

## **BAB II**

### **DESKRIPSI PERUSAHAAN**

#### **2.1 Pendahuluan**

Svstain, atau dikenal sebagai Svstain Cloth, adalah startup fashion yang didirikan pada tahun 2023. Perusahaan ini berfokus pada inovasi patch lepas-pasang, memungkinkan pelanggan untuk mempersonalisasi pakaian sesuai gaya dan preferensi mereka. Startup ini didirikan oleh lima mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2021, yaitu:

- Vidy Tandiono sebagai Chief Executive Officer (CEO)
- Arief Dharma sebagai Chief Operating Officer (COO)
- Valencia Antoinette sebagai Chief Creative Officer (CCO)
- Vivian Regina Surya sebagai Chief Financial Officer (CFO)
- Vivin sebagai Chief Marketing Officer (CMO)

Svstain bergerak di industri fashion, dengan T-shirt sebagai produk utama, serta berbagai produk lain yang sedang dalam tahap pengembangan, seperti hoodie, topi, dan kardigan. Selain pakaian, Svstain juga menghadirkan produk inovatif bernama Svstain Patch, yaitu patch lepas-pasang yang dapat ditempelkan pada produk fashion Svstain seperti T-shirt atau tote bag, dan dapat diganti sesuai keinginan pengguna.

Sebagai startup, Svstain menerapkan strategi pemasaran dan penjualan baik secara online maupun offline:

- Online: Menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok, serta memanfaatkan e-commerce populer di Indonesia seperti Shopee dan Tokopedia untuk mempermudah transaksi. Svstain juga memiliki website resmi yang berfungsi sebagai pusat informasi produk dan penghubung ke berbagai platform penjualannya.
- Offline: Melakukan promosi melalui word-of-mouth (dari mulut ke mulut) dan berpartisipasi dalam berbagai bazar offline di lokasi tertentu dalam periode tertentu.

Nama "Svstain" berasal dari kata "sustainability" (keberlanjutan), mencerminkan visi perusahaan untuk menciptakan produk fashion yang tahan lama, tetap berkualitas, dan tidak membosankan. Huruf "U" diganti dengan "V" sebagai identitas unik yang juga melambangkan bahwa sebagian besar pendiri Svstain memiliki nama yang diawali huruf "V".

#### Komitmen terhadap Keberlanjutan dan SDGs

Svstain menyesuaikan strategi bisnisnya dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) dari PBB, khususnya pada tiga aspek utama:

##### 1. Tujuan 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab

- Dengan menawarkan T-shirt berpatch lepas-pasang, Svstain mendorong pola konsumsi yang lebih sadar. Inovasi ini mengurangi kebutuhan pembelian berulang, sehingga meminimalkan limbah dan mendukung produksi yang lebih berkelanjutan.

##### 2. Tujuan 13: Aksi terhadap Perubahan Iklim

- Svstain mengangkat isu lingkungan melalui desainnya, termasuk patch bertema satwa langka. Inisiatif ini bertujuan meningkatkan kesadaran tentang pelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati.

##### 3. Tujuan 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi

- Svstain bekerja sama dengan pemasok dan pengrajin lokal, sehingga turut berkontribusi dalam pengembangan ekonomi inklusif dan memastikan pertumbuhan bisnisnya juga memberi dampak positif bagi masyarakat sekitar.

Melalui komitmen terhadap keberlanjutan dan dampak sosial, Svstain berupaya menyeimbangkan pertumbuhan bisnis dengan kontribusi positif bagi lingkungan dan masyarakat. Langkah-langkah ini selaras dengan preferensi konsumen modern yang mengutamakan produk etis, berkualitas tinggi, dan inovatif.

## 2.2 Latar Belakang

Industri fashion terus mengalami perkembangan yang pesat setiap tahunnya, tetapi di balik pertumbuhannya, muncul tantangan lingkungan yang signifikan akibat tren fast fashion. Produksi pakaian secara massal dengan harga murah dan siklus mode yang cepat telah menyebabkan peningkatan limbah tekstil yang sulit terurai. Fenomena ini mendorong perlunya solusi yang lebih berkelanjutan dalam industri fashion (Statista, 2024).

Berdasarkan laporan Global Fashion Agenda (2023), dunia menghasilkan sekitar 92 juta ton limbah pakaian setiap tahun, yang setara dengan satu truk pakaian terbuang setiap detik. Di Indonesia sendiri, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mencatat bahwa 2,3 juta ton limbah pakaian dihasilkan setiap tahun, tetapi hanya sebagian kecil yang berhasil didaur ulang. Akumulasi limbah ini memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, mencemari tanah dan air, serta menambah beban sistem pengelolaan sampah nasional.

Svstain menerapkan pendekatan *design thinking* sebagai landasan dalam mengembangkan produk dan strategi bisnisnya. Pendekatan ini digunakan untuk memahami kebutuhan konsumen secara mendalam dan menciptakan solusi inovatif yang relevan dengan karakteristik target pasar. Proses *design thinking* dilakukan secara iteratif melalui lima tahapan utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Pada tahap ***empathize***, tim Svstain melakukan observasi dan wawancara terhadap kelompok target, khususnya generasi Z yang aktif di media sosial dan memiliki ketertarikan tinggi terhadap fashion dan tren. Hasil observasi menunjukkan bahwa banyak individu dari kalangan muda merasa cepat bosan dengan pakaian yang mereka miliki. Mereka ingin terus tampil berbeda dan mengikuti tren terbaru, namun memiliki keterbatasan dalam hal anggaran dan kepedulian terhadap isu lingkungan. Ditemukan pula bahwa mereka menghargai produk yang mendukung gaya hidup berkelanjutan dan memungkinkan mereka mengekspresikan diri secara kreatif.

Selanjutnya, pada tahap ***define***, Svstain merumuskan permasalahan utama berdasarkan hasil empati, yaitu kebosanan konsumen terhadap pakaian lama yang mendorong mereka untuk terus membeli pakaian baru, yang pada akhirnya berkontribusi pada meningkatnya limbah tekstil. Permasalahan tersebut kemudian dirumuskan ke dalam

pertanyaan: “*Bagaimana Svstain dapat membantu generasi muda tetap tampil modis dan ekspresif tanpa harus terus membeli pakaian baru?*”

Tahap **ideate** dilakukan dengan menghasilkan berbagai alternatif solusi atas permasalahan tersebut. Salah satu solusi yang dikembangkan adalah menciptakan produk pakaian, khususnya T-shirt, yang dapat dikustomisasi melalui patch yang dapat dilepas dan dipasang kembali. Patch ini didesain dengan berbagai tema yang relevan dengan nilai-nilai keberlanjutan dan ekspresi diri. Selain itu, Svstain juga mempertimbangkan untuk melibatkan konsumen secara langsung dalam proses desain patch melalui polling atau fitur *request design* untuk meningkatkan keterlibatan dan rasa kepemilikan terhadap produk.

Pada tahap **prototype**, Svstain memproduksi T-shirt dengan fitur patch yang dapat dilepas sebagai purwarupa awal. Produk ini kemudian diperkenalkan kepada konsumen melalui kanal online seperti Instagram dan bazaar offline. Dengan melibatkan konsumen secara langsung dalam tahap ini, Svstain memperoleh berbagai masukan terkait kenyamanan bahan, kualitas perekat patch, variasi desain, serta respon emosional terhadap konsep produk.

Tahap terakhir adalah **test**, di mana Svstain menguji efektivitas produk melalui penjualan terbatas dan evaluasi interaksi konsumen di media sosial. Feedback yang diperoleh digunakan untuk melakukan iterasi pada desain produk dan strategi pemasaran. Proses ini terus berlanjut untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional konsumen, tetapi juga mampu menciptakan nilai emosional dan memperkuat hubungan antara merek dan konsumennya.

Dengan menerapkan pendekatan design thinking, Svstain tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga memastikan bahwa setiap solusi yang dikembangkan benar-benar menjawab kebutuhan dan aspirasi konsumennya, sekaligus mendorong perubahan positif dalam industri fashion yang lebih berkelanjutan.

### **2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan**

Svstain, atau Svstain Cloth, adalah sebuah startup yang didirikan pada 28 Juni 2023 oleh lima mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dari program Sarjana Manajemen, kelas 2021, dengan fokus pada Kewirausahaan. Kelima pendiri

tersebut adalah Vidy Tandiono, Arief Dharma, Valencia Antoinette, Vivian Regina Surya, dan Vivin.

Svstain lahir sebagai bagian dari program Wirausaha Merdeka (WMK) 2023, yang merupakan program wajib bagi mahasiswa dengan fokus Kewirausahaan. Program ini memungkinkan mahasiswa mengonversi 20 SKS di semester 5 melalui pengembangan bisnis secara langsung.

Sebagai syarat mengikuti program WMK, para mahasiswa harus memiliki gagasan bisnis. Berawal dari diskusi panjang, mereka akhirnya mengembangkan ide bisnis inovatif yang kemudian menjadi Svstain—sebuah brand fashion yang menawarkan T-shirt dengan patch lepas-pasang, memberikan pengalaman berpakaian yang unik, menyenangkan, dan dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen.

Setelah berdiri melalui program WMK, Svstain terus berkembang dengan mengikuti berbagai program inkubasi bisnis, seperti:

1. MBKM Skystar Ventures - Entrepreneurship Cluster (Februari–Mei 2024)
2. Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2024

P2MW merupakan program pendampingan yang memberikan pendanaan dan pelatihan bisnis bagi mahasiswa yang telah memiliki usaha. Program ini bertujuan untuk membantu pengembangan bisnis mahasiswa dengan memberikan akses ke pelatihan keterampilan bisnis serta membangun jaringan kolaborasi dengan wirausahawan lain. Dengan dukungan mentor berpengalaman dan berbagai sumber daya, Svstain diharapkan dapat berkembang lebih pesat dan siap menjadi bisnis yang mandiri dan berkelanjutan setelah kelulusan ((Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2024).

## **2.4 Tagline**

Tagline “*Sustain The World With Us*” bukan sekadar ajakan, tetapi menjadi cerminan dari semangat kolaboratif yang diusung Svstain dalam menciptakan perubahan melalui fashion yang lebih bermakna. Filosofi ini lahir dari proses mendalam yang

menempatkan manusia sebagai pusat dari inovasi—di mana kebutuhan, keresahan, dan aspirasi konsumen menjadi titik tolak dari setiap ide dan produk yang dikembangkan.

Melalui pendekatan *design thinking*, Svstain memahami bahwa keberlanjutan tidak bisa hanya bersifat satu arah. Perubahan tidak dapat tercipta hanya oleh produsen, tetapi harus melibatkan konsumen sebagai bagian aktif dalam proses tersebut. Oleh karena itu, Svstain menghadirkan produk yang bukan hanya ramah lingkungan, tetapi juga memberdayakan pengguna untuk turut serta dalam menjaga keberlanjutan itu sendiri.

Kaos dengan patch yang dapat dilepas pasang bukan hanya simbol ekspresi diri, tetapi juga perwujudan nyata dari fashion yang fleksibel, tahan lama, dan tidak cepat usang. Ini adalah bentuk inovasi yang merespons kebutuhan untuk tampil dinamis tanpa harus terus membeli barang baru. Dengan memberikan kontrol kreatif kepada pengguna, Svstain tidak hanya menjual pakaian, tetapi menghadirkan pengalaman yang personal, berkelanjutan, dan relevan dengan gaya hidup modern.

Tagline ini juga mempertegas bahwa Svstain ingin berjalan bersama—bukan di depan atau di atas—melainkan sejajar dengan komunitasnya. “*With Us*” menjadi kata kunci yang menyiratkan keterbukaan dan kolaborasi. Svstain percaya bahwa keberlanjutan hanya dapat dicapai apabila setiap individu merasa memiliki peran dalam menciptakannya, sekecil apa pun kontribusinya.

Melalui semangat ini, Svstain tidak hanya ingin menjadi bagian dari industri fashion, tetapi juga bagian dari gerakan kolektif untuk membentuk masa depan yang lebih baik—dimulai dari apa yang kita pakai, dan bagaimana kita memakainya.

## **2.5 Produk**

Svstain menghadirkan inovasi dalam dunia fashion dengan produk yang mengusung konsep removable patch berbasis velcro, memberikan pengalaman personalisasi bagi para konsumennya. Produk utama Svstain meliputi Svstain T-shirt, Svstain Patch, serta beberapa produk lain yang saat ini masih dalam tahap pengembangan.



Gambar 2.1 Svstain Regular T-Shirt

Salah satu produk pertama yang diperkenalkan adalah Svstain T-shirt, yang hadir bersama Svstain Patch sebagai bagian dari inovasi utama brand ini. Pada awalnya, Svstain T-shirt dibuat dengan model regular fit menggunakan bahan Cotton Combed 20s. Kaos ini dilengkapi dengan logo Svstain berbentuk oval yang disulam dan ditempelkan menggunakan velcro lembut, memungkinkan konsumen untuk memasang dan mengganti patch sesuai selera mereka.

Setelah melakukan evaluasi dari produk sebelumnya, Svstain kemudian meluncurkan Svstain Oversize T-shirt yang dibuat dari bahan Cotton Combed 24s, kain yang lebih tipis untuk memberikan kenyamanan lebih bagi pengguna yang menganggap bahan sebelumnya terlalu tebal. T-shirt ini tersedia dalam dua warna, hitam dan putih, dengan perubahan desain logo. Alih-alih menggunakan logo oval, kaos ini menampilkan huruf "S" dari logo Svstain yang juga dibuat dengan teknik sulam dan ditempelkan menggunakan velcro lembut. Desain ini memberikan kesan yang lebih modern dan kasual, tetap mempertahankan identitas brand.



Gambar 2.2 Svstain Oversized Shirt and Patch

Svstain Patch menjadi elemen utama dalam konsep removable patch yang diusung oleh Svstain sejak awal berdirinya. Patch ini dibuat dengan teknik bordir dan dilengkapi dengan velcro kasar di bagian belakang agar dapat dipasang dengan mudah pada T-shirt. Tema pertama yang diangkat oleh Svstain untuk koleksi patch adalah satwa langka Indonesia, dengan lima desain awal, yaitu Harimau Sumatra, Badak Jawa, Orangutan, Komodo, dan Burung Maleo.



Gambar 2.3 Svstain Patches Featuring Endangered Fauna

Seiring waktu, Svstain mulai mengeksplorasi tema lain untuk koleksi patch-nya. Salah satu inovasi yang diperkenalkan adalah patch bertema cryptocurrency, menampilkan logo dari berbagai mata uang digital seperti Ondo,



Gambar 2.4 Svstain Patch with One Piece and Ghibli Themed

Bitcoin, dan Pepe. Namun, karena respons pasar yang terbatas terhadap tema ini, Svstain melakukan riset dan mengembangkan desain baru. Melihat tingginya minat terhadap budaya Jepang, Svstain meluncurkan koleksi patch bertema anime, termasuk karakter dan simbol dari One Piece serta Studio Ghibli. Koleksi One Piece mencakup desain tokoh seperti Zoro, Luffy, Nami, logo One Piece, dan Sanji, sementara koleksi Studio Ghibli menghadirkan karakter seperti Totoro. Selain tema anime, Svstain juga menghadirkan patch dengan desain panorama alam serta karakter hewan dalam gaya chibi.

Konsep removable patch ini memungkinkan konsumen untuk mengubah tampilan kaos mereka dengan cepat dan mudah. Patch dapat ditempelkan pada logo bordir yang ada di Svstain T-shirt, baik yang berbentuk oval maupun huruf "S". Berkat penggunaan velcro, patch dapat dilepas dan diganti kapan saja sesuai keinginan pengguna.

Selain menghadirkan berbagai desain siap pakai, Svstain juga memberikan layanan kustomisasi patch, di mana pelanggan dapat memesan desain khusus yang mencerminkan gaya dan preferensi pribadi mereka. Konsumen dapat memilih tema, warna, atau bahkan mengajukan desain yang benar-benar unik dan eksklusif. Dengan sistem ini, setiap patch dibuat secara khusus untuk pemesan, menciptakan pengalaman fashion yang lebih personal dan berbeda dari yang lain.

Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterikatan pelanggan terhadap produk, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan. Dengan sistem made-to-order, produksi patch hanya dilakukan berdasarkan pesanan, sehingga menghindari kelebihan stok dan mengurangi dampak lingkungan akibat barang yang tidak terjual. Sistem ini memastikan bahwa produksi dilakukan dengan efisien dan tidak menghasilkan limbah berlebih.

Melalui konsep kustomisasi ini, Svstain juga mampu menjangkau pasar yang lebih spesifik dengan menghadirkan desain yang sesuai dengan minat dan preferensi individu. Dengan memberikan ruang bagi konsumen untuk mengekspresikan diri secara bebas, Svstain tidak hanya memenuhi kebutuhan fashion yang lebih personal, tetapi juga mendukung gerakan mode yang lebih sadar lingkungan. Fashion bukan hanya sekadar tren, melainkan juga refleksi dari nilai dan kepedulian terhadap dunia yang lebih berkelanjutan.

## **2.6 Status Bisnis Saat Ini**

Svstain saat ini beroperasi sebagai startup yang sedang berkembang menuju bisnis yang lebih mapan. Berdasarkan sistem perizinan usaha, Svstain telah terdaftar secara resmi dan masih dikategorikan sebagai startup karena masa operasionalnya belum mencapai 42 bulan (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2024). Meskipun masih dalam tahap awal, Svstain telah memiliki arus kas masuk dan keluar yang stabil, dengan sumber pendapatan utama berasal dari penjualan produk.

Penjualan pertama Svstain terjadi pada Desember 2023, dengan hasil penjualan 14 paket Svstain Bundling (t-shirt dan patch), 4 Svstain T-shirt, dan 11 Svstain Patch. Memasuki tahun 2024, Svstain mulai menerima pesanan khusus, termasuk 14 unit polo t-shirt dengan bordir custom. Selain produk utama seperti t-shirt dan patch, Svstain juga meluncurkan produk baru berupa stiker. Dari Januari hingga Oktober 2024, total penjualan mencakup 58 t-shirt, 49 patch, dan 14 stiker. Selain itu, Svstain turut menjual merchandise berupa stiker A6 dengan tema Ice Bear, Ghibli, dan KMI Expo, yang berhasil terjual sebanyak 40 unit selama acara KMI Expo XV 2024 di Kendari.

Puncak penjualan Svstain terjadi pada Oktober 2024, didukung oleh strategi pemasaran online, ulasan produk dari Key Opinion Leaders (KOL), serta partisipasi dalam

bazar produk di KMI Expo XV 2024. Pada November, Svstain mulai memperluas penjualan offline dengan membuka booth di acara SAA 2024 (Student Association Award) yang berlangsung di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam bazar yang diadakan selama dua hari pada 18 dan 19 November 2024, Svstain berhasil menjual 1 Svstain T-shirt, 8 Svstain Patch, 2 Svstain Sticker, dan 9 merchandise lainnya.



**Gambar 2.5 HKI dan NIB**

Saat ini, bisnis Svstain telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang mengukuhkan legalitas usahanya. Jenis usaha yang terdaftar dalam NIB adalah sketsa, dengan skala usaha mikro. Status ini menunjukkan bahwa Svstain telah memenuhi persyaratan hukum untuk beroperasi secara resmi dan berkomitmen terhadap perlindungan kekayaan intelektualnya. Dengan status skala mikro, bisnis ini berfokus pada pengembangan layanan yang personal dan kreatif, mencerminkan upaya untuk menjangkau pasar dengan pendekatan yang lebih dekat dan relevan. Keberadaan HKI juga memperkuat posisi bisnis dalam menjaga orisinalitas produk, sekaligus memberikan perlindungan hukum terhadap potensi pelanggaran hak cipta. Kombinasi antara HKI dan NIB menjadi landasan penting bagi Svstain untuk tumbuh lebih berkelanjutan dalam industri kreatif.

Melalui strategi pemasaran yang menggabungkan penjualan online dan offline, Svstain terus berupaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek.

Dengan inovasi produk dan pendekatan pemasaran yang tepat, Svstain optimis untuk terus bertumbuh sebagai bisnis yang berkelanjutan di industri fashion.

## **2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan**

Rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu bisnis kepada pihak yang berkepentingan (Telkom University, 2024). Rencana bisnis berjudul *STRATEGI MEMBANGUN MERK SVSTAIN DI INDUSTRI FASHION YANG KOMPETITIF* disusun dengan beberapa tujuan utama.

Pertama, rencana bisnis ini dibuat sebagai syarat penyelesaian tugas akhir bagi penulis, yang merupakan mahasiswa semester tujuh Program Sarjana Manajemen dengan konsentrasi Kewirausahaan di Universitas Multimedia Nusantara.

Kedua, dokumen ini berfungsi untuk mengukur kinerja bisnis Svstain saat ini dari berbagai aspek, seperti pemasaran dan operasional, guna mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan yang perlu diperbaiki ke depan. Melalui evaluasi ini, Svstain dapat terus melakukan inovasi produk dan pengembangan bisnis yang lebih strategis.

Ketiga, rencana bisnis ini menjadi alat utama dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan dengan menganalisis laporan keuangan yang disertakan dalam dokumen tersebut. Hal ini penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis serta mendukung pengambilan keputusan finansial yang lebih tepat.

Selain itu, rencana bisnis juga berperan sebagai instrumen untuk mendapatkan tambahan modal, baik melalui program pendanaan maupun investor. Dengan adanya strategi bisnis yang jelas dan terstruktur, Svstain dapat meningkatkan peluang dalam mengamankan sumber pendanaan eksternal.

Terakhir, dokumen ini berfungsi sebagai pedoman dalam mengatasi kelemahan strategi bisnis yang telah teridentifikasi, seperti menentukan strategi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif. Dengan menerapkan solusi yang tepat, Svstain dapat memperkuat daya saingnya di industri fashion dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Pada semester ini, Svstain mengalami perubahan signifikan dalam struktur internal tim. Dari lima anggota awal yang terlibat dalam pendirian dan operasional merek,

saat ini hanya tersisa dua anggota yang aktif menjalankan kegiatan bisnis secara konsisten, yaitu saya sebagai pengelola utama bersama dengan Chief Operating Officer (COO), serta masih dibantu oleh Chief Creative Officer (CCO). Sementara itu, dua anggota lainnya sudah tidak lagi aktif, sehingga operasional bisnis lebih terfokus pada tim kecil yang lebih efisien dalam pengambilan keputusan dan eksekusi strategi.

Fokus utama kegiatan bisnis pada periode ini adalah mengejar titik impas atau Break Even Point (BEP) serta menghabiskan sisa stok produk yang telah diproduksi sebelumnya. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk menstabilkan arus kas serta menilai efektivitas strategi penjualan sebelum menentukan arah pengembangan bisnis selanjutnya. Strategi yang dijalankan meliputi pendekatan penjualan langsung kepada jaringan pribadi seperti teman dan keluarga, yang dinilai lebih cepat dalam menghasilkan konversi penjualan, serta tidak membutuhkan biaya pemasaran yang besar. Selain itu, kegiatan produksi baru untuk sementara waktu dihentikan agar fokus tetap terjaga pada efisiensi dan optimalisasi produk yang masih tersedia di gudang.

Dari hasil evaluasi selama semester berjalan, salah satu kelemahan utama yang ditemukan adalah belum optimalnya aktivitas pemasaran digital Svstain. Meskipun merek ini telah hadir di berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, Tokopedia, dan Shopee, strategi pemasaran yang konsisten dan terarah masih kurang dimaksimalkan. Oleh karena itu, untuk langkah selanjutnya, Svstain merencanakan untuk berinvestasi dalam penguatan pemasaran digital, termasuk kemungkinan bekerja sama dengan penyedia jasa digital sales atau digital marketing. Fokus utama ke depan adalah memperkuat strategi konten, menjadwalkan promosi secara berkala, serta menciptakan materi storytelling yang sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan yang diusung oleh merek. Harapannya, strategi digital ini dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan mempercepat penjualan sisa stok yang ada.

Secara keseluruhan, semester ini menjadi masa evaluasi dan penyesuaian strategi bagi Svstain. Dengan keterbatasan anggota tim aktif dan stok produk yang masih tersedia, fokus diarahkan pada efisiensi, keberlanjutan jangka pendek, dan penguatan pondasi pemasaran digital. Setelah stok habis dan BEP tercapai, tim akan melakukan evaluasi lanjutan untuk menentukan langkah strategis berikutnya, apakah melanjutkan produksi

dengan strategi baru, melakukan rebranding, atau mengembangkan arah bisnis yang lebih adaptif terhadap dinamika pasar.

## 2.8 Kebutuhan Dana yang Diharapkan

Tabel 2.1 Svstain Expected Funding Requirements

No	Penggunaan Dana	Jumlah Dana	Deskripsi
1	Biaya Produksi Patch	Rp17.834.400	Biaya produksi produk patch untuk kebutuhan selama satu tahun
2	Biaya Produksi Kaos	Rp100.316.000	Biaya produksi produk kaos untuk kebutuhan selama satu tahun
3	Biaya Produksi Tote Bag	Rp19.000.800	Biaya produksi produk tote bag untuk kebutuhan selama satu tahun
4	Biaya Produksi Stiker Svstain	Rp5.174.000	Biaya produksi produk stiker Svstain untuk kebutuhan selama satu tahun
5	Biaya Riset dan Pengembangan Tote Bag	Rp271.800	Biaya pengembangan desain produk tote bag Svstain
6	Biaya Riset dan Pengembangan Desain Patch Svstain	Rp6.000.000	Biaya pengembangan desain patch Svstain dengan sistem komisi
7	Biaya Logistik	Rp1.704.000	Biaya pengiriman produk dari supplier ke Svstain
8	Biaya Pemasaran (Iklan Berbayar)	Rp7.200.000	Biaya untuk iklan berbayar di media sosial
9	Biaya Pemasaran (Jasa Influencer atau KOL)	Rp19.833.600	Biaya untuk jasa promosi melalui influencer atau Key Opinion Leader (KOL)
10	Biaya Sewa Booth Bazaar	Rp72.000.000	Biaya sewa booth untuk keikutsertaan Svstain dalam acara bazaar
11	Upah Freelancer	Rp22.400.000	Upah untuk freelancer yang membantu operasional Svstain selama bazaar

12	Biaya Pemeliharaan Website	Rp6.962.020	Biaya layanan pemeliharaan website serta biaya domain dan hosting tahunan
13	Biaya Aplikasi untuk Tim Kreatif	Rp808.000	Biaya langganan Canva Premium dan Capcut untuk kebutuhan tim kreatif
<b>TOTAL</b>		Rp 279,504,620	

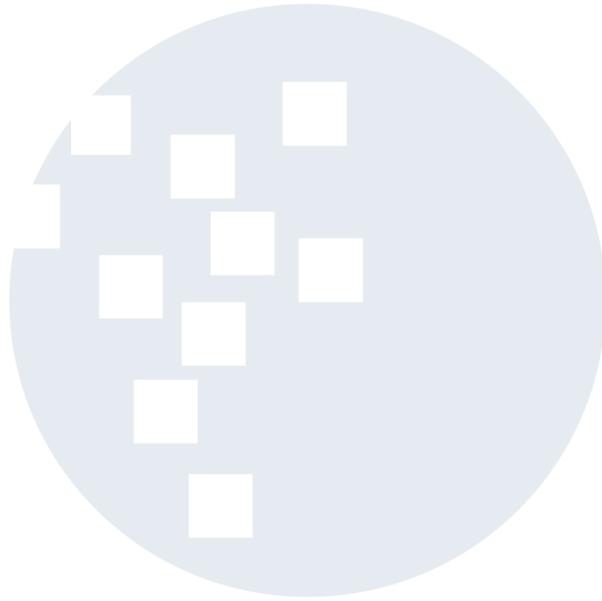
## 2.9 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha

Saat ini, status hukum Svstain dapat dianalisis berdasarkan beberapa aspek yang menjadi dasar operasional perusahaan. Memiliki dasar hukum yang kuat tidak hanya melindungi bisnis, tetapi juga meningkatkan kredibilitas di mata konsumen dan mitra usaha.

Di Indonesia, terdapat berbagai bentuk struktur bisnis, seperti Usaha Perorangan, Perseroan Terbatas (PT), Persekutuan Komanditer (CV), Firma, dan lainnya. Setiap jenis usaha memiliki kriteria, kelebihan, dan kekurangannya masing-masing. Svstain, yang didirikan oleh lima mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, memperoleh modal awal melalui program pemerintah seperti WMK 2023 dan P2MW 2024. Berdasarkan struktur bisnis yang digunakan, Svstain beroperasi sebagai persekutuan perdata.

Persekutuan perdata adalah bentuk kerja sama yang didirikan berdasarkan kesepakatan antara para pendiri untuk menjalankan bisnis bersama tanpa membentuk badan hukum resmi seperti CV atau PT. Dalam hal ini, Svstain beroperasi berdasarkan Perjanjian Kerja Sama Usaha yang mengatur pembagian modal, peran, tanggung jawab, serta keuntungan dan kerugian di antara para anggota.

Sebagai startup, persekutuan perdata dipilih karena fleksibilitasnya, terutama karena modal awal berasal dari program pemerintah, sehingga pendirian badan hukum resmi seperti PT belum menjadi prioritas utama. Namun, struktur ini juga memiliki kelemahan, seperti tanggung jawab pribadi terhadap utang dan kewajiban perusahaan. Oleh karena itu, Svstain menekankan pentingnya kepercayaan dan komitmen antaranggota untuk memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA