

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Deskripsi Perusahaan

2.1.1 Sejarah Bisnis Why2K

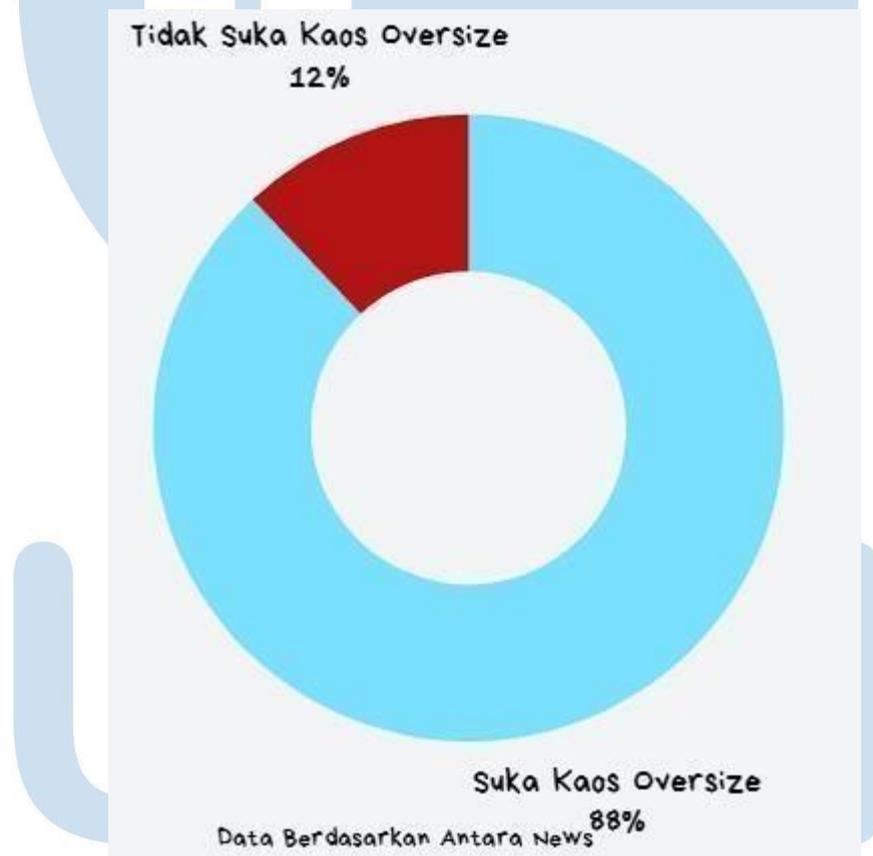
Dalam program MBKM ini brand yang dibuat oleh kelompok saya adalah Why2K. Brand Why2K adalah sebuah brand yang bergerak pada industri fashion dan memiliki tema Y2K atau Year 2000. Brand ini dibuat oleh 5 murid Universitas Multimedia Nusantara dan bertujuan untuk menjual kaos oversize bertemakan Y2K. Brand baju ini ditujukan terutama untuk Gen Z karena sekarang terdapat banyak Gen Z yang berminat untuk membeli dan memakai pakaian bertemakan Y2K tersebut. Penulis dan kelompoknya awalnya belum memiliki plan bisnis untuk program MBKM kewirausahaan tersebut. Setelah mendapatkan Keputusan untuk membuat brand fashion, kelompok penulis belum juga mempunyai ide design atau konsep yang ingin digunakan untuk brand fashion tersebut. Akhirnya setelah mengikuti berbagai bimbingan dan perencanaan di sit

Penulis dan kelompoknya telah mengikuti berbagai program mentoring dan bimbingan untuk membentuk kelompok serta bisnis yang akan dibuat. Dengan Pembangunan dan perencanaan tersebut, akhirnya kami melihat potensial yang besar terhadap brand Why2K terutama karena dampak atau influens yang ditawarkan oleh media sosial seperti TikTok dan Instagram sangat mempengaruhi industri fashion itu sendiri. Banyak orang yang membuat konten dengan menggunakan style Y2K tersebut sehingga kami bersepakat untuk membuat kaos oversize bertemakan Y2K.

Kelompok Why2K telah membuat 3 design bertema Y2K yang sudah siap untuk dipasarkan dan dijual. Why2K juga sudah pernah melewati pameran saat demo day di Universitas Multimedia Nusantara dan mendapat beberapa pembeli. Pada saat ini, kami hanya memiliki 3 design utama dan 1 produk yaitu kaos oversize. Why2K juga mempunyai beberapa media sosial seperti Instagram dan

TikTok. Kita juga menggunakan platform e-commerce untuk menjual baju dan memasarkan kaos oversize kami melewati TikTok shop, Shopee, dan juga Tokopedia.

Brand Why2K juga mempunyai business plan dan berbagai penelitian yang telah dilakukan menurut data-data yang relevan sehingga dapat membangun bisnis kaos oversize tersebut. Salah satu alasan mengapa kita membuat kaos oversize adalah karena data yang telah kita dapatkan mengenai berapa banyak orang yang menyukai kaos oversize.



Gambar 2.1 Chart Ketertarikan Orang Terhadap Baju Oversize

Sumber: antaranews

Menurut data yang telah disurvei, 88% dari Gen Y dan Gen Z lebih menyukai kaos yang berukuran besar atau oversize. Mereka menyukai pakaian tersebut karena

kaos oversize cenderung dibuat dengan bahan yang lebih berkualitas dan juga nyaman untuk dipakai karena tidak terlalu sempit di badan. Kaos oversize juga memberikan kenyamanan yang baik untuk dipakai sehari-hari. Selain memberikan kenyamanan kaos oversize juga memberikan style yang bagus dan cocok untuk digunakan dalam berbagai acara. Brand Why2K membuat kaos oversize di tahun 2023-2024 ini juga karena tren kaos oversize yang lagi sangat berkembang di seluruh Indonesia. Banyak artis-artis, *influencer*, serta banyak orang yang sering memakai kaos oversize. Tren ini kita lihat sebagai peluang untuk kita masuk dan meawarkan baju oversize bertema Y2K kepada masyarakat Indonesia. Kaos oversize juga memiliki berbagai keunggulan lain seperti cocok dengan tipe tubuh yang lebih besar, dan dapat membantu menutup bentuk tubuh yang besar.

2.1.2 Business Model Canvas

Setelah melakukan berbagai perencanaan dan juga bimbingan tersebut, kami BMC (Business Model Canvas) untuk brand Why2K. kita membuat BMC untuk mengetahui berbagai faktor pendukung dan agar gambaran dari bisnis kita dapat terlihat lebih jelas. Dengan Business Model Canvas ini, brand Why2K dapat dibentuk dan direncanakan lagi dengan baik. Berikut ini adalah Business Model Canvas dari kelompok Why2K.



Business Model Canvas				
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Vendor: Bermitra dengan vendor terpercaya untuk produksi kaos oversized bertema Y2K yaitu design year 2000 yang dibuat menggunakan aset-aset Y2K yang trendy • Perusahaan Pengiriman dan Logistik: Berkolaborasi dengan mitra pengiriman dan logistik yang efisien untuk pengiriman tepat waktu dan andal. 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Design Creation • Production • Promotion and Sales 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Desain Y2K: Tawarkan kemeja oversized dengan desain Y2K yang dibuat menggunakan aset-aset year 2000. Dengan menggunakan aset tersebut, Why2K dapat menjadi lebih unik dan beda diantara design baju lainnya. • Cocok Nyaman: Pastikan kaos memberikan ukuran yang nyaman, memenuhi harapan pelanggan. Menggunakan bahan 248 yang sejuk untuk dipakai. • Bahan Berkualitas: Gunakan kain dan bahan berkualitas tinggi untuk daya tahan dan kepuasan pelanggan. 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Online Customer Support, menanggapi lebih kesah customer menggunakan platform online • Engagement seperti membalas komen customer • Promotions dengan cara mengadakan promosi harga dari Rp199.000 jadi Rp149.000 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Penggemar Fashion: Menargetkan individu yang tertarik dengan tren mode Y2K. • Pembeli Online: Menarik bagi pelanggan yang lebih menyukai pengalaman belanja online yang nyaman. • Kolaborator dan Influencer: Berkolaborasi dengan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Tim Kreatif • Vendor Terpercaya • Online Platforms 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Online Stores (Shopee, TikTok Shop) • Social Media (Instagram, TikTok) • Retail Partnerships 	
Cost <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Produksi: Termasuk biaya yang terkait dengan pembuatan kaos. • Biaya Bahan: Anggaran untuk kain dan bahan berkualitas tinggi. • Pemasaran dan Promosi: Mengalokasikan dana untuk kampanye pemasaran dan promosi. • Biaya Operasional: Menutupi biaya operasional sehari-hari. • Pengiriman dan Logistik: Termasuk biaya yang terkait dengan pengiriman dan pengantaran. 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan Baju: Sumber pendapatan utama dari penjualan kaos berukuran besar bertema Y2K. • Kolaborasi: Jelajahi peluang pendapatan melalui kolaborasi dengan merek atau influencer lain. • Retail Partnerships: Hasilkan pendapatan melalui kemitraan dengan gerai ritel. 	

Gambar 2.2 Business Model Canvas Why2K

2.1.3 Logo Bisnis



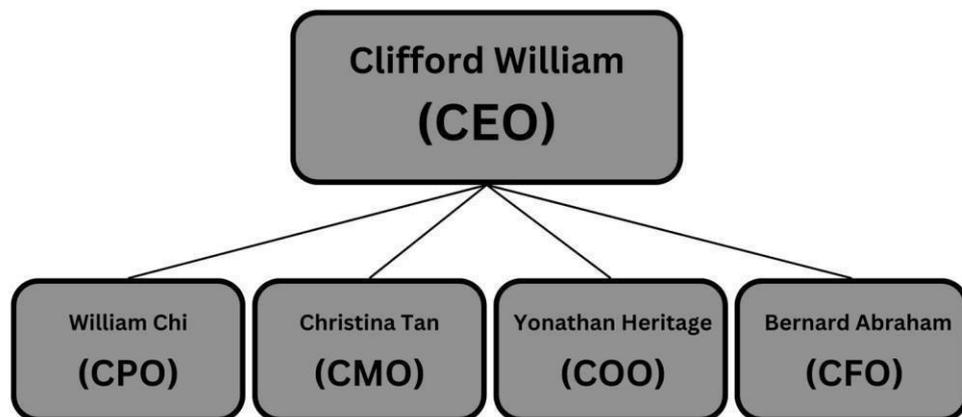
Gambar 2.3 Logo Brand Why2K

Logo dari Why2K merupakan logo yang dibuat oleh penulis. Nama Why2K itu sendiri pertama berasal dari kata Y2K dan kami bersepakat untuk membuat nama tersebut. Logo dari Why2K itu sendiri dibuat penulis dengan menggunakan elemen-elemen dan juga memiliki style Y2K. Logo tersebut akan menjadi branding dari baju kami karena penulis juga mengimplementasikannya ke dalam design-design baju yang saya telah buat. Kami ingin logo kami menjadi icon agar banyak orang melihat kami sebagai trend setter dalam industri fashion Y2K.

2.1.4 Visi dan Misi Why2K

Brand kami memiliki visi dan misi untuk menghidupkan kembali style Y2K ke zaman modern ini agar dapat dinikmati kembali oleh semua orang. Kami ingin banyak orang mendapatkan pilihan alternatif terhadap pakaian-pakaian yang ingin orang beli. Selain itu, kami juga ingin menjadi trend setter dalam pakaian style Y2K dengan menggabungkannya bersama kaos oversize.

2.2 Struktur Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Bisnis Why2K

Struktur organisasi dari Why2K terdiri dari 5 murid UMN yaitu penulis Clifford sebagai Chief Executive Officer (CEO), William sebagai Chief Product Officer (CPO), Christina sebagai Chief Marketing Officer (CMO), Yonathan sebagai Chief Operation Officer (COO), dan Bernard Sebagai Chief Finance Officer (CFO). Setiap anggota dari Why2K memiliki peran dan tugasnya masing-masing. Saya sebagai CEO sering berkomunikasi dengan tiap anggota dan juga berkomunikasi secara kelompok agar dapat mencapai tujuan yang sama dan mengetahui bagaimana cara mengembangkan brand Why2K menjadi sukses dan memperoleh banyak penjualan dalam program MBKM ini.

Setiap anggota Why2K memiliki *jobdesk* masing-masing. Penulis sebagai CEO memiliki berbagai pekerjaan seperti berkomunikasi dengan vendor, bekerja sama bersama seluruh anggota, membuat desain baju dan juga memastikan bahwa baju sudah bagus dan siap untuk dijual, lalu hal-hal mengenai *operation* lainnya. CPO bekerja bersama dengan penulis sebagai pemberi ide dalam desain, memberikan opsi vendor dan juga produk, serta membantu dalam hal-hal produksi. CMO memiliki tugas utama yaitu membuat konten untuk media sosial serta mengurus media sosial tersebut. CMO juga berurusan dengan berbagai hal mengenai *marketing* seperti membuat *marketing plan* dan memberikan ide pemasaran. COO memiliki tugas utama yaitu memastikan stok dan pembungkusan produk bagus dan siap untuk dijual. Mereka juga membuat laporan mengenai stok dan penjualan. Terakhir adalah peran dari CFO yang memiliki tugas utama yaitu mencatat segala laporan keuangan dari pemasukan Why2K, keuntungan yang didapatkan, pengeluaran yang dilakukan, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan kondisi keuangan Why2K.

2.3 Kondisi umum Lingkungan

Brand Why2K memiliki potensial yang besar dalam market fashion oversize di Indonesia. Brand kami tidak hanya memberikan layanan desain dan produksi baju oversize yang inovatif, tetapi kita juga menciptakan pakaian yang nyaman, santai, dan berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Dengan harga yang

terjangkau, Gen Z dapat menjadi lebih *willing* untuk membelo produk kami. Kami memperkuat fondasi brand kami dengan mengutamakan kreativitas dalam setiap aspek, mulai dari desain hingga produksi. Dengan fokus pada pasar generasi muda, kami memanfaatkan tren fashion baju oversize yang sedang diminati. Melalui pemasaran dan branding yang kuat, kami memastikan brand kami menonjol di pasar yang kompetitif. Kami juga mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam industri fashion dan berencana untuk melakukan ekspansi ke pasar global. Kami mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memastikan kualitas produk yang prima dan membangun reputasi yang baik. Dengan strategi yang matang dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pasar, kami yakin dapat mengoptimalkan sumber daya kami dan meraih kesuksesan dalam bisnis baju oversize kami.

Dengan kondisi pasar yang cukup kompetitif, Why2K memiliki *market positioning plan* yang telah dibuat dan ditentukan.



Gambar 2.5 Market Positioning Plan

Hal pertama yang ada dalam market positioning kami adalah ap aitu brand Why2K. Kita harus bisa mengetahui di mana letak brand Why2K di antara brand-brand saingan kami. Kami menempatkan brand kami terutama untuk Gen Z karena banyak dari mereka yang menyukai dan menghidupkan wstyle Y2K melalui banyak aplikasi media sosial dan juga style tersebut dipakai di kehidupan mereka sehari-hari. Kita mempunyai target demografis yang kita gunakan untuk menjadi fondasi dalam posisi market kita. Berikut ini merupakan target demografis dari brand Why2K.

- 1) Orang-orang yang menyukai design unik atau bertema Y2K.
- 2) Orang berusia remaja hingga dewasa awal (usia 16-30)
- 3) Memiliki pendapatan menengah
- 4) Jenis kelamin laki-laki dan Perempuan

Selain itu, kita juga memberikan kaos dengan bahan nyaman, kualitas baik, serta design yang unik. Selain itu kita juga ingin memberikan rasa bahagia kepada pembeli dari Why2K karena kami memberikan produk dan layanan terbaik serta harga yang sepadan sehingga kami ingin pembeli dari produk Why2K merasa puas.

Kami memiliki beberapa kompetitor di bidang yang sama yaitu di bidang *fashion oversize*. Kompetitor kami menjual produk yang mirip yaitu kaos oversize dengan design-design yang berbeda. Berikut adalah kompetitor dari Why2K.

- 1) Sociale
- 2) Faithfade
- 3) Dbak.id
- 4) Kaizustreetwear
- 5) Sins Studio
- 6) First Time Round
- 7) Russ.co.id

Faktor terakhir yang kami gunakan untuk menentukan *market positioning* kami adalah diferensiasi dari brand Why2K. Kami menuangkan seluruh

keunggulan kami pada design kami yang unik dan juga bahan baju serta kualitas sablon yang enak. Kami tidak menggunakan bahan baju murah dan juga memiliki design yang sangat khas dengan tema Y2K. Belum banyak brand fashion zaman sekarang yang menggunakan tren Y2K sebagai pedoman utama atau sebagai branding utama mereka. Oleh karena itu, brand kami berada pada posisi yang cukup unggul dalam bidangnya serta memiliki diferensiasi yang signifikan dibandingkan dengan brand-brand fashion lainnya.

2.4 Gambaran Umum Produk

Kaos oversize yang diproduksi dan di design oleh Why2K merupakan suatu produk yang dibuat dengan style Y2K yang unik. Bahan dari kaos oversize Why2K dibuat menggunakan bahan berkualitas tinggi yaitu cotton combed 24s. Cetakan sablon yang digunakan juga mempunyai cetakan bagus yaitu plastisol sehingga kedua kombinasi tersebut menghasilkan kaos yang nyaman untuk dipakai sehari-hari.



Gambar 2.6 Design Baju Why2K Original

Design yang digunakan oleh brand Why2K memiliki elemen nostalgia dari year 2000. Kami menggabungkan style yang kuno tersebut dengan style moden dan

trendy sehingga menciptakan tampilan yang bergaya dan unik. Kita juga mengimplementasikan logo dari Why2K untuk branding baju kami karena kami ingin logo tersebut menjadi *trademark* dari design-design atau brand kami.

Berikut ini merupakan fitur dan juga fungsi utama dari kaos Why2K

- 1) Kaos yang berkualitas: Karena menggunakan bahan cotton combed 24s yang berkualitas dan juga pola yang bagus, kenyamanan yang ditawarkan oleh Why2K sangat baik dan dapat digunakan dengan jangka lama
- 2) Design Y2K: Design yang dibuat oleh brand Why2K menggunakan style Y2K yang digabung dengan unsur modern sehingga menjadi trendy dan cocok untuk digunakan di zaman sekarang.
- 3) Oversize fit: Kaos yang dijual oleh brand Why2K bukan merupakan kaos berukuran biasa, kami menjual kaos yang memiliki ukuran lebih besar dibanding biasanya atau sering disebut oversize fit.
- 4) Keterbatasan dan keunikan produk: Setiap artikel yang kita produksi dan publish akan menjadi unik, karena kita tidak akan memproduksi ulang design yang telah kami buat. Jika stok dari kaos Why2K habis maka kami tidak akan mencetaknya kembali sehingga menciptakan keunikan dan pembeli dapat merasakan eksklusivitas dari produk kami.

2.4.1 Faktor 4P (Product, Place, Price, Promotion)

Terdapat faktor 4P yang ada terimplementasikan dalam produk Why2K. Hal tersebut merupakan salah satu langkah dalam membuat kemajuan dalam perjalanan bisnis. Berikut adalah faktor 4P dari Why2K

- 1) Produk: Produk kami terbuat dari bahan kaos *cotton combed 24s* dan memiliki potongan pola *oversize*. Selain itu kami juga memiliki design bertema Y2K yang khas dan unik.
- 2) Place: Kami menjual produk kami terutama melalui media sosial dan aplikasi online.
- 3) Price: Harga yang kami tawarkan untuk baju *oversize* berada di *price range* yang cukup terjangkau di harga Rp199.000.
- 4) Promotion: Kita mengadakan promosi dengan cara memberikan diskon kepada setiap pembeli. Harga yang kita tawarkan menjadi Rp149.000

2.5 Analisis Kelayakan Usaha

Brand Why2K sangat berkomitmen dan merencanakan segala hal agar dapat menjadi berkelanjutan dalam industri fashion sebagai brand Y2K yang maju. Kami tidak hanya berkomitmen untuk mengeluarkan dan memproduksi produk yang bagus tetapi kami juga memperhatikan jalannya operasional kami agar dapat sustain dalam industri fashion tersebut.

Berikut ini merupakan cara yang dilakukan oleh brand Why2K untuk mencapai keberlanjutan bisnis:

1. Kontrol Kualitas: Brand Why2K sangat mementingkan kualitas yang ditawarkan dari produk kaos Why2K, sehingga kami memprioritaskan kepuasan pelanggan maupun dari segi produk atau layanan kami. Kami akan selalu menyediakan produk dengan kualitas yang tinggi dan juga berinteraksi serta menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan kami sehingga dapat menumbuhkan loyalitas dan juga kepercayaan dari pelanggan.
2. Pemilihan Vendor: Brand Why2K memilih vendor dengan latar belakang yang baik dan juga sudah memiliki kesuksesan dalam bidang fashion. Kami memilih vendor yang memiliki etika tinggi dalam manufaktur seperti

pemberian upah yang adil, kondisi kerja yang aman, dan juga proses produksi yang ramah lingkungan. Dengan hal tersebut, kedua belah pihak dapat berbisnis dengan sehat dan juga mencapai keberlanjutan bisnis.

3. Design Keberlanjutan: Design yang disediakan oleh brand Why2K akan selalu diperbaharui dan akan mencetak lebih banyak design-design dan juga produk baru kedepannya. Hal tersebut menciptakan peluang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga membuat variasi terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat membantu brand Why2K sustain dan juga scale sebagai bisnis yang berada di industri fashion.
4. Hubungan Baik: Sebagai brand yang bergerak di industri fashion dan memproduksi kaos, Why2K pastinya akan menjalin hubungan yang baik bersama vendor agar dapat mencapai keuntungan bersama. Hal tersebut dilakukan agar dapat meningkatkan lingkungan kerja yang positif serta mendorong kinerja dari kedua belah pihak dalam berinovasi dan membangun brand bersama.
5. Kemampuan Beradaptasi: Brand Why2K menciptakan berbagai cara untuk beradaptasi dalam industri fashion yang sangat ketat persaingannya. Dengan menciptakan sistem penjualan kaos yang eksklusif yaitu tidakmencetak design yang lama dan terus menciptakan dan mendesign kaos dan juga produk baru, Why2K dapat beradaptasi dan terus berkembang dalam bidang fashion.

Kesimpulannya adalah brand Why2K dapat mencapai keberlanjutan bisnis melalui beberapa faktor penting yaitu dengan menyediakan kualitas yang baik, memilih vendor yang berkualitas, mempunyai design yang berkelanjutan, menjalin hubungan yang baik dengan vendor dan juga memiliki sistem beradaptasi dengan baik. Untuk vendor kami sendiri, kami memiliki 2 vendor utama yaitu CompanionHouse dan juga GoodsProject dan mereka juga memiliki serta

menyediakan produk yang baik untuk berbagai brand ternama. Dengan kualitas dan faktor-faktor yang dimiliki oleh brand Why2K kami percaya bahwa brand Why2K dapat menjadi maju dalam bidang Y2K fashion.

2.5.1 Sistem Pricing Why2K

Anggota dari Why2K telah menentukan harga jual dan menghitung berbagai hal finansial untuk ditetapkan dalam produk kami. Setelah melalui mentoring dan berbagai diskusi Why2K menjual produk kaosnya di harga Rp199.000 karena margin keuntungan yang dicapai cukup besar dan baik untuk keberlangsungan bisnis kami. Karena kita juga mengadakan promosi, kami menjual baju Why2K dengan harga Rp149.000 dan kami masih mendapatkan keuntungan yang bagus untuk keberlangsungan bisnis Wh2K.

Laporan Pengeluaran Why2K Bulanan		
Tanggal	Keterangan	Jumlah Kas
November		
11/20/2023	Pembelian Stock Baju Why2K (36pcs x Rp. 75000)	Rp2,700,000
11/23/2023	Pembelian Packaging Baju Why2K (36 x Rp. 4700)	Rp170,000
11/30/2023	Total	Rp2,870,000

Gambar 2.7 Laporan Pengeluaran Why2K Bulan November

Berikut ini adalah gambar dari laporan pengeluaran yang dibuat oleh CFO. Penulis sebagai CEO berkomunikasi dengan CFO untuk membuat berbagai laporan yang berhubungan dengan finance atau keuangan Why2K. Laporan-laporan keuangan tersebut dapat membantu kami dalam sisi operasional dan juga dapat menyimpan data penjualan serta keuangan Why2K dengan baik.

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

Laporan Total Penjualan Why2K Bulanan		
Tanggal	Keterangan	Jumlah Kas
Desember		
12/1/2023	Penjualan di hari demo day WMK (6pcs)	Rp894,000
12/31/23	Total	Rp894,000
Januari		
-		
Februari		
-		
Maret		
-		
April		
4/14/2024	Penjualan baju Why2K (2pcs)	Rp289,000

Gambar 2.8 Laporan Penjualan Why2K

Laporan Laba Rugi Why2K Bulanan				
Laporan Bulan November				
Tanggal	Pendapatan	Keterangan	Jumlah Kas	Jumlah Kas
-	-	-	-	-
Beban				
11/20/2023	Pembelian Stock Baju	(36pcs x Rp. 75000)	Rp2,700,000	
11/23/2023	Pembelian Packaging Baju	(36 x Rp. 4700)	Rp170,000	
11/30/2023	Total			Rp2,870,000
Laporan Bulan December				
Tanggal	Pendapatan	Keterangan	Jumlah Kas	Jumlah Kas
12/1/23	Penjualan Baju Why2K	Penjualan Baju (6pcs)	Rp894,000	
12/31/23	Total	-	-	Rp894,000
Beban				
-	-			-
-	-			-
-	-			-

Gambar 2.9 Laporan Laba Rugi Why2K

Dengan laporan-laporan tersebut, kita dapat mengetahui arus kas serta kondisi keuangan Why2K. CFO akan selalu memperbaharui laporan finansial Why2K secara rutin agar semuanya dapat tercatat dan menjadi teratur untuk membantu operasional brand kami. Brand Why2K memiliki vendor baju dan kami memesan baju Why2K dengan sablonnya di harga Rp75.000/pcs. Kami menjual baju kami di harga Rp149.000 dan mendapatkan keuntungan sebesar Rp75.000 atau 100% dari total biaya produksi. Dengan perhitungan tersebut, terdapat perhitungan biaya lainnya yang dilakukan oleh Why2K dalam bidang finansial.

Total Biaya Bulanan:

- 1) Biaya pengiriman : Rp 100.000
- 2) Biaya pengemasan : Rp 36.000
- 3) Biaya produksi : Rp 2.700.000
- 4) Biaya promosi : Rp 1.000.000

Total Biaya Bulanan = Rp3.836.000

Harga Kaos	Rp	199.999	
Penjualan		69	
Pendapatan bulanan	Rp	13.799.931	
Kas Bulanan	Rp	3.700.000	
Total pendapatan bulanan	Rp	10.099.931	
Arus Kas Tahunan	Arus Kas Bulanan x 12		
	Rp	121.199.172	Tahun ke 1
Untuk Penjualan Tahun ke-2	Arus Kas Tahun 1 x 15%		
	Rp	139.379.048	Tahun ke 2
Untuk Penjualan Tahun ke-3	Arus Kas Tahun 2 x 25%		
	Rp	174.223.810	Tahun ke 3

Gambar 2.10 Proyeksi Keuangan Why2K

Dengan biaya bulanan atau biaya pemesanan dari produk kami, terdapat proyeksi keuangan yang bisa kita dapatkan dari penghasilan Why2K. Dengan proyeksi keuangan yang telah dibuat, kami dapat memperkirakan pendapatan serta mengatur keuangan Why2K dengan baik.