

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Muhar, R. S., & Humaeriyah, H. (2026). Analisis Strategi Pemasaran dan Kelayakan Bisnis Ritel Sepatu: Studi Kasus Toko Sepatu benzboysclub__. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(1), 2864-2871. <https://doi.org/10.63822/40382r82>

PENDAHULUAN

Sepatu merupakan salah satu kebutuhan krusial dalam aktivitas sehari-hari, yang berfungsi ganda baik sebagai pelindung kaki maupun sebagai elemen penting penunjang penampilan. Seiring dengan perkembangan tren *fashion* dan pergeseran gaya hidup masyarakat, permintaan terhadap sepatu dengan berbagai model dan fungsi spesifik terus mengalami peningkatan. Dinamika ini membuka peluang usaha ritel yang sangat menjanjikan, terutama karena target pasarnya yang luas mencakup seluruh kelompok usia, dari anak-anak hingga dewasa.

Namun, di tengah potensi pasar yang besar, persaingan di sektor ritel sepatu semakin kompetitif dengan adanya tantangan dari toko-toko lokal maupun platform penjualan daring (*online*). Oleh karena itu, diperlukan sebuah analisis yang mendalam melalui studi kelayakan bisnis untuk mengevaluasi apakah rencana pendirian Toko Sepatu benzboysclub__ memiliki potensi keberlanjutan dan layak dijalankan dari berbagai sudut pandang profesional.

Tujuan utama dari penulisan ini adalah untuk menilai tingkat kelayakan usaha tersebut dengan melakukan analisis komprehensif pada aspek perilaku konsumen, pasar dan pemasaran, sumber daya manusia, hingga aspek keuangan. Analisis ini diharapkan dapat menjadi landasan pengambilan keputusan yang strategis dalam meminimalisir risiko kegagalan serta memastikan efisiensi operasional usaha.

Beberapa faktor kunci kesuksesan yang diidentifikasi dalam pengembangan usaha ini meliputi perencanaan yang matang, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan selera konsumen, serta konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan layanan. Selain itu, integrasi strategi pemasaran yang efektif baik secara luring maupun daring serta kemampuan mengelola risiko keuangan menjadi pilar utama dalam menjamin stabilitas dan pertumbuhan bisnis jangka panjang. Melalui pendekatan ini, studi kelayakan ini akan memberikan gambaran nyata mengenai potensi profitabilitas dan strategi mitigasi tantangan di era ritel modern.

LANDASAN TEORI

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menilai sejauh mana sebuah proyek atau usaha layak untuk dijalankan. Analisis ini sangat penting sebagai dasar pengambilan keputusan strategis guna meminimalkan risiko kegagalan di masa mendatang. Kelayakan sebuah usaha ritel, seperti toko sepatu, dinilai melalui integrasi beberapa aspek utama, meliputi pasar, teknis operasional, manajemen, hingga keuangan.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai serangkaian tindakan dan proses yang dilakukan individu dalam mencari, memilih, membeli, hingga mengevaluasi produk atau jasa. Memahami perilaku konsumen memungkinkan pelaku usaha menyusun strategi pemasaran yang lebih akurat dan relevan. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku ini antara lain:

- **Aspek Budaya:** Memengaruhi selera dan gaya hidup yang menentukan jenis produk yang diminati masyarakat.

- **Aspek Sosial:** Melibatkan pengaruh lingkungan seperti keluarga dan rekan sejawat dalam keputusan pembelian.
- **Aspek Pribadi:** Mencakup variabel usia, pekerjaan, dan pendapatan yang membentuk daya beli konsumen.
- **Aspek Psikologis:** Berkaitan dengan motivasi dan persepsi konsumen terhadap kualitas serta tren produk.

Pemasaran dan Strategi *Marketing Mix*

Pemasaran bertujuan untuk mengidentifikasi peluang pasar serta memastikan produk dapat diterima oleh target konsumen di tengah persaingan. Strategi pemasaran yang efektif umumnya menggunakan pendekatan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P:

- **Product (Produk):** Penyediaan variasi model (kasual, formal, olahraga) yang mengikuti tren terkini.
- **Price (Harga):** Penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau sesuai dengan segmentasi pasar.
- **Place (Tempat):** Pemilihan lokasi yang strategis untuk menjamin trafik pengunjung yang tinggi.
- **Promotion (Promosi):** Penggunaan media sosial dan program insentif seperti diskon atau *bundling* untuk menarik minat beli.

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM merupakan pilar operasional yang memastikan pelayanan pelanggan berjalan prima. Dalam bisnis ritel, kualitas SDM dinilai dari kemampuan komunikasi, kejujuran, serta pemahaman terhadap tren produk guna membangun loyalitas pelanggan.

Analisis Keuangan

Analisis keuangan dilakukan untuk menilai potensi profitabilitas dan keberlanjutan ekonomi dari investasi yang dilakukan. Komponen utama dalam analisis ini meliputi:

- **Kebutuhan Modal Awal:** Total investasi yang diperlukan untuk memulai operasional usaha.
- **Biaya Operasional:** Beban rutin bulanan seperti gaji, listrik, dan promosi.
- **Proyeksi Pendapatan:** Estimasi omzet berdasarkan target penjualan harian.
- **Break Even Point (BEP):** Titik di mana usaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan, yang menjadi indikator kecepatan pengembalian modal.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mixed methods*). Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek pasar, manajemen, dan hukum. Sementara pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengolah data survei perilaku konsumen dan melakukan proyeksi keuangan serta perhitungan *Break Even Point* (BEP).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen potensial toko sepatu di wilayah sasaran. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan target pasar. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 orang responden.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan terdiri dari dua jenis:

1. **Data Primer:** Diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden. Kuesioner dirancang menggunakan Skala Likert (1-5) untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.
2. **Data Sekunder:** Diperoleh melalui studi pustaka, observasi tren fashion terkini, serta pengumpulan data biaya-biaya operasional dan investasi untuk analisis keuangan.

Variabel Penelitian

Variabel yang dianalisis dalam studi ini meliputi:

- **Variabel Perilaku Konsumen:** Kualitas produk, kenyamanan, ketersediaan ukuran (*size*), dan daya saing harga.
- **Variabel Kelayakan Bisnis:** Strategi *Marketing Mix* (4P), kebutuhan modal investasi, biaya operasional, dan laba bersih.

Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan beberapa tahapan:

1. **Analisis Deskriptif:** Menggambarkan profil responden dan preferensi mereka terhadap produk sepatu berdasarkan hasil survei.
2. **Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran:** Menggunakan analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan Bauran Pemasaran (4P).
3. **Analisis Aspek Keuangan:** Melakukan perhitungan total investasi, proyeksi pendapatan bulanan, dan penentuan waktu pengembalian modal menggunakan metode *Break Even Point* (BEP).
 - Rumus BEP (Rupiah) = $\text{Total Biaya Tetap} / (1 - (\text{Biaya Variabel} / \text{Harga Jual}))$
4. **Analisis Kelayakan:** Menarik kesimpulan dari seluruh aspek (Pasar, SDM, Keuangan, Hukum) untuk menentukan apakah bisnis dinyatakan "Layak" atau "Tidak Layak".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Perilaku Konsumen

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 30 responden, ditemukan bahwa keputusan pembelian konsumen pada Toko Sepatu benzboysclub__ sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas produk dan harga.

- **Kualitas Produk:** Sebesar 50% responden memberikan respon "Sangat Setuju" bahwa kenyamanan dan daya tahan bahan adalah prioritas utama mereka. Hal ini menunjukkan bahwa

konsumen di segmen ini cenderung memiliki loyalitas tinggi terhadap produk yang mampu memberikan nilai jangka panjang.

- **Kesesuaian Harga:** Analisis menunjukkan bahwa rentang harga yang kompetitif menjadi daya tarik utama. Konsumen merasa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang diterima (value for money).
- **Ketersediaan Ukuran (Size):** Salah satu keunggulan kompetitif toko fisik adalah kemampuan konsumen untuk mencoba langsung. Responden menekankan bahwa kelengkapan stok ukuran adalah faktor penentu keputusan pembelian akhir di toko.

Analisis Aspek Pemasaran (STP dan 4P)

Strategi pemasaran dijalankan melalui pendekatan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terintegrasi:

- **Segmenting & Targeting:** Target pasar utama adalah masyarakat di wilayah sekitar dengan rentang usia remaja hingga dewasa yang aktif dan mengikuti tren fashion.
- **Positioning:** Toko memposisikan diri sebagai penyedia produk original dengan pelayanan yang personal dan responsif.
- **Product:** Menyediakan berbagai kategori sepatu (Formal, Kasual, dan Olahraga) dari merk-merk yang sedang diminati.
- **Price:** Strategi harga mengikuti harga pasar ritel namun dengan skema diskon berkala untuk menarik minat pembeli baru.
- **Place:** Lokasi toko berada di area yang mudah diakses (strategis) untuk memastikan trafik pengunjung harian yang optimal.
- **Promotion:** Memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dua arah dengan pelanggan dan penyebaran informasi promo.

Analisis Aspek Keuangan dan Profitabilitas

Data keuangan menunjukkan struktur permodalan dan potensi laba sebagai berikut:

- **Modal Investasi:** Total kebutuhan modal sebesar Rp70.000.000 (mencakup renovasi, stok awal, dan operasional awal).
- **Estimasi Pendapatan:** Dengan target penjualan harian yang realistis, toko diproyeksikan meraup omzet bulanan sebesar Rp30.000.000.
- **Beban Operasional:** Total biaya tetap dan variabel (sewa, gaji, listrik, pemasaran) diperkirakan sebesar Rp20.000.000 per bulan.
- **Laba Bersih:** Proyeksi laba bersih bulanan adalah Rp10.000.000.

Analisis Break Even Point (BEP)

Berdasarkan perhitungan rasio antara modal investasi dan laba bersih bulanan. Waktu pengembalian modal (Payback Period) selama 7 bulan dikategorikan sangat cepat untuk sektor bisnis ritel, yang menandakan risiko finansial yang relatif rendah.

Analisis Aspek Hukum dan SDM

Dari sisi legalitas, usaha telah memenuhi syarat dasar melalui kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan izin perdagangan. Pada aspek SDM, struktur organisasi dirancang secara ramping dengan penekanan pada kejujuran dan kemampuan komunikasi staf untuk menjaga kepuasan pelanggan, yang secara langsung berkontribusi pada angka *repeat order*.

Pembahasan Keseluruhan

Secara komprehensif, integrasi antara pemahaman perilaku konsumen yang kuat dengan manajemen keuangan yang disiplin menjadi kunci kelayakan bisnis ini. Kecepatan pengembalian modal selama 7 bulan menunjukkan bahwa model bisnis Toko Sepatu benzboysclub__ sangat prospektif. Namun, pemilik harus tetap waspada terhadap pergerakan stok (*fast moving* vs *slow moving*) dan terus beradaptasi dengan tren fashion digital agar tetap relevan di mata konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap rencana bisnis Toko Sepatu benzboysclub__, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. **Aspek Pasar dan Perilaku Konsumen:** Terdapat potensi pasar yang kuat di mana konsumen sangat memprioritaskan kualitas produk (kenyamanan dan daya tahan) serta ketersediaan ukuran (*size*) yang lengkap. Strategi *Marketing Mix* 4P yang dirancang telah sesuai dengan ekspektasi target pasar remaja hingga dewasa.
2. **Aspek Finansial:** Bisnis ini menunjukkan performa keuangan yang sangat sehat. Dengan modal investasi sebesar Rp70.000.000 dan proyeksi laba bersih Rp10.000.000 per bulan, waktu pengembalian modal (*Break Even Point*) tercapai hanya dalam waktu 7 bulan. Hal ini menunjukkan tingkat efisiensi dan profitabilitas yang tinggi.
3. **Kelayakan Bisnis:** Melalui evaluasi komprehensif terhadap aspek hukum (legalitas NIB), sumber daya manusia, pemasaran, dan keuangan, rencana pendirian Toko Sepatu benzboysclub__ dinyatakan layak untuk dilaksanakan.

SARAN

Untuk meningkatkan keberlanjutan dan pengembangan bisnis di masa depan, penulis menyarankan beberapa poin strategis berikut:

1. **Digitalisasi Manajemen Stok:** Mengingat produk sepatu memiliki variasi model dan ukuran yang sangat banyak, pemilik disarankan menggunakan sistem *Point of Sales* (POS) berbasis digital untuk memantau pergerakan stok secara *real-time* guna menghindari penumpukan stok mati (*dead stock*).
2. **Strategi Penjualan Omnichannel:** Selain mengandalkan toko fisik, sangat direkomendasikan untuk melakukan ekspansi ke platform *marketplace* (seperti Shopee, Tokopedia, atau TikTok Shop) guna menjangkau pangsa pasar yang lebih luas di luar wilayah geografis toko.

3. **Adaptasi Tren Mode:** Bisnis ritel fashion sangat bergantung pada tren. Pemilik harus secara konsisten melakukan riset tren global dan lokal agar koleksi produk tetap relevan dengan selera konsumen yang dinamis.
4. **Peningkatan Layanan Pelanggan:** Mengingat perilaku konsumen yang sangat mempertimbangkan aspek personal dalam pembelian *offline*, pelatihan SDM dalam hal *product knowledge* dan pelayanan ramah harus terus ditingkatkan untuk membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhar, R. S. (2024). *Laporan Studi Kelayakan Bisnis: Toko Sepatu benzboysclub*__. Bandung: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung.
- Humaeriyah, H. (2024). *Modul Perkuliahan Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: Universitas Muhammadiyah Bandung.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Global Edition). England: Pearson Education Limited.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Komprehensif Rencana Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2020). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja* (Terkait kemudahan perizinan melalui NIB). Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 tentang *Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko*.