

ABSTRAK

Industri alas kaki adalah salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan perubahan gaya hidup dan tren fashion yang berkembang di masyarakat. Persaingan dalam industri ini semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah pemain pasar dan kebutuhan konsumen akan variasi produk yang inovatif dan berkualitas tinggi. Dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, penting bagi perusahaan-perusahaan dalam industri alas kaki untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membedakan dari pesaingnya. Proses ini merupakan bagian integral dari pengembangan strategi, yang melibatkan pengenalan, optimalisasi, perlindungan, dan pemanfaatan sumber daya dan kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis sepatu kulit wanita casual dan formal yang sesuai untuk menciptakan kerangka kerja yang dapat mengarahkan perusahaan menuju keberhasilan jangka panjang. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan melakukan wawancara dan survei. Sampel dalam penelitian ini adalah 70 responden. Peneliti melaksanakan survei menggunakan metode *Self-Administered Survey* menggunakan Google Form. Hasil dari penelitian ini meliputi dari dua faktor yang pertama analisis faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang utama untuk mengembangkan VAIA Casual Signature adalah pertumbuhan yang cepat di sektor industri alas kaki. Industri alas kaki merupakan bagian penting dalam struktur ekonomi Indonesia dan memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian nasional, terutama dengan sepatu kulit sebagai segmen pasar yang paling dominan. Yang kedua analisis faktor internal, dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang paling berpengaruh terhadap pengembangan bisnis VAIA adalah kemampuan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan yang melebihi rata-rata industri sepatu secara keseluruhan, meskipun pangsa pasar VAIA masih relatif rendah.

Kata Kunci : Model Bisnis, Sepatu kulit, Segmen Pelanggan, dan Hubungan Pelanggan

ABSTRACT

The footwear industry is one of the sectors that continues to experience rapid growth in line with lifestyle changes and fashion trends that are developing in society. Competition in this industry is getting tougher as the number of market players increases and consumers need a variety of innovative and high-quality products. In achieving a sustainable competitive advantage, it is important for companies in the footwear industry to identify the factors that differentiate them from their competitors. This process is an integral part of strategy development, which involves identifying, optimising, protecting, and utilizing a company's resources and capabilities to create a sustainable competitive advantage.

The research aims to design a suitable casual and formal women's leather shoes business model to create a framework that can steer the company towards long-term success. The method used is a qualitative method by conducting interviews and surveys. The sample in this study is 70 respondents. The researcher carried out the survey using the Self-Administered Survey method using Google Form. The results of this study include two factors, the first is an analysis of external factors, showing that the main opportunity to develop VAIA Casual Signature is the rapid growth in the footwear industry sector. The footwear industry is an important part of Indonesia's economic structure and has a significant role in the national economy, especially with leather shoes being the most dominant market segment. The second internal factor analysis, it can be concluded that the most influential internal factor on VAIA's business development is the company's ability to achieve growth that exceeds the average of the overall shoe industry, even though VAIA's market share is still relatively low.

Keywords : Business Model, Leather shoes, Customer Segments, And Customer Relationships