



Analisa Inovasi Online Shop By Wiast Store Official

Analysis of Online Store Innovation by Wiast Store Official

Widy Astuti¹, Syam Gunawan^{2*}

^{1,2} Universitas Indonesia Membangun

*Korespondensi penulis: syam.gunawan@inaba.ac.id

Article History:

Received: Maret 27, 2024

Accepted: April 23, 2024

Published: April 30, 2024

Keywords: Innovation, Online shop,
Wiast Store Official

Abstract: Nowadays, more and more young students have their own businesses. They are supported by technological advances and the ease of obtaining information... There have been many students who have successfully run their businesses well. Entrepreneurship is something that really needs to be done by the Indonesian people today, entrepreneurship can be a solution to the problem of unemployment in our country.

Abstrak

Pada saat ini semakin banyak mahasiswa muda yang memiliki usaha sendiri. Mereka didukung oleh kemajuan teknologi dan kemudahan mendapatkan informasi.. Sudah banyak mahasiswa yang berhasil menjalankan usahanya dengan baik. Berwirausaha merupakan suatu hal yang sangat perlu dilakukan oleh Masyarakat Indonesia saat ini, berwirausaha dapat menjadi solusi atas masalah pengangguran di Negara kita.

Kata kunci: Inovasi, Online shop, Wiast Store Official

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saya ingin menjadi salah satu dari mahasiswi yang memiliki dan mengembangkan usahanya sendiri. Menurut praag (2003), semakin muda usia pembisnis, maka semakin besar peluang untuk sukses dalam suatu usaha yang dijalankannya.

Saya melihat saat ini banyak trend menjual fashion termasuk tas. Saya mulai berinovasi fokus bagaimana dan apa yang diperlukan untuk tas. Tas memiliki jenis dari menengah keatas sampai menengah kebawah.

Saya fokus untuk aksesoris tas menengah keatas, ada banyak brand tas menengah keatas salah satunya Hermes dan chanel. Tas menengah keatas dengan harga mahal harus dirawat karna memiliki nilai investasi sendiri.

Wiast Store Official didirikan agar memberikan solusi user untuk merawat kemewahan tasnya. Wiast juga membuat accessories yang memiliki ciri khas dari mulai bahan dan kualitas.

Tujuan Kegiatan Wirausaha

Wiast menjadi perusahaan penyedia accessories luxury bag ternama dan terdepan di Indonesia serta bisa berkembang mendunia yang unggul pada kualitas dan bisa menciptakan lapangan pekerjaan yang banyak.

* Syam Gunawan, syam.gunawan@inaba.ac.id

Manfaat Kegiatan

Widy owner Wiaast Store Official fokus kepada inovasi-inovasi accessories luxury bag yang dibutuhkan user.

Tempat Pelaksanaan

Kegiatan MBKM Kewirausahaan ini pada sebuah toko online yang bernama Wiaast Store Official bertempat di Kota Jakarta Barat yang berkecimbung di industri aksesoris luxury bag.

Berikut tempat usaha toko online yang dilakukan :

Nama Toko : Wiaast Store Official

Alamat : Kota Jakarta Barat

Nomor Telephone : 0821 1008 2490

PROFIL BISNIS

Profil Bisnis

Menurut pendapat Philip Kotler dan Gary Armstrong (2013 : 248), segala sesuatu yang dapat diperkenalkan dan ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, niat penggunaan, atau untuk konsumsi yang dapat memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dengan kata lain bahwa pasar adalah tempat transaksi barang dan jasa antara produsen dan konsumen.



Gambar 1 Logo Wiaast Store Official

Wiaast Store Official adalah sebuah brand usaha yang bergerak di bidang accessories luxury bag. Didirikan oleh 1 orang mahasiswa INABA yang bernama Widy Astuti. Wiaast Store Official didirikan pada tahun 2022. Wiaast berfokus pada inovasi produk Aksesoris atau perawatan luxury bag. Tas branded memiliki nilai investasi yang tinggi untuk itu wajib dirawat agar tidak rusak.



Gambar 2 Gambaran Umum Produk

Memiliki produk unggulan aksesoris luxury bag dan bisa custom size 1-3 hari jadi, sehingga konsumen mendapatkan pelayanan tercepat dan kualitas terbaik. Selain itu Wiast memiliki macam-macam variasi produk seperti puffer, organizer, raincover, chain wrap, base shaper dan box storage.



Gambar 3 Variasi Kategori Produk

Visi

Menjadi Perusahaan penyedia accessories luxury bag di Indonesia yang unggul pada kualitas serta memiliki ciri khas yang tidak hilang dan kemasan yang unik dan menarik khas Wiast.

Misi

1. Mendirikan toko online di ecommerce Shopee, Tokopedia dan Lazada Wiast Store Official
2. Membuat konten rutin
3. Mengembangkan UMKM dan bisa membuka banyak lapangan pekerjaan

Struktur Organisasi Bisnis

Tim Wiast Store Official



Gambar 4 Tim Wiast Store Official

Kegiatan Bisnis

Pada bagian ini saya akan menjelaskan untuk proses tahapan produksi yang telah saya buat dan ringkas pada gambar berikut ini :



Gambar 5 Tahapan Usaha

Berikut ada beberapa kegiatan bisnis yang dapat saya lakukan dalam usaha Wiast :

➤ Pemasaran, Promosi & Pelayanan

Melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan fitur iklan dari ecommerce. Memberikan layanan cepat dan fast respon kepada customer dan pembuatan custom dengan 1-3 hari jadi sehingga tidak memakan banyak waktu.

➤ Penerimaan Pesanan

Menerima permintaan pesanan dari customer melalui marketplace. Mengumpulkan informasi tentang kebutuhan customer yang ingin request size.

➤ Pengiriman dan Penyelesaian

Mengirimkan barang ke customer melalui ekspedisi sesuai pesanan.

Pasar Target Bisnis

Dalam menentukan saran pelanggan, Wiast Store Official sudah melakukan riset dan pengamatan data di platform penjualan digital mengenai tas wanita di Indonesia dengan hasil sebagai berikut :

1. Segmentasi

Wiast memiliki segmen pasar untuk semua usia yang memiliki tas brand di dominasi oleh perempuan maupun laki-laki di Indonesia. Berikut kategori produk terlaru di Ecommerce:



Gambar 6 Segmen Pasar di Ecommerce Indonesia Sumber : Digimind

2. Targeting

Target pasar untuk bisnis aksesoris tas ini cukup luas tergantung kebutuhan dan selera masing-masing konsumen, untuk itu semakin banyak kita memproduksi barang dengan jumlah stok dan varian jenis yang mengikuti kebutuhan dan aman digunakan, maka semakin besar pula konsumen yang mampu kita capai.

3. Positioning

Upaya wiast store official untuk memposisikan accessoriesnya yaitu memberikan kualitas dan ciri khas kepada konsumen untuk meningkatkan kepercayaan pada merek wiast.

Keunggulan Bersaing & Analisa Pesaing

Analisa pesaing bagi Wiast, pesaing untuk dibidang accessories luxury bag sangatlah banyak bisa dilihat dari mulai banyaknya usaha online dengan harga yang jauh lebih murah, disitulah saya sebagai pengusaha accessories yang masih belum besar harus mempunyai strategi untuk bisa terus bertahan dan mempunyai tempat tersendiri di Masyarakat untuk accessories luxury bag. Untuk mengatasi pesaing tersebut maka wiast mengeluarkan strategi dengan selalu ready stock, jenis yang lebih lengkap dan memperbarui design yang selalu uptodate dari tas branded. Serta adanya pengiriman yang selalu cepat dan admin yang selalu fast respon maka akan membuat customer lebih nyaman untuk konsultasi atau memesan accessories yang akan mereka beli dari saya.

Model Bisnis

Wiast store official memiliki model bisnis yaitu B2C (Busines to Customer) merupakan bisnis yang bersangkutan dengan customer langsung untuk semua usia yang ingin merawat tas brandednya. Untuk kemudahan customer membeli dari kami juga menyediakan toko online yang mudah diakses seperti shopee, tokopedia dan lazada. Serta pengiriman menggunakan ekspedisi yang mudah sehingga dapat mempermudah dan cepat sampai kepada customer dengan aman.

PEMBAHASAN

Manajemen Sumber Daya Manusia

Pada toko Wiast Store Official ini memiliki tantangan tersendiri dalam manajemen sumber daya manusia. Sebagai bisnis kecil, sumber daya manusia mungkin terbatas, namun penting untuk memastikan bahwa tim kami tetap efisien, produktif, dan berkopeten. Pengembangan keterampilan, dalam industri aksesoris tim kami agar tetap relevan. Namun, sebagai bisnis kecil untuk mengatasi tantangan tersebut, manajemen sumber daya manusia dalam bisnis yang kami jalani ini perlu mempertimbangkan strategi yang kreatif dan efisien.

1. Tim Kreatif bertanggung jawab sebagai foto dan edit produk. Membuat konten rutin.
2. Tim Admin bertanggung jawab sebagai respon customer, memberikan informasi toko, dan memproses pesanan hingga terkirim.
3. Tim Tailor bertanggung jawab membuat barang yang ingin di stock hingga dijual.

Landasan Teori Manajemen Sumber Daya Manusia

Salah satu teori manajemen yang relevan untuk bisnis yang kami jalankan ini adalah menurut H. Malayu S.P. Hasibuan (2009:69), pengembangan karyawan didefinisikan sebagai

suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan / jabatan melalui Pendidikan dan pelatihan.

Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip teori pemasaran, dapat mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana memahami memenuhi kebutuhan pasar mereka dengan lebih efektif, memperluas jangkauan pasarnya, dan menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan customer.

Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Identifikasi kebutuhan : menganalisis kebutuhan tenaga kerja untuk proyek-proyek Wiaast Store Official yang sedang berjalan dan yang direncanakan di masa depan.

Perencanaan tenaga kerja : Merencanakan jumlah, jenis dan keterampilan karyawan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan bisnis dalam jangka pendek dan panjang,

2. Rekrutment dan Seleksi

Langkah pertama dalam proses rekrutmen dan seleksi adalah mengidentifikasi kebutuhan spesifik pada bisnis kami termasuk menentukan peran atau posisi yang perlu diisi, kualifikasi yang dibutuhkan dan karakteristik karyawan yang diinginkan dan seperti keahlian dalam pemasaran online.

3. Evaluasi Kinerja

Menetapkan tujuan kinerja yang jelas dan terukur untuk setiap karyawan berdasarkan tanggung jawab dan peran mereka di wiaast store.

4. Reward

Memberikan insentif atau penghargaan kepada karyawan yang mencapai target kinerja tertentu atau yang berkontribusi secara signifikan terhadap kesuksesan proyek.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran untuk toko Wiaast Store Official melibatkan strategi dan taktik untuk mempromosikan aksesoris tas yang menjangkau klien potensial dan membangun merk yang kuat dalam industri kreatif.

Semakin banyaknya pengetahuan mengenai digital marketing, marketing strategi serta ilmu-ilmu baru lainnya agar bisa menjalankan usaha Wiaast Store Official semakin berkembang dan maju.

Memiliki merk yang kuat dan dikenal di industri aksesoris adalah kunci untuk menarik perhatian klien potensial. Ini melibatkan pengembangan identitas merk yang menarik, termasuk logo, warna dan gaya visual yang mencerminkan nilai-nilai Perusahaan dan keunikan dalam Wiaast Store Official.

Menciptakan konten yang bermanfaat dan menarik seperti video reels di Instagram. Untuk menarik audiens target dan membangun otoritas dalam industri. Konten ini juga dapat digunakan untuk meningkatkan sudut pandang usaha di mesin pencari dan media sosial.

Memanfaatkan berbagai saluran pemasaran digital, termasuk media sosial, pengguna iklan di shopee dan Tokopedia untuk menjangkau klien potensial dan efektif.

Landasan Teori Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan penerapan dan pengendalian dan program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Konsep pemasaran adalah semua kegiatan Perusahaan dan perencanaan pemasaran dalam Upaya mencapai kepuasan pelanggan sebagai tujuan perusahaan semua aktifitas yang menganut konsep pemasaran akan menentukan bagaimana nantinya manajemen tersebut dikelola.

Menurut Tjiptono (2011:2), Manajemen pemasaran merupakan system total aktivitas bisnis yang dirancang, menetapkan harga dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Manajemen pemasaran menurut Buchori dan Djaslim (2010:5) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.

Teori Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu identifikasi dari berbagai factor untuk merumuskan strategi dari Perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities) agar secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (Threat).

Dalam mengidentifikasi masalah yang timbul dalam Perusahaan, diperlukan strategi yang tepat dan cepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam Perusahaan. Menurut Freddy (2004), ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil Keputusan yaitu:

1. Kekuatan (Strength)

Kekuatan adalah unsur yang diunggulkan dalam suatu produk yang dapat diandalkan yang memiliki keunggulan dari produk lain sehingga memiliki perbedaan dari para pesaingnya. Kekuatann adalah sumber daya, keterampilan dan keunggulan lain dari pesaing dan kebutuhan pasar yang ingin dilayani oleh Perusahaan.

- Keunggulan utama adalah varian jenis dan warna yang bagus dan menarik.
- Bahan berkualitas dan tidak luntur.

2. Kelemahan (weakness)

Kelemahan yaitu keterbatasan atau kekurangan sumber daya dari Perusahaan, baik kemampuan ataupun keterampilan yang akan menghalangi kinerja dalam organisasi. Keterbatasan sumber daya, menjadi penghambat yang berbahaya karena mempengaruhi kinerja efektif Perusahaan.

- Tidak melayani toko offline.

3. Peluang (Opportunities)

Peluang yaitu berbagai hal maupun situasi yang menguntungkan bagi suatu Perusahaan atau organisasi, serta kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

- Penambahan inovasi variasi jenis.
- Adanya system custom sesuai permintaan customerS

4. Ancaman (Threat)

Ancaman merupakan penyebab dari lingkungan yang dapat merugikan Perusahaan. Jika ancaman tersebut diatasi oleh Perusahaan akan mendapatkan hambatan yang berpengaruh untuk masa yang akan datang maupun sekarang.

- Kehadiran kompetitor.

HASIL YANG DICAPAI KEGIATAN WIRAUSAHA

Hasil Pengembangan Usaha Yang Dicapai

Selama saya berinovasi membuat aksesoris tas berhasil mencapai sejumlah pencapaian yang signifikan. Pertumbuhan omzet menjadi salah satu indikator utama keberhasilan dengan adanya peningkatan yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa produk aksesoris kami berhasil menarik minat pelanggan, mungkin melalui rekomendasi dari pelanggan yang puas dengan review di toko online shop. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa fokus pada kualitas, design produk, dan pelayanan kepada customer dapat menjadi strategi yang efektif dalam membangun loyalitas dan meningkatkan penjualan.

Laporan Penjualan November-Desember 2023 dan Januari 2024

Rincian Laporan		Rp	
Username (Penjual)	waastoreofficial		
Dari	2023-11-01		
ke	2023-11-30		
Ringkasan Penghasilan		Rp	
1. Total Pendapatan			12.929.000
Total Produk			12.929.000
	Harga Asli Produk	12.929.000	
	Total Diskon Produk	-	
	Jumlah Pengembalian Dana ke Pembeli	0	
Voucher & Subsidi Shopee			0
	Diskon Produk dari Shopee	0	
	Diskon Voucher Ditanggung Penjual	0	
	Cashback Koin yang Ditanggung Penjual	0	
2. Total Pengeluaran			1.116.783
Total Biaya Pengiriman			26.000
	Ongkir Dibayar Pembeli	65.000	
	Diskon Ongkir Ditanggung Jasa Kirim	-	
	Gratis Ongkir dari Shopee	778.000	
	Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	871.000	
	Ongkos Kirim Pengembalian Barang	0	
Biaya Admin & Layanan			1.087.783
	AMS Commission Fee	-	
	Biaya Administrasi	807.563	
	Biaya Layanan (termasuk PPN 11%)	480.120	
	Premium	-	
	Biaya Transaksi	-	
	Biaya Kampanye	-	
	Bea Masuk, PPN & PPh	-	
3. Total yang Dilepas			11.813.217
Nilai Lainnya			
Promo Gratis Ongkir dari Penjual			208.000

Gambar 7 Laporan Penjualan Shopee November 2023



Gambar 8 Laporan Penjualan Tokopedia November 2023

Rincian Laporan		Rp	
Username (Penjual)	waastoreofficial		
Dari	2023-12-01		
ke	2023-12-31		
Ringkasan Penghasilan		Rp	
1. Total Pendapatan			8.525.000
Total Produk			8.525.000
	Harga Asli Produk	8.635.000	
	Total Diskon Produk	110.000	
	Jumlah Pengembalian Dana ke Pembeli	-	
Voucher & Subsidi Shopee			-
	Diskon Produk dari Shopee	-	
	Diskon Voucher Ditanggung Penjual	-	
	Cashback Koin yang Ditanggung Penjual	-	
2. Total Pengeluaran			954.201
Total Biaya Pengiriman			76.000
	Ongkir Dibayar Pembeli	188.500	
	Diskon Ongkir Ditanggung Jasa Kirim	-	
	Gratis Ongkir dari Shopee	380.500	
	Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	483.000	
	Ongkos Kirim Pengembalian Barang	-	
Biaya Admin & Layanan			858.201
	AMS Commission Fee	-	
	Biaya Administrasi	527.581	
	Biaya Layanan (termasuk PPN 11%)	330.320	
	Premium	-	
	Biaya Transaksi	-	
	Biaya Kampanye	-	
	Bea Masuk, PPN & PPh	-	
3. Total yang Dilepas			7.590.798
Nilai Lainnya			
Promo Gratis Ongkir dari Penjual			149.000

Gambar 9 Laporan Penjualan Shopee Desember 2023



Gambar 10 Laporan Penjualan Tokopedia Desember 2023

Rincian Laporan		Rp	
Username (Penjual)	wiaststoreofficial		
Dari	2024-01-01		
ke	2024-01-31		
Ringkasan Penghasilan			
1. Total Pendapatan		13.562.000	
Total Produk		13.562.000	
	Harga Asli Produk	13.622.000	
	Total Diskon Produk	- 60.000	
	Jumlah Pengembalian Dana ke Pembeli	-	
Voucher & Subsidi Shopee		-	
	Diskon Produk dari Shopee	-	
	Diskon Voucher Ditanggung Penjual	-	
	Cashback Koin yang Ditanggung Penjual	-	
2. Total Pengeluaran		- 1.453.850	
Total Biaya Pengiriman		- 65.000	
	Ongkir Dibayar Pembeli	411.000	
	Diskon Ongkir Ditanggung Jasa Kirim	-	
	Gratis Ongkir dari Shopee	701.500	
	Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	- 1.177.500	
	Ongkos Kirim Pengembalian Barang	-	
Biaya Admin & Layanan		- 1.388.850	
	AMS Commission Fee	-	
	Biaya Administrasi	- 881.530	
	Biaya Layanan (termasuk PPN 11%)	- 507.320	
	Premium	-	
	Biaya Transaksi	-	
	Biaya Kampanye	-	
	Bea Masuk, PPN & PPh	-	
3. Total yang Dilepas		12.108.150	
Nilai Lainnya			
Promo Gratis Ongkir dari Penjual		-	227.000

Gambar 1.9 Laporan Penjualan Shopee Januari 2024



Gambar 1.10 Laporan Penjualan Tokopedia Januari 2024

REFLEKSI DIRI

Pengalaman MBKM Kewirausahaan Mandiri telah menjadi perjalanan yang menarik dan bermanfaat bagi penulis banyak hal yang kami dapatkan selama perjalanan ini.

1. Melalui kegiatan ini, saya berhasil memahami aspek-aspek penting dalam mengelola bisnis termasuk manajemen operasional, pemasaran, dan keuangan.
2. Menambah relasi sehingga dapat bertukar pikiran mengenai bisnis, menambah pengalaman dan wawasan dalam berbisnis khususnya bisnis online karena mahasiswa dituntut untuk belajar langsung sehingga memahami keadaan dan lingkungan secara detail, adapun manfaat lain yaitu dapat meningkatkan kreatifitas mahasiswa, segala permasalahan yang ada dalam bisnis online.
3. Pengembangan yang di dapatkan yaitu pengubahan pola pikir bahwa harus berani mengambil keputusan jangan takut akan kegagalan, serta memiliki banyak networking, dan berani belajar hal-hal baru yang didapat tentang berbisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Nurhanan, & Sasono, H. (2022). Kinerja Karyawan dilihat dari Gaya Kepemimpinan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 1-15.

DamaiNesia Model Bisnis ecommerce

Asosiasi Digital Marketing Indonesia