiga perantara di mana pedagang besar dalam hal ini yaitu pabrik sepatu yang kemudian dijual ke pemborong yaitu pihak kedua ataupun orang dalam pabrik yang mengambil barang dalam jumlah banyak ataupun membeli produk sisa pabrik atau yang telah di discount dalam periode-periode tertentu misalnya discount di hari raya keagamaan yang kemudian menjualnya ke beberapa pengecer kecil yang di mana merupakan para penampung sepatu seperti PinkShoes. Barang yang dijual biasanya berasal dari pabrik sepatu yang berada di luar negeri seperti di Malaysia atau pun di China yang kemudian melalui channel yang ada langsung dilempar masuk ke Indonesia.

2.2.4 Aspek Keuangan

Dalam aspek finansial mencakup realisasi kebutuhan modal, perbandingan laba rugi, dan aliran kas.

2.2.4.1 Kebutuhan Modal

Untuk awal usaha, PinkShoes membutuhkan biaya sebagai berikut:

NO	KATEGORI	KETERANGAN	JUMLAH UNIT	HARGA	HARGA PEROLEHAN	TOTAL
1	ASET TETAP	RAK SEPATU	4	700.000	2.800.000	2.800.000
		TABLET KASIR	1	3.200.000	3.200.000	3.200.000
TOTAL ASET TETAP						6.000.000
2	BIAYA LAIN-LAIN	SEWA TEMPAT 5 TAHUN	5			21.000.000
		ALAT TULIS KANTOR	1	100.500	100.500	100.500
		SPANDUK PROMOSI	1	180.000	180.000	180.000
		SERAGAM KARYAWAN	2	85.000	170.000	170.000

3	BIAYA BAHAN BAKU	MODAL AWAL STOK SEPATU	1	12.700.000	12.700.000	12.700.000
TOTAL MODAL KERJA AWAL						34.150.500
TOTAL INVESTASI AWAL						40.150.500

Tabel 2. 4 Investasi Awal PinkShoes

Berdasarkan data tersebut, untuk rencana kebutuhan modal dibutuhkan dana sebesar Rp.40.150.500, di mana sudah termasuk biaya sewa 5 tahun dan biaya modal sepatu awal. Pada sumber dana yang digunakan oleh Pink Shoes seluruhnya modal pribadi, tidak menggunakan pihak luar seperti perbankan atau investor selain owner.

N O	NAMA ASET	JUMLAH UNIT	HARGA PER UNIT	HARGA PEROLEHAN	UMUR EKONOMIS	NILAI SISA	DEPRESIASI PER TAHUN (METODE GARIS LURUS)	
1	RAK SEPATU	4	700.000	2.800.000	5	1.680.000	224.000	
2	TABLET KASIR	1	3.200.000	3.200.000	5	1.920.000	256.000	
TOTAL							480.000	NILAI SISA

Tabel 2. 5 Daftar Aset

Selanjutnya untuk penentuan nilai depresiasi digunakan Metode Garis Lurus yaitu sebagai berikut:

N O	ASET	TAHUN					AKUMULASI DEPRESIASI	
		0	1	2	3	4		5
1	RAK SEPATU	-	224.000	224.000	224.000	224.000	224.000	1.120.000
2	TABLET KASIR	-	256.000	256.000	256.000	256.000	256.000	1.280.000
TOTAL			480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	2.400.000

Tabel 2. 6 Depresiasi Aset

2.2.4.2. Perbandingan Rencana dan Realisasi

2.2.4.2.1 Estimasi Laba Rugi Bulanan Tahun Pertama

Berikut adalah estimasi L/R tahun pertama yang dimulai di bulan September adalah sebagai berikut:

KETERANGAN	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12
PENDAPATAN :	31	38	42	46	37	37	8	8	58	10	15	35
SEPATU (new)	Rp 24.375.000											
JUMLAH	24.375.000											
HARGA POKOK SEPATU (new)	Rp 17.860.000											
HARGA POKOK PENJUALAN	17.860.000											
LABA KOTOR	6.515.000											
BEBAN OPERASI :												
BIAYA PROMOSI	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
BIAYA GAJI	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
BIAYA ATK	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500
BIAYA SEWA	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
DEPRESIASI	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
TOTAL BEBAN	1.340.500											
EBT	5.174.500											
Pajak 10%	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450
EAT BULAN	4.657.050											

Tabel 2. 7 Estimasi Laba Rugi Tahun Pertama

2.2.4.2.2 Realisasi Laba Rugi Bulanan Tahun Pertama

Tabel 2. 8 Realisasi Laba Rugi Tahun Pertama

Pada sepatu Pink Shoes, mengalami perbedaan antara realisasi dan estimasi pada laporan rugi tahun pertama. Perbedaan yang signifikan di mana realisasi pada laba rugi tahun pertama lebih rendah dibandingkan dengan estimasi laporan laba rugi dengan selisih 17.425.350 atau 31%.

KETERANGAN	ERA COVID											
	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12
PENDAPATAN :	31	38	42	46	37	37	8	8	58	10	15	35
SEPATU (new)	26.200.00 0	26.975.00 0	33.500.00 0	35.950.00 0	31.050.00 0	26.700.00 0	5.650.000	6.475.000	37.007.50 0	7.325.000	10.725.00 0	26.228.00 0
								9	8	6	6	7
<i>(second)</i>	inovasi bisnis yang dilakukan dalam menyikapi pandemic covid-19							2.975.000	2.088.000	2.030.000	1.995.000	2.285.000
								17	66	16	21	42
JUMLAH	26.200.00 0	26.975.00 0	33.500.00 0	35.950.00 0	31.050.00 0	26.700.00 0	5.650.000	9.450.000	39.095.50 0	9.355.000	12.720.00 0	28.513.00 0
HARGA POKOK SEPATU (new)	19.860.00 0	20.555.00 0	25.490.00 0	27.360.00 0	23.635.00 0	20.035.00 0	4.270.000	4.750.000	34.005.00 0	5.300.000	7.900.000	22.675.00 0
<i>(second)</i>								2.285.000	2.030.000	1.490.000	1.560.000	1.790.000
HARGA POKOK PENJUALAN	19.860.00 0	20.555.00 0	25.490.00 0	27.360.00 0	23.635.00 0	20.035.00 0	4.270.000	7.035.000	36.035.00 0	6.790.000	9.460.000	24.465.00 0
LABA KOTOR	6.340.000	6.420.000	8.010.000	8.590.000	7.415.000	6.665.000	1.380.000	2.415.000	3.060.500	2.565.000	3.260.000	4.048.000
BEBAN OPERASI :												
BIAYA PROMOSI	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	300.000
BIAYA GAJI	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
BIAYA ATK	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500	100.500
BIAYA SEWA	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
BIAYA APD							200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
DEPRESIASI	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
TOTAL BEBAN	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.540.500	1.540.500	1.540.500	1.540.500	1.540.500	1.690.500
EBT	4.999.500	5.079.500	6.669.500	7.249.500	6.074.500	5.324.500	160.500	874.500	1.520.000	1.024.500	1.719.500	2.357.500
Pajak 10%	499.950	507.950	666.950	724.950	607.450	532.450	16.050	87.450	152.000	102.450	171.950	235.750
EAT BULAN	4.499.550	4.571.550	6.002.550	6.524.550	5.467.050	4.792.050	144.450	787.050	1.368.000	922.050	1.547.550	2.121.750

Pada bulan ke 7 atau maret 2020, awal pandemi bahkan Pink Shoes mengalami kerugian, karena lockdown seluruh di Indonesia sehingga perusahaan tidak maksimal dalam aktivitas operasi. Sehingga berdampak pada perusahaan, namun untuk menutupi hal itu agar tidak mengalami efek

yang berkelanjutan Pink Shoes melakukan beberapa inovasi yang

KETERANGAN	Bulan 0	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12
Aktivitas Operasi													
Arus Masuk													
Pendapatan dari Pelanggan		24.375.00 0											
Depresiasi		40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Kas Masuk dari Aktiv Operasi		24.415.00 00											
Arus Keluar													
Biaya Modal Sepatu		17.860.00 0											
Pajak		517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450	517.450
Biaya Operasional		1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500	1.340.500
KAS BERSIH AKTIVITAS OPERASI		4.697.050											
Aktivitas Investasi													
Arus Keluar													
Pembelian Perlengkapan		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KAS BERSIH AKTIVITAS INVESTASI													
Arus Kas dr Pendanaan													
Arus Masuk													
Ekuitas / Modal	20.000.00 0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arus Keluar													
KAS BERSIH AKTIVITAS PENDANAAN													
Kenaikan (penurunan) Kas		4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050	4.697.050
Saldo Kas Awal Periode		20.000.00 0	24.697.05 0	29.394.10 0	34.091.15 0	38.788.20 0	43.485.25 0	48.182.30 0	52.879.35 0	57.576.40 0	62.273.45 0	66.970.50 0	71.667.55 0
Saldo Kas Akhir Periode	20.000.00 0	24.697.05 00	29.394.10 00	34.091.15 00	38.788.20 00	43.485.25 00	48.182.30 00	52.879.35 00	57.576.40 00	62.273.45 00	66.970.50 00	71.667.55 00	76.364.60 00

dilakukan agar aktivitas perusahaan tetap berjalan. Ada dua yang dilakukan oleh Pink Shoes yaitu dengan melakukan jual beli pada sepatu bekas, dengan kondisi yang masih bagus dan yang kedua yaitu dengan pemberian diskon dengan waktu yang sudah dipertimbangkan. Selain itu, kendala untuk customer baru yang masih belum terlalu banyak, hal ini karena barang substitusi yang lain dan *social distancing* yang masih berlaku.

2.2.4.4 Proyeksi Arus Kas Perusahaan

Berikut akan diinformasikan besarnya kas masuk dan keluar sebagai perhitungan arus kas perusahaan sebagai mana disajikan dalam data berikut:

2.2.4.4.1 Estimasi Arus Kas Perusahaan Tahun Pertama

Tabel 2. 9 Estimasi Arus Kas Perusahaan Tahun Pertama

2.2.4.4.2 Realisasi Arus Kas Perusahaan Tahun Pertama

Tabel 2. 10 Realisasi Arus Kas Perusahaan Tahun Pertama

Analisis realisasi laporan Arus Kas

Pada laporan Arus Kas, polanya hampir sama dengan laporan laba rugi, hal ini dikarenakan efek dari pandemi covid 19. Penurunan arus kas terjadi pada bulan ke 7 perusahaan beroperasi. Namun, dikarenakan inovasi yang dilakukan oleh sepatu Pink Shoes, sehingga bisa menangani agar penurunan performa keuangan tidak berkelanjutan.

KETERANGAN	Bulan 0	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12
Aktivitas Operasi													
Arus Masuk													
Pendapatan dari Pelanggan		26.200.000	26.975.000	33.500.000	35.950.000	31.050.000	26.700.000	5.650.000	9.450.000	39.095.500	9.355.000	12.720.000	28.513.000
Depresiasi		40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Kas Masuk dari Aktivitas Operasi		26.240.000	27.015.000	33.540.000	35.990.000	31.090.000	26.740.000	5.690.000	9.490.000	39.135.500	9.395.000	12.760.000	28.553.000
Arus Keluar													
Biaya Modal Sepatu		19.860.000	20.555.000	25.490.000	27.360.000	23.635.000	20.035.000	4.270.000	7.035.000	36.035.000	6.790.000	9.460.000	24.465.000
Biaya Operasional		1.840.450	1.848.450	2.007.450	2.065.450	1.947.950	1.872.950	1.524.450	1.627.950	1.692.500	1.642.950	1.712.450	1.926.250
KAS BERSIH AKTIVITAS OPERASI		4.539.550	4.611.550	6.042.550	6.564.550	5.507.050	4.832.050	104.450	827.050	1.408.000	962.050	1.587.550	2.161.750
Aktivitas Investasi													
Arus Keluar													
Pembelian Perlengkapan		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KAS BERSIH AKTIVITAS INVESTASI		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arus Kas dan Pendanaan													
Arus Masuk													
Ekuitas / Modal	20.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arus Keluar													
KAS BERSIH AKTIVITAS PENDANAAN		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kenalkannya (penurunan) Kas		4.539.550	4.611.550	6.042.550	6.564.550	5.507.050	4.832.050	104.450	827.050	1.408.000	962.050	1.587.550	2.161.750
Saldo Kas Awal Periode		20.000.000	24.539.550	29.151.100	35.193.650	41.758.200	47.265.250	52.097.300	51.992.850	52.819.900	54.227.950	55.189.900	56.777.550
Saldo Kas Akhir Periode	20.000.000	24.539.550	29.151.100	35.193.650	41.758.200	47.265.250	52.097.300	51.992.850	52.819.900	54.227.950	55.189.900	56.777.550	58.939.250
KETERANGAN		Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5						
Aktivitas Operasi													
Arus Masuk													
Pendapatan dari Pelanggan		20.000.000	292.500.000	585.000.000	877.500.000	1.170.000.000	1.462.500.000						
Depresiasi			480.000	480.000	480.000	480.000	480.000						

Kas Masuk dari Aktv Operasi		292.980.000	585.480.000	877.980.000	1.170.480.000	1.462.980.000
Arus Keluar						
Biaya Modal Sepatu	-	214.320.000	428.640.000	642.960.000	857.280.000	1.071.600.000
Biaya Operasional	-	22.295.400	37.133.400	67.091.400	86.969.400	106.847.400
KAS BERSIH AKTIVITAS OPERASI		56.364.600	119.706.600	167.928.600	226.230.600	284.532.600
Aktifitas Investasi						
Arus Keluar						
Pembelian Perlengkapan	-	-	-	-	-	-
KAS BERSIH AKTIVITAS INVESTASI						
Arus Kas dr Pendanaan						
Arus Masuk						
Ekuitas / Modal	-	-	-	-	-	-
Arus Keluar						
KAS BERSIH AKTIVITAS PENDANAAN						
Kenaikan (penurunan) Kas	-	56.364.600	119.706.600	167.928.600	226.230.600	284.532.600
Saldo Kas Awal Periode	20.000.000	20.000.000	76.364.600	196.071.200	363.999.800	590.230.400
Saldo Kas Akhir Periode	20.000.000	76.364.600	196.071.200	363.999.800	590.230.400	874.763.000

Tabel 2. 11 Estimasi Arus Kas Perusahaan Tahunan

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

3.1 Identifikasi Masalah

Pada proses berjalannya bisnis, ditemukan masalah yang terjadi pada bisnis sepatu Pink Shoes. Berikut merupakan identifikasi masalah yang ditemukan pada bisnis sepatu Pink Shoes:

1. Program edukasi mengenai sepatu original kurang berhasil.

Program edukasi mengenai sepatu kurang berhasil hal ini karena dipengaruhi oleh faktor geografi jauh dari kota besar dan cara pandang masyarakat mengenai sepatu original. Dilakukan kerja sama dengan para influencer dengan edukasi ternyata tidak berefek signifikan. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya yang ketika datang ke store masih menanyakan kenapa harganya lebih mahal dari sepatu yang lain dengan merk yang sama.

2. Modal yang terbatas untuk anggaran promosi dan untuk belanja barang dagang.

Modal yang terbatas untuk promosi dan belanja barang dagang dapat mengakibatkan perusahaan berjalan tidak sesuai dengan perencanaan, karena dapat menghambat operasional perusahaan. Pink Shoes bekerja sama untuk melakukan pembelian namun pembayaran dilakukan ketika produk sudah terjual. Dan anggaran bisa dilakukan untuk menambah biaya promosi melalui platform digital. Strategi ini berhasil ketika ditambah dengan potongan harga, ketika harga kembali normal penjualan juga ikut turun.

3. Permintaan konsumen yang selalu berbeda dan berubah-ubah.

Trend dalam dunia fashion selalu mengalami perubahan dengan waktu yang susah untuk ditebak. Sehingga Pink Shoes selalu mencoba

untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. dunia fashion terdapat perubahan dari mode ke mode yang lain, begitu juga sepatu perubahan model yang sedang trend. Dengan dilakukan pembaruan informasi dan forecasting dengan selalu up date informasi salah satunya melalui influencer. Namun dari pelanggan yang juga update informasi mengenai trend masih cenderung terbatas jumlahnya, sehingga Pink Shoes masih mampu untuk memenuhi perubahan kebutuhan pasar yang ada.

4. Kesulitan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pelanggan loyal bisa di dapat dari pendataan setiap pembelian yang dilakukan. Dari data tersebut kita mengetahui bahwa hampir semua adalah pelanggan baru. Dari permasalahan tersebut dengan mengutamakan pelayanan. Pink Shoes memberikan garansi untuk produk yang terbukti palsu atau tidak original dan dengan bisa menukar untuk ukuran jika tidak sesuai. Dan melakukan pembuatan loyalty card atau kartu loyalitas pelanggan sehingga diharapkan men-trigger pelanggan untuk melakukan pembelian kembali pada Pink Shoes. Namun sampai saat ini belum ada yang melakukan pembelian kembali lebih dari 4 kali.

3.2 Pemecahan Masalah

3.2.1 Program edukasi mengenai sepatu original kurang berhasil

Kurangnya edukasi tentang sepatu original di wilayah operasi bisnis tentunya menjadi ancaman yang besar. Karena di kabupaten Kebumen masyarakat yang belum banyak mengetahui perbedaan sepatu original dan sepatu palsu atau yang lebih dikenal dengan “kw”. Sepatu yang bukan original harganya tidak jauh di harga pasaran original, namun memiliki kualitas yang jauh berbeda. Jadi pada dasarnya, masyarakat hanya melihat di sosial media tokoh yang mereka gemari, dan mencari apa yang dipakai, sehingga cenderung membeli sepatu palsu dikarenakan hanya melihat sepatu yang sejenis dengan harga yang murah, tanpa mengkonfirmasi kualitas dari sepatu tersebut. Selain itu beberapa kerugian dari pembelian produk

tidak original hal itu sebenarnya adalah aksi yang ilegal, dan sebagai bentuk tidak apresiasi terhadap penciptanya. Hal itu juga terjadi pada Pink Shoes, karena dalam pengamatan perbandingan antara yang menggunakan sepatu original dan “kw” masih banyak yang menggunakan sepatu kw. Dan setelah dilakukan edukasi melalui tidak berefek signifikan tetap saja banyak yang menggunakan sepatu kw, terutama pada remaja yang memasuki SMA. Sehingga dari kegiatan edukasi tersebut dapat dikatakan kurang berhasil.

Dalam mengatasi masalah tersebut yaitu dengan selalu membuat konten edukasi melalui media sosial, ataupun ketika up selling saat customer datang mengenai seberapa “pricetige” ketika menggunakan produk original, dan manfaat ketika membeli sepatu dari Pink Shoes. Bekerja sama dengan influencer sekitar untuk mengedukasi. Hal ini dilakukan dari mulai bergerak bisnis tersebut berlangsung operasi, namun hal ini juga tidak begitu memberikan egek yang signifikan dikarenakan untuk daerah Kebumen terlalu banyak influencer lokal yang mempunyai segmentasi berbeda-beda. Selanjutnya kita melakukan pengunggahan ulang dari review-review infulencer yang kita sesuaikan dengan segmentasi pasar dari kegiatan bisnis PnkShoes. Hal ini ternyata berpengaruh pada penjualan bersama memberikan diskon. Hal ini cukup membantu pada saat pandemi berlangsung untuk menutup operasional.

3.2.2 Modal yang terbatas untuk pengembangan produk dan promosi

Salah satu permasalahan dalam suatu perusahaan adalah modal yang terbatas. Hal ini dapat mengakibatkan perusahaan berjalan tidak sesuai dengan perencanaan, karena dapat menghambat operasional perusahaan. Dalam proses bisnis Pink Shoes mengalami sedikit keterhambatan dengan modal, dikarenakan modal hanya bersumber dari investor saja, tanpa hutang. Agar dapat kompetitif perlu diadakan budget untuk pengembangan produk dan promosi. Namun pada masa pandemi ini sangat kesulitan dalam penambahan modal, dikarenakan investor yang belum ada dan pembiayaan dari bank yang dibatasi.

Dalam mengatasi hal ini Pink Shoes mencoba untuk berkerja sama dengan distributor untuk melakukan “paylater” sehingga di sepakati akan membayar ketika

produk terjual, dan pihak dari distributor akan menyanggupi untuk ketersediaan barang yang di pesan. Sehingga biaya lebih bisa dialokasikan untuk biaya promosi. Untuk promosi dilakukan dengan mengiklankan produk ke dalam instagram dan facebook adsense. Dan hal ini cukup berhasil ditambah dengan potongan harga yang dilakukan, namun ketika dikembalikan dengan harga normal penjualan menurun kembali.

3.2.3 Permintaan konsumen yang selalu berbeda dan berubah-ubah

Dalam dunia fashion terdapat perubahan dari mode ke mode yang lain, begitu juga sepatu perubahan model yang sedang trend. Trend fashion khususnya sepatu di indonesia bisa mengalami perubahan setiap bulan. Trend Fashion yaitu cara berpakaian yang baru, up to date dan mengikuti perkembangan zaman. trend fashion juga merupakan gaya hidup seseorang yang diaplikasikan dalam cara seseorang dalam mengenakan pakaian, aksesoris, atau bahkan dalam bentuk model rambut hingga make up. Saat ini, perkembangan fashion di Indonesia sudah sangat pesat, yang diikuti dengan trend yang silih berganti. Dampak perkembangan fashion tersebut tentu saja membuat masyarakat mau tidak mau mengikuti trend yang ada. Bahkan bukan hanya sekedar mengikuti tetapi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat modern saat ini untuk tampil trendy dan stylish. Dengan perkembangan media baik cetak, elektronik hingga internet yang berperan sebagai pemberi informasi kepada masyarakat turut memengaruhi masyarakat dalam mengikuti trend, selain dari faktor permintaan masyarakat yang telah menjadikan fashion sebagai suatu kebutuhan. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa trend fashion adalah busana atau pakaian yang sedang dibicarakan atau di gunakan oleh banyak orang di masyarakat.

Sehingga dalam masalah ini perlu dilakukan pembaharuan informasi dan dilakukan forecasting, hal ini bisa diidentifikasi salah satunya dengan up date informasi melalui influencer. Dari informasi tersebut PnkShoes selalu mencoba untuk memenuhi permintaan konsumen, namun dari pelanggan yang update informasi mengenai trend masih cenderung sedikit, sehingga masih bisa untuk memenuhi perubahan kebutuhan pasar yang ada.

3.2.4 Kesulitan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Mendapat kepercayaan dalam menjalankan bisnis ini sangatlah penting, karena dengan adanya kepercayaan customer, tidak ragu untuk membeli produk yang kita tawarkan. Karena dalam aktivitas bisnis yang kita observasi, pertanyaan yang muncul pertama “apakah barang tersebut kw/palsu?”. Sehingga menjadi salah satu dasar dalam berbisnis ini, ketika sudah mendapat kepercayaan walaupun harganya sedikit lebih tinggi, pelanggan akan tetap memilih produk kita. Namun dalam prosesnya banyak customer yang membeli produk kita namun ketika ada diskon atau potongan harga saja. Namun setelah harga kembali normal penjualan menurun. Pelanggan loyalitas ini bisa kita lihat dari data yang masuk dari data pelanggan, maupun dari platform jual beli online yang ada. Loyalitas pelanggan ini bisa dilihat dari data yang masuk dari pencatatan secara offline maupun penjualan yang melalui platform penjualan digital. Hal ini dilakukan dengan cara meminta nomor whatsapp maupun email untuk pengiriman nota penjualan kepada pelanggan dan pemberian informasi jika ada promosi dimasa mendatang.

Solusi dari permasalahan tersebut yaitu dengan menjaga dan menambah pelayanan yang utama untuk pelanggan. Pink shoes menggaransi produk untuk barang kw untuk di tukar dengan 2 pasang sepatu original dan untuk ukuran yang salah bisa ditukar dengan size yang sesuai. Dan dilakukan dengan membuat loyalty card atau kartu loyalitas di mana diharapkan untuk mentrigger pelanggan membeli kembali produk kita. Namun untuk loyalty sampai saat ini belum ada yang melakukan lebih dari 4 kali pembelian kembali.



Gambar 3. 157 Kartu Loyalitas Pelanggan

3.3 Evaluasi Bisnis

Bisnis sepatu Pink Shoes dalam menjalankan bisnisnya untuk memaksimalkan penjualan dan keuntungan. Rencananya, dengan fokus pada pemilihan untuk strategi pemasaran. Pada dasarnya harus ada informasi yang lebih uptodate sehingga untuk model model yang akan booming sudah bisa di prediksi. Dan untuk penjualan di lakukan secara konvensional dan online. Untuk ciri khas mungkin kita akan berfokus pada rare sehingga pasar yang dicari bukan hanya untuk warga daerah operasional bisnis, namnu seluruh indonesia. Sehingga pasar akan selalu ada.

Punya konsep yang menarik, memanfaatkan koneksi virtual dan media sosial, menggunakan mitra terdekat dan mencari konsumen yang baru. Mencari informasi dan mengolah informasi yang akan di promosikan merupakan salah satu hal yang penting, karena berhubungan dengan dunia fashion yang selalu mengikuti dengan trend yang ada.

Untuk mengatasi masalah kurangnya pengetahuan masyarakat, kita selalu mengedukasi dengan konten-konten yang ada di media sosial agar masyarakat mengetahui bagaimana kebanggaan menggunakan sepatu original. hal ini akan memberikan efek secara tidak langsung sebagai pemasaran juga yaitu trust kepada customer.

Berdasarkan hasil evaluasi bisnis yang telah dilakukan maka selanjutnya, Toko Sepatu Pink Shoes berencana untuk dilakukan pengembangan strategi khususnya pada pemasaran dengan dilakukan kolaborasi dengan brand atau dengan influencer lokal. Dan membuka cabang baru di kota yang berbeda dan tetap pada konsep yang sama dengan konsep penjualan yang dilakukan pada saat sekarang. Diharapkan untuk selanjutnya Pink Shoes bisa semakin berkembang dengan memperluas cabang-cabangnya. Selain itu juga perlu melakukan pencarian supplier baru yang mempunyai stok sepatu kategori rare, karena banyak customer yang mencari sepatu jenis rare meskipun harga terbilang mahal tetapi Pink Shoes sendiri

mulai dipercaya customer karena mampu menghadirkan sepatu rare dengan harga wajar.



BAB IV

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Praktek bisnis telah dijalankan dengan baik sebagai Tugas Akhir, terhitung dari periode bulan September 2019 sampai dengan Agustus 2020. Mendasar pada Konsentrasi Manajemen Pemasaran, maka Toko Sepatu Pink Shoes secara langsung menghasilkan beberapa informasi terkait dengan Manajemen Pemasaran yang secara khusus diimplementasikan pada proses berjalannya bisnis yang bisa disimpulkan sebagai berikut:

Dalam tahap awal pemunculan ide dan rencana bisnis, pentingnya dilakukan beberapa analisa meliputi analisa aspek pasar untuk mengetahui potensi bisnis yang ada. Dilanjutkan juga dengan membuat analisis Business Model Canvas dalam menyusun point-point penting dalam membuat sebuah bisnis yang bukan hanya menjual sebuah produk namun juga menghadirkan sebuah jasa pelayanan.

Ketika semua aspek-aspek rencana awal bisnis telah dianalisa lalu perusahaan dapat menyimpulkan Strategi Pemasaran apa yang sesuai dan dilakukan perencanaan step by step dengan baik dan terarah. Menghadirkan inovasi baru akan promo-promo di tiap bulannya dapat membantu perusahaan dalam mendapatkan dan mempertahankan konsumen baru.

Namun dalam implementasinya pertumbuhan perusahaan terhambat dikarenakan pandemi Covid 19 sehingga diperlukan penyesuaian strategi yang ada. Sehingga difokuskan untuk bertahan untuk menghadapi pandemi covid. Pelanggan sepatu Pink Shoes kebanyakan dari customer baru, pada saat ini untuk pemasaran kita fokuskan pada customer baru. Pada customer lama ketika ada diskon pada momen tertentu dan produk baru selalu follow up melalui broadcast via wa business yang sudah dicantumkan di data customer bagi yang sudah mempunyai loyalty card. Dengan adanya beberapa program untuk strategi pemasaran penjualan naik namun ketika kembali ke harga normal kembali turun, sehingga kedepannya perlu strategi untuk mendongkrak penjualan. Pada saat pandemi PinkShoes tidak mendapatkan laba seperti yang diharapkan, namun dengan adanya strategi yang ada

dapat bertahan dan menyesuaikan dengan adanya peraturan pemerintah mengenai mobilitas masyarakat, dilakukan COD dan fokus pada penjualan online sehingga belum dilakukan untuk penambahan karyawan.

Pinkshoes dalam implementasi kegiatan bisnis selalu dilakukan dengan sesuai rencana namun untuk hasil masih ada yang perlu dilakukan untuk penyesuaian dan peningkatan agar bisa bersaing dengan yang lain. Dalam implementasi kegiatan bisnis Pinkshoes mengalami beberapa permasalahan permasalahan:

Program edukasi mengenai sepatu original kurang berhasil sehingga dilakukan kerja sama dengan para influencer dengan edukasi ternyata tidak berefek signifikan. Keterbatasan modal untuk promosi di selesaikan dengan solusi Pink Shoes yaitu bekerja sama untuk melakukan pembelian namun pembayaran dilakukan ketika produk sudah terjual. Dan anggaran bisa dilakukan untuk menambah biaya promosi melalui platform digital. Strategi ini berhasil ketika ditambah dengan potongan harga, ketika harga kembali normal penjualan juga ikut turun.

Dan permintaan konsumen yang selalu berbeda dan berubah-ubah Pink Shoes selalu mencoba untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. dunia fashion terdapat perubahan dari mode ke mode yang lain, begitu juga sepatu perubahan model yang sedang trend. Dengan dilakukan pembaruan informasi dan forecasting dengan selalu up date informasi salah satunya melalui influencer. Namun dari pelanggan yang juga update informasi mengenai trend masih cenderung terbatas jumlahnya, sehingga Pink Shoes masih mampu untuk memenuhi perubahan kebutuhan pasar yang ada. Pemberian garansi untuk produk yang terbukti palsu atau tidak original dan dengan bisa menukar untuk ukuran jika tidak sesuai. Dan melakukan pembuatan loyalty card atau kartu loyalitas pelanggan sehingga diharapkan mentrigger pelanggan untuk melakukan pembelian kembali pada Pink Shoes. Namun sampai saat ini belum ada yang melakukan pembelian kembali lebih dari 4 kali.

Yang terakhir, perlunya perusahaan untuk peka terhadap perubahan lingkungan yang ada seperti dengan adanya ***Pandemic Covid-19***, perusahaan harus bisa jeli melihat inovasi apa yang bisa dilakukan dalam menyelamatkan penjualan

perusahaan. Menghadirkan konsep penjualan dengan ide baru, dapat menjadi solusi perusahaan untuk dapat tetap eksis ditengah pandemic yang ada.

4.2 Rekomendasi

1. Sepatu Pink Shoes dalam hal ini menggunakan marketing mix dipadukan dengan analisa bisnis model canvas pada bisnis yang berjalan. Sehingga kedepannya perlu analisa secara berkala untuk mengetahui strategi selanjutnya untuk menyesuaikan dengan target pasar yang ada di Kabupaten Kebumen.
2. Asepek Pemasaran: Untuk pemasaran Pink Shoes melakuan penjualan online dan offline. Namun di karenakan adanya pandemi covid 19, maka dilakukan penjualan COD dan sepatu second untuk menambah minat costumer
3. Aspek Keuangan: Agar keuangan tidak membengkak perlu dilakukan mendapatkan informasi dari beberapa supplyer baru agar bisa menekan biaya untuk produknya.
4. Aspek SDM: Untuk karyawan tidak harus memiliki karyawan yang banyak, sehingga bisa memangkas keuangan, namun pekerjaan yang dilakukan tidak terjadi penumpukan.

DAFTAR REFERENSI

Alimudin, A. (2017). Peran Sistem Manajemen Kinerja, Kompetensi Pegawai dan Promosi Jabatan dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(3), 155–165.

A. Sihotang, *Manajemen Sumber Daya Manusia Cetakan Pertama*, Jakarta: PT Pradnya Paramitha, 2007, hlm. 101

Bohlander, George & Scott Snell. 2010. “Principles of Human Resource Management”. 15th ed. Mason, OH: South Western-Cengage Learning

Brigham, Eugene F. dan Joul F Houston. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. Pemasaran Jasa. Jakarta: Airlangga, 2012

Hasibuan, Malayu S.P.. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.

Heizer, J., Render, B. & Munson, C., 2017. *Principles of Operations Management Sustainability and Supply Chain Management*. London: Pearson.

Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia Cetakan kedua*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004, hlm. 179

IARC Monographs. (2010). *Shift Work*. World Health Organization International; agency for Research on Cancer, vol. 98(8): 563-764.

I Komang Ardana dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hlm. 57

Kawula Muda. (2017, 19 November). Jualan Online di Instagram ala Kaum Milenial. Kumparan.com. Diakses pada 10 Februari dari <https://kumparan.com/kawula-muda/jualan-online-di-instagram-ala-kaum-milenial>.

Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2012). *Principles of Marketing*. Fourteenth Edition. Prentice Hall International Inc. New Jersey.

Kotler, Philip and Kevin L Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th ed. Prentice Hall International Inc. New Jersey.

Lovelock, Wirtz..2011 Services Marketing (People, Technology, Strategy)
.Pearson Education Limited. England

Michael E Porter, Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan
Mempertahankan Kinerja Unggul, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994, Hlm 11

Porter, M.E. (1980), *Competitive Strategy*, Free Press, New York, 1980.

Rangkuti, Freddy. 2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.
Jakarta : PT. Gramedia.

Robbins, P. Stephen, Mary Coulter. 2014. Management. Twelfth
Edition.United States: Pearson Education Limited

