

BAB 4

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan Bisnis

Insole merupakan sol dalam sepatu yang memiliki fungsi utama untuk melindungi kaki penggunanya dari cedera. Fungsi utama lainnya ialah memberikan kenyamanan terhadap pengguna dibanding dengan memakai sepatu tanpa *insole*. Awal mula ide bisnis ini dibuat berdasarkan ketertarikan penulis dalam bidang sepatu untuk olahraga yang nyaman.

Æske merupakan bisnis kecil yang bergerak di bidang produksi *insole* dengan jumlah produksi tiap bulannya mencapai 12 pasang *insole*. Bisnis ini memiliki target anak muda yang berusia 17-30 tahun di Bandung yang juga menggunakan *insole* pada *sneakers* untuk kesehatan dan kenyamanan. Hal ini yang membuat *positioning* *Æske* menjadi kurang tepat, ini dikarenakan untuk anak muda yang berusia antara 17-30 tahun masih belum memiliki keinginan membeli sebuah produk *insole* untuk kesehatan dan kenyamanan.

Seiring berjalannya waktu, penulis memutuskan untuk memanfaatkan *knowledge* tentang bisnis *insole* secara praktis. Juga menjadikan ketidaksuksesan bisnis *Æske insole* ini sebagai suatu pembelajaran berharga untuk penulis mengetahui letak dan celah-celah berbisnis *insole* di Indonesia. Akan tetapi penulis memutuskan untuk menunda sementara aktifitas bisnis *Æske* hingga segmen pasar di Indonesia siap untuk menerima inovasi produk *insole*. Pada praktiknya terdapat 3-4 *brand insole* yang telah lebih dulu masuk didalam pasar Indonesia.

Meskipun demikian, penulis masih memiliki harapan untuk menemukan *investor* yang tepat yang bisa memberikan dana/permodalan yang memadai. Dengan demikian bisnis *insole* bisa berpeluang menjadi *brand top of mind* di

Indonesia maupun mancanegara, dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat.

4.2. Strategi Ke Depan

Penulis menyadari bahwa bisnis *insole* belum dapat dipraktikkan secara efektif dan efisien di Indonesia. Melalui proses belajar melakukan bisnis *Æske*, penulis menjumpai banyak hal yang masih harus dibenahi. Berikut adalah strategi yang perlu dilakukan guna memberikan efektif dan efisien dalam berlangsungnya aktivitas bisnis *Æske*.

4.2.1. Pengembangan Produk

Penulis berencana untuk mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki produk yang sudah dibuat sebelumnya. Dalam hal ini penulis ingin terlebih dahulu mendapatkan *supplier* tetap yang memberikan kualitas yang memiliki mutu, sehingga produk *Æske insole* tetap terjaga standar kualitasnya.

4.2.2. Penambahan Kapasitas Produksi

Penulis juga berencana untuk memproduksi *insole* dalam kuantitas yang besar, penambahan kapasitas produksi ini dapat menjadi faktor peningkatan *profit* jika diiringi dengan permintaan konsumen terhadap produk *insole Æske* yang juga tinggi. Hal ini dilakukan karena keuntungan atau laba yang diterima dari setiap hasil penjualan produk *insole* hanya memiliki selisih sekitar Rp. 20.000 atau sekitar 25% dari harga pokok penjualan.

4.2.3. Penetrasi Pasar

Penulis berpendapat bahwa penetrasi pasar cukup penting dilakukan, karena produk *insole* merupakan produk baru yang akan ditargetkan pada pasar yang masih belum memiliki *knowledge* tentang produk *insole*. Menurut David (2001) dikutip dari www.contohdanfungsi.blogspot.co.id/2013/07/3-strategi-strategi-intensif-menurut (pada 19 Februari 2017 pukul 21.07 wib) Penetrasi pasar (*market penetration*) adalah strategi yang mengusahakan meningkatkan pangsa pasar untuk produk yang ada di pasar saar ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar. Dalam hal ini penulis berencana untuk menambah media promosi melalui *Google Ads* dan *Instagram Ads*. Strategi ini akan menambah *awareness* masyarakat terhadap *brand* fungsi *insole* itu sendiri sehingga konsumen akan lebih tinggi keinginan untuk membeli produk *insole*.

DAFTAR PUSTAKA

Kutipan Buku

Zimmerer, T.W., and Scarborough, N. M. 2008. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary dan Dewi Fitriasari. Salemba Empat. Jakarta

Kotler, P and Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Website

www.statista.com/chart/6389/americas-most-wanted-sneaker-brands/

(18 September 2016 pukul 21.00 WIB)

www.chucksconnection.com/marketing.html

(18 September 2016 pukul 21.20 WIB)

www.contohdanfungsi.blogspot.co.id/2013/07/3-strategi-strategi-intensif-menurut

(19 Februari 2017 pukul 21.07 WIB)

www.journals.lww.com/acsmmsse/Fulltext/2003/02000/Effect_of_Shoe_Inserts_on_Kinematics,_Center_of.21.aspx

(22 Maret 2017, pukul 10.00 WIB)

www.bersosial.com/threads/ketauhi-macam-macam-bahan-sepatu-dan-sol-sepatu.25690/

(22 Maret 2017 pukul 13.00 WIB)