

Laporan Studi Kelayakan Bisnis Pada DMNT Sportwear

Agus Sutardi^{1*}, Cindy Oktavia Septiani², Ena Srilusyana³, Intan Dinilah⁴, Tarisa Rahmawati⁵, Tika Kartika Rahman⁶

¹⁻⁶ Universitas Teknologi Digital

Jl. Cibogo Indah No. 3, Mekarjaya, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat, 4000

*Korespondensi penulis: agussutardi@digitechuniversity.ac.id

Abstract: *A business feasibility study is a planned activity carried out to study in more depth about a business to be run, the effort will ultimately provide a conclusion about whether or not a business is feasible to run. DMNT Sportwear is the object of research, based on sports fashion production activities that are widely scattered in the market, making the author interested in researching and testing the feasibility of this business. The purpose of this research is to find out whether the DMNT Sportwear business is feasible to continue or not. The research method used is descriptive qualitative. In this study it was found that DMNT Sportwear's daily sales reached 1,500 pcs with a monthly turnover of 1 billion rupiah. Therefore it is concluded that the DMNT Sportwear business is worth continuing.*

Keywords: *DMNT Sportwear, Business feasibility study, Business*

Abstrak: Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan terencana yang dilakukan untuk mempelajari secara lebih mendalam mengenai suatu usaha yang akan dijalankan, usaha tersebut pada akhirnya akan memberikan kesimpulan mengenai layak atau tidaknya sebuah usaha untuk dijalankan. DMNT Sportwear menjadi objek penelitian, didasarkan pada kegiatan produksi fashion olahraga yang banyak bertebaran dipasaran, membuat penulis tertarik untuk meneliti dan menguji kelayakan pada bisnis ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah bisnis DMNT Sportwear ini layak untuk diteruskan atau tidak. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini ditemukan bahwa penjualan sehari DMNT Sportwear mencapai 1.500 pcs dengan omset per bulan mencapai 1 milyar rupiah. Oleh karena itu disimpulkan bahwa bisnis DMNT Sportwear layak untuk dilanjutkan.

Kata kunci: DMNT Sportwear, Studi Kelayakan Bisnis, Usaha

LATAR BELAKANG

Studi kelayakan bisnis atau yang biasa disingkat dengan SKB adalah kegiatan terencana yang dilakukan untuk mempelajari secara lebih mendalam mengenai suatu usaha ataupun bisnis yang akan dijalankan, usaha tersebut pada akhirnya akan memberikan kesimpulan mengenai layak atau tidaknya sebuah usaha bisnis dijalankan. Studi kelayakan bisnis sangat penting karena untuk kebaikan kelangsungan kehidupan perusahaan di masa yang akan datang, dan agar tidak ada pihak - pihak yang merasa dirugikan dari terlaksananya sebuah usaha bisnis.

Usaha pakaian olahraga saat ini telah menunjukkan eksistensinya, kehadirannya semakin memberikan pengaruh besar bagi perekonomian. Terlihat dari semakin banyak nya usaha konveksi yang memproduksi pakaian olahraga. Pakaian olahraga ini dapat dikatakan tidak lekang oleh waktu, hal ini terlihat dari semakin banyaknya penggemar olahraga, seperti hal nya dalam dunia bola. Pakaian olahraga juga memiliki tempat tersendiri dalam dunia *fashion*, *fashion* yang beragam dipasaran dan *fashion* olahraga memiliki kedudukan yang berbeda, keduanya dapat berdampingan satu sama lain dan tetap dibutuhkan oleh para konsumen.

KAJIAN TEORITIS

Studi kelayakan bisnis atau yang biasa disingkat dengan SKB adalah kegiatan terencana yang dilakukan untuk mempelajari secara lebih mendalam mengenai suatu usaha ataupun bisnis yang akan dijalankan, usaha tersebut pada akhirnya akan memberikan kesimpulan mengenai layak atau tidaknya sebuah usaha bisnis dijalankan. Studi kelayakan bisnis sangat penting karena untuk kebaikan kelangsungan kehidupan perusahaan di masa yang akan datang, dan agar tidak ada pihak - pihak yang merasa dirugikan dari terlaksananya sebuah usaha bisnis. Secara lebih lengkap, berikut ini merupakan beberapa tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan sebuah Studi Kelayakan Bisnis (SKB).

Pertama, menghindari kerugian. Analisa yang dilakukan melalui studi kelayakan bisnis bertujuan untuk memperkirakan bagaimana kemungkinan untung rugi sebuah perusahaan di masa yang akan datang. Jika di dalam analisa terdapat kerugian perusahaan yang kemungkinannya akan lebih besar, maka ada baiknya pelaku usaha berpikir ulang jenis usaha yang akan dipilih.

Kedua, memudahkan pelaksanaan kerja. Adanya analisa akan membantu pelaku usaha untuk merealisasikan program - program perusahaan. Pelaku usaha dapat memilih kebijakan yang dirasa menguntungkan ataupun merugikan.

Ketiga, memudahkan perencanaan perusahaan. Analisa yang baik akan membantu pelaku usaha dalam merencanakan segala hal yang menyangkut dengan kegiatan perusahaan. Langkah dan program apa yang akan disusun akan menjadi lebih mudah dengan adanya studi kelayakan bisnis.

Keempat, memudahkan dalam hal pengawasan. Kegiatan sebuah bisnis besar memerlukan proses pengawasan dari pihak yang berwenang seperti pemerintah. Adanya laporan analisa mengenai studi kelayakan sebuah bisnis akan menjadi panduan bagi pihak - pihak berwenang dalam hal melakukan pengawasan.

Kelima, memudahkan proses pengendalian. Pengawasan dan pengendalian dalam operasi sebuah perusahaan besar perlu dilakukan secara berkesinambungan. Proses yang salah dari keduanya akan memberikan dampak buruk bagi kesehatan lingkungan maupun masalah sosial lainnya. Adanya studi kelayakan bisnis akan lebih memudahkan bagi pihak yang berwenang atau perusahaan terkait untuk melakukan pengawasan serta pengendalian.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penulisan laporan studi kelayakan bisnis ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dengan bertumpu

pada “PROPOSAL STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA BUKET/GIFT HAPPYFLOWER.ID” (Feni Setyorini, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Objek Penelitian



DMNT (*Deserve More New Thing*) adalah sebuah PT (Perseroan Terbatas) yang bergerak dalam pembuatan pakaian olahraga berkualitas tinggi. Dengan gabungan keahlian dan dedikasi yang tinggi terhadap kualitas produk, DMNT Sportwear memastikan setiap produknya memiliki kualitas yang tinggi, harga yang bersaing, dan memiliki perbedaan dengan produk pesaing. Produk dengan kualitas yang tinggi ini memberikan kenyamanan tersendiri bagi para pemakainya.

DMNT sportwear telah berdiri sejak tahun 2017, kurang lebih telah berdiri selama 7 tahun dengan segala pasang surut yang telah dilewati menjadikan DMNT Sportwear ini sebagai perusahaan yang sukses, Dimana mereka mampu melakukan pemasaran hingga seluruh Indonesia. Pada saat ini DMNT Sportwear memiliki toko offline di Makassar, tetapi untuk produksinya berada di Bandung tepatnya di Jl. Cipagalo Girang No.78 Margasari, Kecamatan Buah Batu, Kota Bandung, Jawa Barat.

DMNT sportwear dimiliki oleh seorang pemuda Makassar yang bernama Afif G.R, pada saat ini telah memiliki karyawan sebanyak 60 karyawan, yang dimana terdapat pegawai tetap dan pegawai borongan.

Terdapat satu hal yang menarik dari perusahaan ini, mereka hanya menerima karyawan laki-laki dan tidak ada satu orang pun karyawan perempuan yang bekerja diperusahaan ini. Pemilik yang dapat dikatakan seorang yang sangat principle dan dekat dengan ajaran Islam, sehingga syariat islam dipakai dalam aturan atau mekanisme perusahaan, mereka memberikan aturan khusus dalam hal penerimaan karyawan, sehingga hanya menerima karyawan laki-laki, tentunya hal ini menjadikan DMNT Sportwear berbeda dengan perusahaan-perusahaan lain.

Aspek Hukum

1. Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)

Sebelum mengurus perizinan berusaha, pelaku usaha perlu untuk mengidentifikasi Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI). Hal tersebut dilakukan agar pelaku usaha dapat mengetahui tingkat risikonya. Adapun pakaian olahraga termasuk ke dalam KBLI 14111 dengan judul KBLI “Industri Pakaian Jadi (Konveksi) dari Tekstil”.

KBLI 14111 mencakup usaha pembuatan pakaian jadi (konveksi) dari tekstil/kain (tenun maupun rajutan) dengan cara memotong dan menjahit sehingga siap dipakai, seperti kemeja, celana, kebaya, blus, rok, baju bayi, pakaian tari, dan pakaian olahraga.

2. Syarat Perizinan Usaha

KBLI ini memiliki tingkat risiko menengah tinggi untuk skala usaha mikro, kecil, dan menengah. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (PP 5/2021), usaha dengan tingkat risiko menengah tinggi memerlukan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Standar.

NIB berfungsi sebagai identitas dan legalitas untuk menjalankan usaha. Adapun untuk skala usaha besar, memiliki tingkat risiko tinggi, sehingga perizinan berusaha yang diperlukan berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin.

Cara mendapatkan perizinan berusahanya adalah dengan mendaftarkannya di sistem OSS. Jangan lupa untuk mendaftar hak akses terlebih dahulu.

Sebelum mendapatkan sertifikat standar, pelaku usaha harus memenuhi persyaratan perizinan berusaha yaitu berlokasi di kawasan peruntukan industri apabila berpotensi menimbulkan pencemaran lingkungan yang berdampak luas.

Selain persyaratan perizinan berusaha, pelaku usaha perlu untuk memenuhi persyaratan dan kewajiban perizinan berusaha, di antaranya yaitu (Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 9 Tahun 2021 tentang Standar Usaha dan/atau Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perindustrian):

Mengolah dan memanfaatkan sumber daya alam secara efisien, ramah lingkungan, dan berkelanjutan

Memiliki Akun Sistem Informasi Industri Nasional

Menyampaikan data industri yang akurat, lengkap, dan tepat waktu secara berkala yang disampaikan melalui Sistem Informasi Industri Nasional

Memenuhi Standar Industri Pakaian Jadi (Konveksi) dari Tekstil;

Memenuhi SNI, Spesifikasi Teknis, dan/atau Pedoman Tata Cara yang diberlakukan secara wajib (bagi produk yang telah diberlakukan SNI, Spesifikasi Teknis, dan/atau Pedoman Tata Cara secara wajib)

Adapun untuk usaha dengan skala menengah dan besar, terdapat satu persyaratan lainnya yang harus dipenuhi yaitu telah selesai melaksanakan persiapan dan kegiatan pembangunan, pengadaan, pemasangan/instalasi peralatan, dan kesiapan lain yang diperlukan.

3. Pendaftaran Haki

HAKI adalah hak untuk hasil dari suatu inovasi/kreasi intelektual secara ekonomis. Objek yang manajer produksitur dalam kekayaan intelektual berupa karya yang dihasilkan oleh kemampuan intelektual manusia.

Hak Kekayaan Intelektual (“HAKI”) merupakan hak eksklusif yang diberikan hukum atau peraturan kepada seseorang atau sekelompok orang atas karya ciptanya. (Fanny Kurnia Abdi Praja, www.duniadosen.com pada 8 Januari 2024) Kekayaan Intelektual berperan dalam memberikan perlindungan hukum atas kepemilikan karya intelektual baik yang bersifat komunal maupun personal yang merupakan basis pengembangan ekonomi kreatif.

Konsep dasar dari hak kekayaan intelektual sebenarnya didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memiliki nilai ekonomis karena manfaatnya yang dapat dinikmati oleh banyak orang. Fungsi dari HAKI yang paling dasar adalah sebagai perlindungan hukum terhadap pencipta dan karya ciptanya.

Perusahaan DMNT Sportwear ini telah memiliki kelengkapan hukum dalam hal perizinan pendirian usahanya, bahkan untuk nama brand sendiri pun sudah didaftarkan HAKI. Hal ini dilakukan untuk mencegah pihak lain menggunakan nama yang serupa atau dengan kata lain untuk menghindari plagiatisme.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam studi kelayakan bisnis, aspek pasar adalah aspek yang berkaitan dengan kondisi pasar dari bidang industri yang dijalankan oleh sebuah bisnis. Aspek pasar yang manajer produksinalisa biasanya akan meliputi beberapa hal utama yaitu:

- Permintaan pasar terhadap produk yang akan dijual
- Tingkat persaingan dan strategi pesaing dalam memasarkan produk.
- Segmentasi pasar

Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar digunakan untuk menentukan bagaimana perusahaan membagi pelanggan kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, pendapatan, jenis kelamin, strata sosial, dan lain sebagainya. Perusahaan akan mengevaluasi berbagai segmen pasar yang ada dan memutuskan segmen mana yang akan menjadi sasaran utama.

1) Segmentation

Segmentasi pasar dari DMNT Sportwear ini adalah kalangan remaja manajer produksintara usia 17 tahun hingga sekitar 27 tahun. Segmentasi utama nya adalah laki-laki, karena laki-laki dinilai memiliki kesenangan yang besar dalam dunia olahraga khususnya dalam dunia bola. Oleh karena itu laki-laki menjadi sasaran utama dalam pemasaran produk jersey dari DMNT Sportwear ini.

2) Targeting

Target pasar dari DMNT Sportwear ini adalah seluruh Masyarakat Indonesia dari Sabang sampai Merauke, pada saat ini pemesanan terbanyak berasal dari Indonesia Bagian Timur.

Pada dasarnya target pemasaran DMNT Sportweear ini adalah dapat mencapai pasar internasional, tetapi untuk saat ini lebih focus pada pemasaran dalam negeri dulu.

3) Positioning

Dalam setiap series jersey yang disemanajer diproduksi oleh DMNT Sportwear tentunya sudah terjamin kualitasnya. Bahan baku yang dipilih tidak sembarangan mereka memiliki standar yang tinggi dalam memilih bahan baku yang akan mereka pakai, sisi cutting yang ditawarkan oleh DMNT Sportwear juga beragam, warna dan corak pun turut beragam, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan yang tidak akan membuat konsumen bosan dengan produk DMNT Sportwear ini. Selain dari itu segi kualitas bahan, cutting, warna, dan corak produk, DMNT Sportwear juga menawarkan berbagai benefit bagi konsumennya, contohnya seperti pemberian bonus kaos kaki, potongan harga, bonus jersey untuk jumlah pesanan tertentu, dan lain sebagainya.

2. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1) Produk

DMNT Sportwear memiliki berbagai macam series dalam produksinya, mulai dari series jersey untuk futsal, celana training, dan fashion olahraga lainnya.

2) Price

DMNT Sportwear menawarkan harga yang ramah dikantong, yaitu mulai dari Rp.40.000 hingga Rp.290.000, harga yang ditawarkan ini sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. Untuk jersey bola harganya berkisar Rp. 179.000/pcs.

3) Place

Place merupakan cara mendistribusikan produk untuk sampai ketangan konsumen, yaitu strategi agar membuat produk yang ditawarkan lebih mudah dijangkau oleh konsumen.

Lokasi perusahaan beralamat di Jl. Cipagalo Girang No.78 Margasari, Kecamatan Buah Batu, Kota Bandung, Jawa Barat.

Penempatan lokasi DMNT Sportwear ini dinilai cukup strategis, kerana mudah untuk diakses dan lokasi nya dekat dengan jalan raya, sehingga memudahkan konsumen menemukan lokasinya.

4) Promotion

Saat ini DMNT Sportwear melakukan promosi melalui Kerjasama dengan influencer dan menjadikan mereka sebagai Brand Ambassador dari DMNT Sportwear, melakukan iklan di Facebook Ads, promosi melalui memanajer produksi sosial seperti Instagram, TikTok, dan market place.

Aspek Organisasi dan Manajemen

1) Pengorganisasian

Adapun struktur organisasi dari DMNT Sportwear ini adalah sebagai berikut,



2) Kebutuhan Tenaga Kerja

Kapasitas produksi dari DMNT Sportwear ini sebanyak 1.500 pcs per minggu atau sekitar 6.000 pcs per bulan, sehingga karyawan yang dibutuhkan oleh DMNT Sportwear adalah sebanyak 60 orang termasuk pegawai tetap dan pegawai borongan didalamnya. Dengan jumlah karyawan sebanyak ini diharapkan dapat memenuhi permintaan pasar yang banyak dan membludak.

3) Perencanaan Sumber Daya Manusia

Setelah mengetahui kapasitas produksi, selanjutnya perkiraan ini diubah kedalam jumlah orang yang dibutuhkan untuk mengerjakan/melaksanakan aktivitas produksi.

4) System Rekrutmen

Sistem rekrutmen yang efektif dan efisien penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa perusahaan mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Di era digital ini, sudah bermunculan beberapa pendekatan baru dalam sistem rekrutmen dengan menggunakan teknologi canggih, seperti aplikasi web atau algoritma pemilihan otomatis, untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi proses rekrutmen.

5) System Kompensasi

Program keselamatan kerja sangat penting agar setiap karyawan dapat bekerja secara efektif dan efisien, selain itu dapat meningkatkan produktivitas. Untuk itu program keselamatan kerja yang diberikan adalah memberi jatah waktu libur satu (1) hari kepada karyawan setiap minggunya.

Pemberian gaji, jumlah tenaga kerja adalah sebanyak 60 orang dengan gaji sebesar Rp. 2.000.000,- hingga Rp. 3.000.000,- (gaji yang disebutkan adalah gaji rata-rata pekerja dari semua divisi yang ada, sebetulnya untuk pemberian gaji ini lebih bervariasi, tetapi karena keterbatasan informasi kami hanya mampu menyajikan data ini saja).

Aspek Operasional

Aspek teknis atau operasi adalah aspek yang menilai kesiagaan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Penilaian terhadap aspek ini sangat penting karena menyangkut hal-hal seperti masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (layout).

1) Lokasi Usaha

DMNT Sportwear berlokasi di Jl. Cipagalo Girang No. 78 Kel, Margasari, Kecamatan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat. Menurut kami lokasi kantor dinilai cukup strategis, karena mudah dijangkau dan ditemukan oleh konsumen. Penempatan lokasi DMNT Sportwear ini dinilai cukup strategis, karena mudah untuk diakses dan lokasinya dekat dengan jalan raya, sehingga memudahkan konsumen menemukan lokasinya.

2) Proses Produksi

Alur produksi mencakup:

1. Penerimaan pesanan
2. Desain layout (pola)
3. *Approve* desain layout
4. Printing desain kedalam kertas
5. Sublimasi
6. Setelah desain tertransformasi kedalam helaian kain, maka proses produksi atau jahit ini dimulai
7. Setelah produksi selesai maka dilanjutkan dengan proses steam atau setrika. Proses setrika ini dilakukan untuk memastikan produk jadi memiliki tampilan yang lebih rapi
8. Dilanjutkan dengan *quality control* untuk memastikan produk tidak ada yang cacat, membuang benang masih tersisa dalam pakaian,
9. Setelah dipastikan produknya sesuai standar, maka produk tinggal di *packing* untuk dikirimkan kepada konsumen.

3) Proses Komputerisasi

Proses komputerisasi mencakup penerimaan dari konsumen, setelah konsumen selesai memberikan custom request kepada admin, maka admin akan menyerahkan pesanan kepada tim produksi.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan adalah aspek yang dipakai dalam menilai keuangan atau finansial perusahaan secara keseluruhan. Dengan aspek keuangan maka akan didapatkan gambaran yang memiliki kaitan pada profit perusahaan. Jadi ini adalah aspek yang vital untuk diteliti mengenai kelayakannya.

Harga jual : Rp. 179.000/pcs

Biaya Bahan Baku : Rp. 400.000.000/bulan

Rincian biaya operasional dalam satu bulan

Listrik	:	Rp 15.000.000
Gaji	:	Rp 200.000.000
Biaya sewa bangunan	:	Rp 15.000.000
Total Biaya Operasional	:	Rp 230.000.000

Omset yang didapatkan selama 1 bulan adalah

Harga jual X Kapasitas Produksi : Rp 179.000.000 X 6.000 pcs = Rp 1.074.000.000

Laba :

Pendapatan : Rp 1.074.000.000

Biaya Operasional : Rp 230.000.000 (-)

Rp 844.000.000 (Laba Kotor yang didapat selama satu bulan)

Dengan melihat laba yang dihasilkan setiap bulannya sangat besar, maka dapat dikatakan usaha ini layak untuk diteruskan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang didapat, DMNT Sportwear merupakan usaha yang sudah berdiri sejak 6 tahun yang lalu. Usaha ini memiliki peluang yang besar untuk tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan yang lebih maju dan sukses kedepannya, dengan melihat penjualan yang sudah menyentuh seluruh bagian di Indonesia, rasanya perusahaan ini akan terus menunjukkan eksistensinya dan bisa menyentuh pasar internasional. DMNT Sportwear telah memiliki pasar yang luas dengan jumlah pesanan setiap bulannya mencapai 6.000 pcs, hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki animo yang besar terhadap pakaian olahraga.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha yang dijalankan sangat terasa keuntungan dan kepuasannya dengan memiliki hasil penjualan bulanan mencapai angka Rp 1

Miliar. Angka yang sangat besar bagi sebuah perusahaan, meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa penjualan tetap mengalami kenaikan dan penurunannya. Jika rata-rata penjualan setiap bulannya saja mencapai angka 6.000 pcs, bagaimana dengan kondisi kebanjiran pesanan, tentunya akan semakin membludak dan berapa omset yang akan didapatkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu usaha DMNT Sportwear ini tentu layak untuk dijalankan dan memiliki masa depan yang bagus, terlebih lagi modal yang dikeluarkan berasal dari modal pribadi pemilik perusahaan, sehingga menjadikan mereka tidak memiliki hutang kepada pihak kreditur.

DMNT Sportwear juga memiliki izin usaha yang lengkap dan bahkan nama DMNT Sportwearnya juga telah terdaftar dalam HAKI, sehingga pihak lain tidak dapat menggunakan nama serupa untuk usahanya.

Saran

Setelah melakukan penelitian ketempat produksi DMNT Sportwear, terdapat beberapa saran yang penulis sajikan, diantaranya adalah:

1. Ditempat produksi diperbanyak lagi ventilasi udara, agar tempat produksi tidak terlalu panas dan karyawan tidak merasa kegerahan;
2. Adakan promo event per bulan untuk meningkatkan penjualan, contohnya seperti event 2.2 atau promosi besar-besaran ditanggal 2 Februari dan seterusnya, hal ini dapat menjadi strategi baru dalam menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada;
3. Jangkauan pemasarannya diperluas, agar semakin banyak target yang dapat dicapai;
4. Berikan banner atau papan nama di tempat produksi, agar lokasi produksi lebih mudah ditemukan;
5. Adakan *offline store* di wilayah kota Bandung, agar konsumen tidak hanya berasal dari media sosial atau konsumen online saja.

DAFTAR REFERENSI

- C, D. (n.d.). Owner Adalah: Pengertian, Tugas dan Perbedaannya dengan Founder. Retrieved from gramedia: <https://www.gramedia.com/literasi/owner/>
- Dwi Ramayanti, S. M. (n.d.). Baca berita tanpa iklan. Gabung Kompas.com+ Kompas.com Konsultasi hukum Konsultasi Justika Platform Konsultasi Hukum Justika adalah platform konsultasi hukum via online dengan puluhan konsultan hukum profesional dan berpengalaman. Retrieved from kompas: <https://www.kompas.com/konsultasihukum/>
- Firdiansyah, A. (16, September 21). Mengetahui Peran Penting Seorang Marketing Manager. Retrieved from glints: <https://glints.com/id/lowongan/mengetahui-peran-marketing-manager/>

- HAYES, A. (2023, April 12). Chief Executive Officer (CEO): What They Do vs. Other Chief Roles. Retrieved from investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/c/ceo.asp>
- Hidayat, R. (2023, September 3). Jobdesk Store manager: Tugas, Persyaratan dan Gajinya. Retrieved from kitapunya.net: <https://www.kitapunya.net/jobdesk-store-manager>
- Job Description Produksi, Kepala Bagian Produksi, Wakil Kepala Produksi. (2024, Januari 8). Retrieved from delachieve.com: <https://delachieve.com/job-description-produksi-kepala-bagian-produksi-wakil-kepala-produksi/>
- Setyorini, F. (2021). PROPOSAL STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA BUKET/GIFT . dosen.upi-yai.ac.id, 4-13.
- Shimaa. (2022, April 1). Tertarik Membuka Industri Pakaian Olahraga? Begini Perizinannya! Retrieved from Prolegal.id: <https://prolegal.id/tertarik-membuka-industri-pakaian-olahraga-begini-perizinannya/>