

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*Commuting* sudah menjadi gaya hidup pekerja di Jakarta. Menurut Badan Pusat Statistik, pada tahun 2018 terdapat 3.259.894 komuter Jabodetabek setiap harinya dan 53,9% di antaranya adalah pekerja pria. Para pekerja tersebut terdiri dari banyak sektor pekerjaan, salah satunya merupakan pekerja formal yang mayoritas diwajibkan menggunakan sepatu kulit sebagai atribut untuk bekerja sehari-hari. Hasil riset perusahaan menunjukkan, bahwa sepatu kulit memiliki kekurangan dari segi kenyamanan dan desain yang terlalu kaku, sehingga hanya cocok digunakan untuk kegiatan formal.

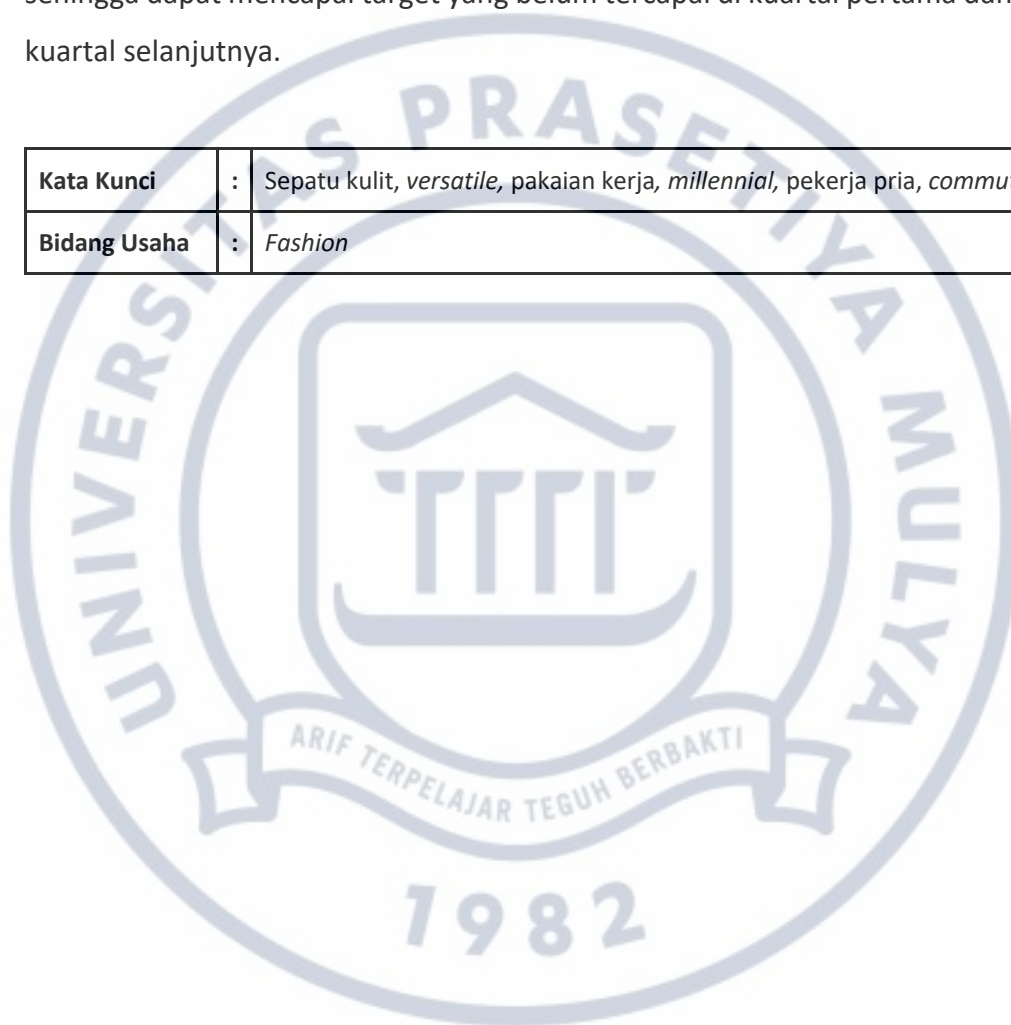
Melihat permasalahan tersebut, UTARA Footwear menawarkan sepatu kulit asli dengan bentuk *round toe* beralaskan *commando sole* yang cocok dipadukan dengan pakaian untuk menghadiri acara formal maupun kasual, serta dilengkapi oleh *padded insole* dan *suede lining* untuk memberikan kenyamanan lebih dalam beraktivitas. Menurut *Euromonitor*, tren pembelian sepatu kulit pria terus mengalami peningkatan sampai 2023 dan terdapat perkiraan permintaan sebanyak 475.568 pasang sepatu yang sesuai dengan target *market* kami.

Dengan *value* yang ditawarkan perusahaan serta kesempatan dan persaingan eksternal pada industri ini, UTARA Footwear memiliki strategi untuk fokus melakukan riset dan pengembangan untuk satu tahun ke depan dengan merilis empat produk baru yang diharapkan dapat menjawab kebutuhan target pasar tersebut. *Break Even Point* juga telah diproyeksikan saat sudah dapat menjual sepatu sebanyak 358 pasang.

UTARA Footwear telah merilis dua produk yang diproduksi melalui *outsourcing* oleh vendor sejak hampir empat bulan berjalan. Target pencapaian pendapatan sebesar Rp 56.603.000 pada empat bulan tersebut dengan target *Gross Profit Margin* sebesar 57% telah ditetapkan, namun UTARA Footwear tidak berhasil mencapai target tersebut dengan hanya menjual sebanyak 66 pasang dengan total pendapatan Rp35.993.000, dan *Gross Profit Margin* di angka 52%. Beberapa penyebab tidak tercapainya target tersebut diperkirakan karena

proyeksi jumlah produksi per ukuran yang kurang baik sehingga habisnya jumlah stok ukuran favorit dan kegiatan promosi yang kurang optimal. Berjalannya usaha ini selaras dengan terjadinya pandemi COVID-19 yang juga menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat, serta terdapat penurunan kapasitas produksi yang dapat dihasilkan oleh vendor. Dengan demikian, UTARA Footwear telah menciptakan mitigasi dan langkah strategis untuk diterapkan pada kuartal kedua, sehingga dapat mencapai target yang belum tercapai di kuartal pertama dan pada kuartal selanjutnya.

<b>Kata Kunci</b>	:	Sepatu kulit, <i>versatile</i> , pakaian kerja, <i>millennial</i> , pekerja pria, <i>commuter</i>
<b>Bidang Usaha</b>	:	<i>Fashion</i>



## EXECUTIVE SUMMARY

Commuting has become a lifestyle for workers in Jakarta. According to the Central Statistics Agency, in 2018 there were 3,259,894 *Jabodetabek* commuters every day and 53.9% of them were male workers. These workers consist of many sectors of work, one of which is formal workers, the majority of whom are required to wear leather shoes as an attribute for their daily work. The company's research results show that leather shoes have shortcomings in terms of comfort and a design that is too rigid, so they are only suitable for formal activities.

Seeing this problem, UTARA Footwear offers genuine leather shoes with a round toe on a commando sole that is suitable to be combined with clothes for attending formal and casual events, and is equipped with padded insole and suede lining to provide more comfort in your activities. According to Euromonitor, the buying trend for men's leather shoes will continue to increase until 2023 and there is an estimated demand for 475,568 pairs of shoes according to our target market.

With the value offered by the company as well as opportunities and external competition in this industry, UTARA Footwear has a strategy to focus on conducting research and development for the next year ahead and by releasing four new products which are expected to answer the needs of its target market. The Break Even Point has also been projected when 358 pairs of shoes are sold.

UTARA Footwear has released two products which are produced through outsourcing by vendors since nearly four months running. The revenue target of IDR 56,603,000 in those four months with a Gross Profit Margin target of 57% has been set, however UTARA Footwear did not succeed in achieving this target by only selling 66 pairs with a total income of IDR 35,993,000, and Gross Profit Margin at 52%. Some of the reasons for not achieving those targets are estimated due to the inadequate projection of the amount of production per size, resulting in a lack of favorable size stocks and the deficient promotional activities. The operation of this business is in line with the occurrence of the COVID-19 pandemic which has also caused a decline in people's purchasing power, as well as a decrease in

production capacity that can be generated by vendors. Thus, UTARA Footwear has created mitigation and strategic steps to be implemented in the second quarter, so that it can achieve targets that have not been achieved in the first, and in the following quarter.

<b>Keyword(s)</b>	:	<i>Leather shoes, versatile, work attire, millennial, male worker, commuter</i>
<b>Industry</b>	:	<i>Fashion</i>

