

## BAB II

### PROFIL BISNIS MAGANG KEWIRAUSAHAAN

#### 2.1 Advanced Incubation

Secara garis besar, terdapat 3 sub-bab utama yang dijabarkan penulis secara lengkap, yaitu: Problem Validation, Market Validation, dan Product Validation.

##### 2.1.1. Problem Validation

Seiring berkembangnya industri sepatu dan streetwear dan meningkatnya peminat sepatu dan streetwear di Indonesia, diikuti juga dengan munculnya produk tiruan yang banyak beredar di pasar. Produk tiruan secara visual sekilas sudah mirip dengan yang asli. Jika konsumen tidak mengerti soal barang yang akan dibeli, konsumen akan mudah tertipu. Karena harga sneakers dan streetwear saat ini bagi sebagian orang sudah terlalu mahal dan tidak terjangkau lagi, maka konsumen tertarik untuk membeli barang palsu yang memiliki harga lebih murah. Bahkan ada toko yang menjual barang palsu dengan harga yang sama seperti barang aslinya. Ada juga konsumen yang sangat menginginkan suatu sneaker atau streetwear yang sedang tren, tetapi belum mampu untuk membeli barang aslinya, sehingga mencari alternatif membeli barang palsu. Saat ini sebenarnya sudah banyak kampanye untuk membeli sepatu asli, dan menghindari dari barang palsu. *Influencer* terus memberikan sosialisasi mengenai barang palsu, mereka mendorong masyarakat untuk menggunakan barang asli dan memberikan pengetahuan seputar cara memilih dan membedakan barang asli dan palsu. Konsumen sebaiknya jangan mudah tertarik dengan harga murah maupun membeli hanya karena tren atau mengikuti *hype* dengan membeli barang palsu.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Figure 2.1 Perbandingan Sepatu Palsu dan Asli

Lima cara membedakan barang palsu agar terhindar dari sneaker atau streetwear palsu:

1. Perbanyak ilmu melalui internet. Saat ini sudah banyak referensi mengenai sneaker atau streetwear yang bisa didapatkan. Banyak *influencer* yang membahas mengenai sneaker atau streetwear yang bisa dipelajari. Kanal YouTube Dennis Pondaag dan AdityalogyTV bisa dijadikan referensi untuk belajar.
2. Manfaatkan layanan legit check. Legit check adalah istilah untuk otentikasi produk bermerek. Apabila merasa kesulitan membedakan barang palsu dan asli, konsumen bisa memanfaatkan jasa legit check. Pilih layanan legit check yang sudah terpercaya seperti Depatu atau Sneaker Educator.
3. Perhatikan tag dan material. Konsumen harus teliti memperhatikan fisik barang. Perhatikan, material, warna, logo, dan bordir. Paling mudah bisa dilihat dari tag. Barang asli dan palsu mudah dibedakan dari tag. Tag dari barang asli sulit untuk dipalsukan. Seperti contoh gambar tag sepatu di bawah, perhatikan kedua foto *size tag*. *Font numeric model* pada *size tag* sepatu

Adidas Yeezy palsu terlihat lebih ramping dan tidak tebal seperti pada *font numeric size tag* sepatu Adidas Yeezy asli. Perhatikan juga perbedaan *text font model* pada *size tag* sepatu asli yang dimana tidak lebih tebal dan penempatan teks terlihat lebih rapi dibandingkan dengan *font* sepatu Adidas Yeezy palsu.



Figure 2.2 Perbandingan Tag Sepatu Palsu dan Asli

4. Jangan memaksakan untuk membeli. Bagi pemula yang ingin memiliki sneaker atau streetwear lebih baik jangan terburu-buru dan memaksakan. Saat ini barang palsu sudah sangat mirip dengan barang asli. Lebih baik sabar untuk tidak membeli barang palsu. Cari tahu cara membedakan barang asli dan palsu.
5. Beli di toko yang terpercaya. Cara terbaik untuk mendapatkan barang asli yakni membeli dari toko terpercaya. Pilih toko yang memiliki reputasi baik. Bisa di toko retailer atau toko yang menjamin keaslian produk nya. Agar lebih mudah, konsumen bisa langsung datang ke toko fisik untuk melihat dan mencoba langsung barang yang diinginkan.

Tidak hanya dari segi keaslian produk, harga juga menjadi salah satu perhatian. Jangan sampai konsumen tertipu oleh harga yang ditawarkan toko. Konsumen sebaiknya mencari tahu harga yang wajar untuk barang yang ingin dibeli terlebih dahulu. Konsumen bisa membandingkan harga antar toko, mana yang lebih baik. Jika memungkinkan, konsumen bisa langsung beli di toko retailer.

### 2.1.2. Market Validation

Dalam beberapa tahun terakhir sepatu sneakers dan streetwear di Indonesia terus digemari oleh banyak kalangan. Peran para artis sekaligus *influencer* yang menjadi *role model* pada tren mode di dunia sehingga membuat makin tingginya atensi peminat sepatu sneakers dan streetwear di Indonesia ini. Pameran sneakers dan streetwear ramai dikunjungi pecinta sneakers dan streetwear.



Figure 2.3 Acara Urban Sneaker Society 2022

Jenis sepatu sneakers dan streetwear saat ini merupakan mode bukan hanya tren, jenis sepatu dan streetwear ini sudah menjadi barang wajib di dunia mode dalam beberapa tahun ini, terlebih di kalangan anak muda. Merek sepatu sneakers saat ini ada banyak sekali, mulai dari merek terkenal dunia seperti Nike, Adidas, New Balance, Converse, Puma, Asics, Reebok, dan Vans hingga merek lokal yang tidak kalah bagus seperti Compass, Geoff Max, NAH Project, Parabellum, Patrobas, Pijak Bumi, Seji, dan Ventela. Sementara merek *streetwear* terkenal

seperti Supreme, Stussy, Neighborhood, Off-White, Carhartt, BAPE, Kith, Heron Preston, WTAPS, Anti-Social Social Club, hingga Undeafated juga sangat digemari.

Melihat pangsa pasar sneaker lokal yang sedang meningkat tajam, produsen sneaker lokal pun mulai bermunculan. Terlebih gerakan *#LocalPrideIndonesia* yang selama ini sering digaungkan berpengaruh signifikan terhadap pesatnya daya beli masyarakat.

Ditengah kepopuleran sneakers dan streetwear di Indonesia, muncul kolektor dan komunitas sneakers dan streetwear. Kolektor atau komunitas ini juga memelopori adanya acara sneakers dan streetwear seperti Jakarta Sneaker Day dan Urban Sneakers Society.

Merek-merek sneakers dan streetwear terus melakukan inovasi. Salah satu cara yang kerap dilakukannya ialah dengan melakukan kolaborasi dengan merek lainnya. Sneakers dan streetwear hasil kolaborasi dari merek ini tentunya akan menjadi perhatian karena biasanya hanya tersedia dalam jumlah yang terbatas dan spesial.

Sepatu sneakers dan streetwear saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Begitu popularnya, sepatu sneakers dan streetwear sampai bisa dijadikan alat investasi. Seperti yang terjadi baru-baru ini, Nike mengeluarkan sepatu terbaru mereka Jordan 1 Retro High OG Lost and Found. Sepatu yang dirilis pada 19 November 2022 ini langsung jadi incaran kolektor. Sepatu ini dijual dengan harga retail 2,8 juta Rupiah, dan tidak lama setelah rilis, saat ini sepatu ikonik ini di pasaran dijual senilai 6,2 juta Rupiah tergantung ukuran dan kondisi.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Figure 2.4 Nike Air Jordan 1 Retro High OG Lost and Found

### 2.1.3. Product Validation

Salah satu contoh produk yang dijual HolyGrailSPLY.Id adalah Nike Jordan 1 Retro High Satin Black Toe. Nike Air Jordan menambahkan sentuhan klasik dengan Air Jordan 1 WMNS Satin "Black Toe". Jordan tidak asing dengan menambahkan bahan satin ke Jordan 1. Pada Mei 2018, mereka merilis model satin dari "Shattered Backboard" 1 dengan cara yang sama, mengungkapkan bahwa rilis itu akan dibuat dalam ukuran wanita. Air Jordan 1 ini menampilkan skema warna "Black Toe" klasik. Desain ini dibangun dalam campuran kulit dan konstruksi satin yang memberikan kesan mewah. Logo logam Wings di bagian tumit melengkapi desainnya.



Figure 2.5 Nike Air Jordan 1 Retro High Satin Shattered Backboard

Sejak pertama kali memulai debutnya pada tahun 1985, Nike Air Jordan 1 "Black Toe" telah berkembang menjadi salah satu *OG colorways* yang paling disukai dari sepatu pertama Michael Jordan, dan sekarang dirilis dalam gaya baru khusus wanita lengkap dengan bahan premium. Meskipun *color blocking* dan potongan bentuk sesuai dengan aslinya, konstruksinya berbeda di sini, karena bagian tumit merah dan pelapis kerah dibuat dari tekstil premium untuk menonjolkan nuansa gaya hidup sepatu. Sepatu ini juga dibuat dari bahan satin yang membuat tampilannya terlihat elegan dan berkelas. Logo bola-dan-sayap yang ikonik juga berbeda dari bentuk aslinya, menukar cap merek di bahan kulit dengan lencana logam tiga dimensi di bahan satin. Tidak ada kekurangan di bagian atas lainnya, karena terbuat dari kulit yang lentur. Tampilannya kemudian dilengkapi dengan *midsole* putih dan *outsole* merah. Bagian *inline* juga terbuat dari bahan satin sehingga membuat kaki ketika masuk menjadi lebih nyaman.



Figure 2.6 Nike Air Jordan 1 Retro Black Toe 2016

Meskipun dibuat khusus untuk wanita, tetapi bisa juga digunakan untuk pria, karena siluet dari Nike Air Jordan 1 *unisex* dan tersedia sampai ukuran 12W atau 44,5. Banyak pria yang menggunakan sepatu ini karena warna dan material yang unik. Perpaduan bahan satin dan kulit memberi kesan maskulin dan mewah. Sepatu ini dirilis pada 17 Agustus 2019 dengan harga retail \$ 160 USD. Saat ini harga di pasar Indonesia sudah melambung tinggi dengan harga mulai dari 6,7 juta rupiah sampai 14,8 juta rupiah tergantung ukuran dan kondisi sepatu.



Figure 2.7 Nike Jordan 1 Retro High Satin Black Toe



Figure 2.8 Nike Jordan 1 Retro High Satin Black Toe

## 2.2 Industry Visit

Bagian ini berisi pemaparan dan hasil apa saja yang dipelajari ketika penulis melakukan *industry visit*. Pemaparan terkait proses *study case* dari *start-up* dan UMKM yang *existing* saat ini serta kesimpulan hasil *industry visit* dan efeknya terhadap pengembangan ide bisnis final penulis.

Tanggal 7 Oktober 2022 dilakukan Industry visit ke Co&Co Bandung. Pada kesempatan ini, penulis mengunjungi 2 start-up dan UMKM, yaitu Chocloud by Nadi dan Radio Mara 106.7 FM Bandung. Industri yang pertama dikunjungi Chocloud by Nadi. Chocloud by Nadi merupakan merek makanan penutup yang terbuat dari coklat. Dalam sesi seminar, Liza Susanto sebagai CEO Chocloud by Nadi menjelaskan secara mendalam mengenai bisnis makanan Chocloud by Nadi. Liza Susanto menceritakan bagaimana Chocloud by Nadi didirikan, yang pada



awalnya dimulai dari tugas sekolah anak, lalu mencoba dijual untuk orang terdekat. Sejak dahulu, Liza Susanto gemar membuat makanan dan memiliki dasar belajar membuat kue. Liza Susanto menjelaskan bagaimana ia membesarkan Chocloud by Nadi, dari yang awalnya diproduksi di dapur rumah dan diproduksi dalam jumlah terbatas, hingga saat ini sudah memiliki cabang di kota lain dan bisa dibeli di e-commerce maupun aplikasi ojek online. Tidak hanya itu, Liza Susanto juga berbagi cerita mengenai perjuangannya dalam mengembangkan bisnis Chocloud by Nadi yang ternyata tidak mudah, banyak tantangannya, dari proses produksi hingga mengatur keuangan bisnis. Liza Susanto juga menjelaskan proses produksi coklat Chocloud by Nadi dari masih bahan baku hingga proses pengiriman Chocloud by Nadi. Satu hal yang ditekankan dalam penjelasan oleh Liza Susanto adalah brand value. Suatu bisnis harus memiliki value yang kuat hingga membekas di ingatan konsumen. Value Chocloud by Nadi adalah makanan cemilan terbuat dari coklat berbentuk kubus kecil yang memiliki tekstur lembut dan lumer di mulut, sehingga mudah dimakan. Kemasan juga dirancang sedemikian rupa agar makanan mudah diambil dan tidak berantakan, serta memiliki umur simpan yang lama.



Figure 2.9 Produk Chocloud by Nadi



**chocloud**  
by nadi

Figure 2.10 Logo Chocloud by Nadi



Figure 2.11 Lokasi *Industry Visit Co&Co Bandung*

Industri kedua yang dikunjungi yaitu Radio Mara 106.7 FM Bandung. Radio Mara 106.7 FM adalah salah satu stasiun radio anak muda ternama di Bandung. Program yang dibawakan radio ini diantaranya adalah informasi hiburan dan musik dari dalam dan luar negeri. Radio Mara memiliki slogan “musik terpilih sepanjang hari”. Radio Mara memiliki berbagai program siaran, yaitu Mara Morning, Mara Audiozine, Mara Evening Lite, Mara Special Nights, Mara Weekend Specials, dan Classic Rock. Pada kesempatan ini, perwakilan Radio Mara menceritakan sejarah Radio Mara didirikan dan struktur organisasi Radio Mara beserta tugas dan tanggung jawab setiap anggota yang terlibat. Perwakilan Radio Mara menceritakan perkembangan industri siaran radio pada

masa kini. Dijelaskan juga tantangan industri siaran radio dan cara bertahan di perkembangan zaman saat ini. Dijelaskan bahwa saat ini siaran radio masih memiliki potensi dan kesempatan bersaing dengan perkembangan zaman. Perwakilan Radio Mara memberi penjelasan bahwa digitalisasi merupakan suatu yang penting untuk Radio Mara bisa bertahan. Pada kesempatan ini penulis juga diberi kesempatan melihat langsung fasilitas produksi dan rekaman radio. Dijabarkan pula proses rekaman radio dan pengolahan musik hingga bisa didengarkan oleh masyarakat melalui radio.



Figure 2.12 Fasilitas Rekaman Radio Mara 106.7 FM Bandung



Figure 2.13 Logo Radio Mara 106.7 FM Bandung

## 2.3 Profil Bisnis

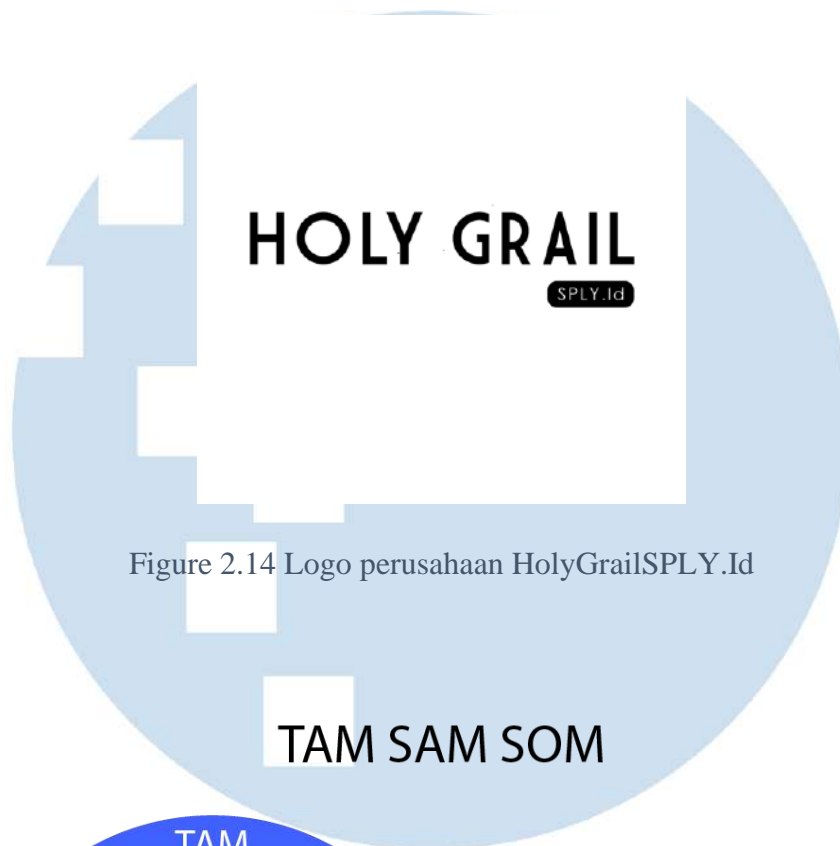


Figure 2.14 Logo perusahaan HolyGrailSPLY.Id

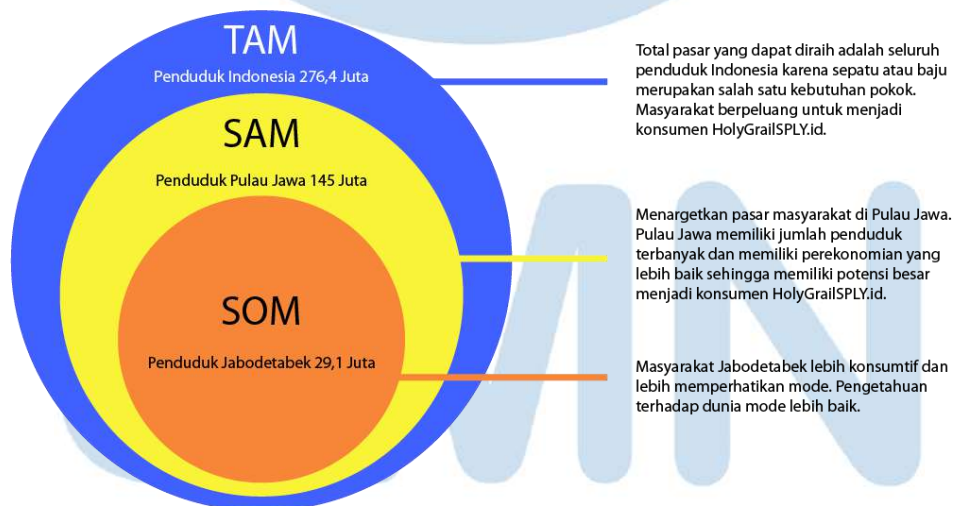


Figure 2.15 Market Size HolyGrailSPLY.Id

### Target 5W

1. What: Sneakers dan streetwear dari berbagai merek dan model.
2. Why: Peminat sneakers dan streetwear di Indonesia semakin banyak. Industry sneakers dan streetwear di Indonesia semakin berkembang. Sneakers dan streetwear berpeluang menjadi investasi dan bisnis.
3. Who: Masyarakat Indonesia yang menyukai sneakers dan streetwear, memiliki gaya berpakaian modis, dan berperilaku konsumtif mengikuti tren.
4. Where: Indonesia, terutama daerah kota besar atau JABODETABEK.
5. When: Kapanpun.

### Target Market

1. Geografis: Seluruh wilayah Indonesia, terutama daerah kota besar atau JABODETABEK.
2. Demografis: Pria dan Wanita, berusia 15 hingga 40 tahun.
3. Psikografis: Memiliki gaya berpakaian yang modis dan berperilaku konsumtif mengikuti tren mode.

Pesaing HolyGrailSPLY.Id. Kean Supply dan Kick Avenue.



Figure 2.16 Logo Kean Supply



Figure 2.17 Instagram Kean Supply



Figure 2.18 Logo Kick Avenue

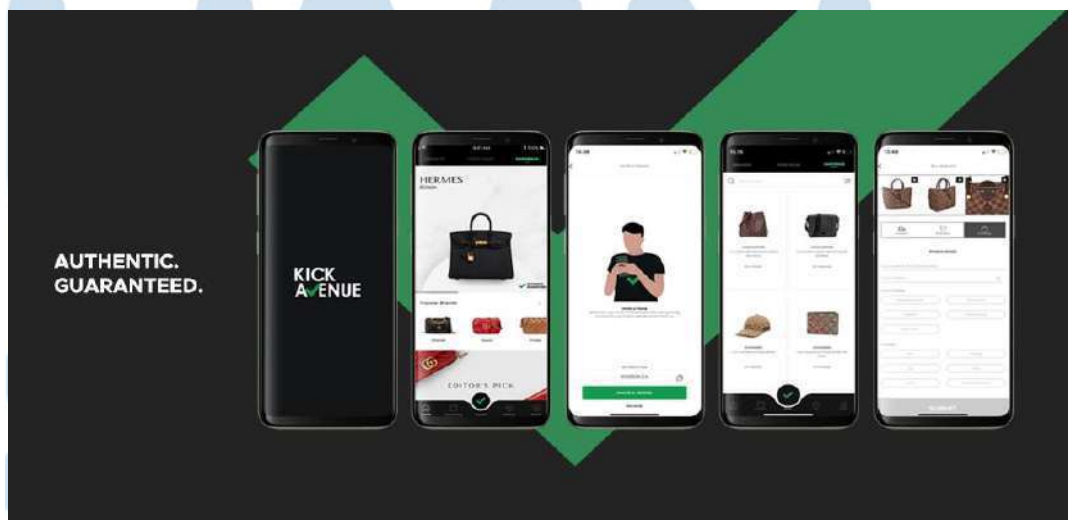


Figure 2.19 Aplikasi Kick Avenue

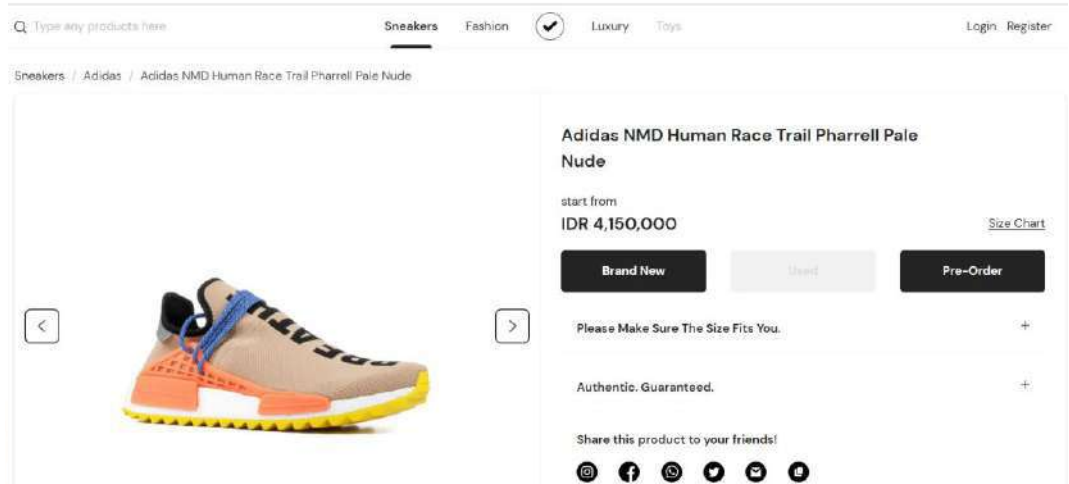


Figure 2.20 Website Kick Avenue

### Unique Selling Point

- ✓ Memberikan garansi keaslian produk.
- ✓ Memberikan reward membership.
- ✓ Bisa pre-order dan request item.

### Analisis SWOT

#### Strength

- Layanan spesial untuk pelanggan.
- Barang diambil dari luar negeri dan retailer sehingga harga bisa terjangkau.
- Memiliki variasi barang yang lengkap.

#### Weakness

- Popularitas merek yang masih belum sebesar pesaing.
- Memiliki perkembangan yang lambat.

#### Opportunity

- Diminati pelanggan karena memiliki layanan yang unik, mengutamakan kualitas dan kepuasan pelanggan.
- Terdapat acara eksibisi sneaker & streetwear berskala besar yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis.
- Peluang pasar sneaker & streetwear di Indonesia sangat besar. Sneaker & streetwear memiliki banyak peminat.

#### Threats

- Kondisi pasar dan perekonomian yang tidak stabil. Kadang tidak terprediksi.
- Perkembangan kompetitor yang lebih cepat.
- Barang palsu banyak ditemukan

## Competitive Advantage



Tagline HolyGrailSPLY.Id

#KITAASLI

Tagline HolyGrailSPLY.Id



Visi dan misi HolyGrailSPLY.Id.

Visi HolyGrailSPLY.Id.

Toko pilihan utama pncinta sneakers & streetwear yang berperan sebagai pilar penting perkembangan sneakers & streetwear Indonesia.

Misi HolyGrailSPLY.Id.

- Memahami beragam kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan terbaik demi tercapainya kepuasan optimal konsumen.
- Mampu bersaing dengan kompetitor.
- Mendukung perkembangan sneaker & streetwear Indonesia.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA