

Melihat sulitnya para konsumen di Indonesia untuk mengakses produk-produk impor dari luar negeri, Footurama memutuskan untuk menjual barang-barang *pre-owned* dengan sistem konsinyasi yang dikenakan biaya 30% bagi pemasok barang. Setelah sebelumnya didirikan pada tahun 2003 sebagai forum pecinta sepatu serta pakaian bergaya kasual, pada tahun 2012 Footurama resmi didirikan kembali sebagai butik yang menyediakan layanan konsinyasi. Footurama mempunyai target pasar pria dan wanita dengan usia 17 hingga 35 tahun.

Pada *project improvement* kali ini penulis melakukan wawancara dengan pihak internal perusahaan untuk mengetahui lebih dalam apa yang menjadi masalah utama Footurama. Setelah melakukan wawancara, penulis mendapati bahwa masalah utama dari Footurama adalah rendahnya penjualan pakaian wanita. Penjualan pakaian wanita pada Footurama hingga saat ini hanya 4% dari total penjualan, sementara itu target Footurama adalah 25% dari total penjualan. Setelah mendapatkan masalah utama dari Footurama, penulis melakukan *Focus Group Discussion* sebanyak 2 kali untuk mengetahui *insight* dari informan mengenai Footurama. Informan dari *Focus Group Discussion* adalah para target pasar Footurama. Setelah mendapatkan *insight* tersebut, penulis juga melakukan *benchmark* dengan dua pesaing Footurama yaitu Berrybenka dan Bobobobo.

Hasil yang didapatkan dari *benchmark* terhadap pesaing serta *Focus Group Discussion* sebanyak 2 kali digunakan oleh penulis untuk mencari alternatif solusi terhadap kasus rendahnya *sales* pakaian wanita Footurama. Penulis mendapatkan 3 alternatif solusi, yaitu; edukasi benefit melalui *influencer* dan *fashion blogger*, promosi penurunan biaya konsinyasi khusus untuk produk wanita, serta optimalisasi penggunaan mesin pencari Google.

Melalui analisa pembobotan alternatif solusi, penulis menilai solusi yang terbaik berdasarkan 5 faktor, yaitu; efektivitas, fleksibilitas, waktu, biaya dan juga resiko. Pembobotan tersebut didapatkan berdasarkan survey kepada para target pasar Footurama. Setelah melalui proses penilaian tersebut, solusi yang penulis pilih

adalah alternatif pertama yaitu edukasi *benefit* melalui *influencer* dan *fashion blogger* karena solusi tersebut memiliki nilai yang terbaik diantara alternatif solusi lainnya.



Executive Summary

Finding the difficulties of Indonesian consumers to access imported goods from abroad, Footurama decided to open a consignment store in Jakarta. The consignment itself provide a 30% fee for the suppliers to consign their pre-owned goods via Footurama. Having previously established in 2003 as a forum for streetwear and sneakers addict, Footurama formally re-established in 2012 as a boutique providing consignment services. Footurama has a target market for both men and women with the age of 17 to 35.

In this Project Improvement program, writer conducted interviews with internal party companies to understand more in what is the major problem in Footurama's case. After conducting the interviews writer found that the main problem is the lack of women's apparel sales. The sales of women's apparel in Footurama until now is only 4% from total sales, while Footurama's target is 25%. After discovered the main problem in Footurama's case, writer arranged a Focus Group Discussion to know the insight of Footurama's informants. Writer also conducted benchmark with 2 competitors named Berrybenka and Bobobobo.

The benchmarking and Focus Group Discussion's result will be used by the writer to find an alternative solution to the lack of women's apparel sales case in Footurama, furthermore, writers obtained three alternative solutions, namely; educating benefits through influencers and fashion blogger, a special consignment fee for women suppliers, as well as optimizing the use of the Google search engine.

Through the both weighting and scoring analysis of alternative solutions, the writer assess the best solution based on 5 factors, which are; effectiveness, flexibility, time, cost, and risk. The weighting and scoring are achieved based on the survey to Footurama's target market. After going through the assessment process, the chosen alternative would be the first solution which is educating benefits through influencers and fashion blogger because the chosen solution has the best score among other alternative solutions.