

BAB V

ANALISIS PEMASARAN

5.1 Strategi Pemasaran

5.1.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi target pasar yang luas menjadi kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan, minat, dan karakteristik yang berbeda. Pendekatan strategis ini memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan upaya pemasaran dan penawaran produk mereka dengan kelompok tertentu, sehingga memaksimalkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan efektivitas penjualan. Dengan mengidentifikasi segmen pasar yang sama, perusahaan seperti Why2k dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien, mengembangkan kampanye pemasaran yang tertarget, dan menciptakan produk yang sesuai dengan demografi konsumen tertentu.

Pentingnya segmentasi pasar terletak pada kemampuannya untuk memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi dan perilaku pelanggan. Dalam lanskap yang kompetitif, strategi pemasaran generik sering kali gagal menarik perhatian calon pembeli. Oleh karena itu, segmentasi pasar memungkinkan Why2k untuk menentukan kelompok mana yang paling mungkin membeli kaos kaos oversize bertema Y2K berukuran besar, sehingga memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan pesan dan penawarannya. Selain itu, segmentasi membantu mengidentifikasi celah di pasar yang mungkin diabaikan oleh pesaing, sehingga memberi Why2k peluang untuk melakukan diferensiasi.

1. Berdasarkan Demografi

- **Usia :**
 - Anak-anak (5-12 Tahun) : Kaos dengan

motif kartun atau warna cerah

- Remaja (13-19 Tahun) : Kaos dengan design trendy, grafis atau logo merek populer
- Dewasa (20-40 Tahun) : Kaos dengan gaya streetwear dengan design minimalis atau branding elegan untuk sehari-hari
- Lansia (40 Tahun keatas) : Kaos kasual dengan bahan yang nyaman dan design sederhana

- **Jenis Kelamin**

- Pria : Kaos oversize dengan desain simpel, warna netral, atau grafis minimalis.
- Wanita : Design yang beragam seperti yang berwarna cerah, motif floral, dan crop oversize.
- Unisex : Kaos yang dapat digunakan oleh pria dan Wanita, yang mempunyai model elegan dengan potongan yang klasik.

- **Pendapatan**

- Kelas menengah ke bawah : Kaos dengan harga yang terjangkau dan bahan standar namun nyaman digunakan
- Kelas menengah ke atas : Kaos dengan produk premium menggunakan bahan yang berkualitas tinggi dan mempunyai merek terkenal.

- **Pekerjaan**

- Pelajar dan mahasiswa : Mengutamakan design yang modis, elegan dan mempunyai harga yang terjangkau
- Pekerja kreatif : Design kaos dengan model streetwear dengan design artistik yang menarik.

2. Berdasarkan Geografis

- Wilayah

- Perkotaan : Kaos dengan design yang modern mengikuti perkembangan zaman, dan menggunakan gaya hidup streetwear
- Pedesaan : Kaos yang nyaman digunakan, awet dan mempunyai design yang sederhana

- Iklim

- Daerah Tropis : Kaos dengan bahan yang ringan seperti katun yang dapat menyerap keringat
- Daerah Dingin : Kaos dengan bahan yang cukup tebal atau seperti fleece yang dapat dikombinasi dengan outer.

- Lokal atau Global

- Lokal : Design yang mengikuti trend dunia lokal, yang dapat disesuaikan dengan budaya lokal
- Global : Kaos dengan design universal

yang dapat digunakan hingga pasar internasional

3. Berdasarkan Psikografis

- Gaya Hidup

- Penggemar Streetwear : Kaos dengan design yang unik, mempunyai logo brand atau kolaborasi eksklusif
- Penggemar Gaya Minimalis : Kaos polos dengan warna netral polos, dan mempunyai design yang sederhana

- Kepribadian

- Ekspresif : Kaos yang mempunyai design yang cukup mencolok seperti tema pop dan abstrak
- Simple : Kaos dengan design yang cukup sederhana atau polos.

- Minat dan Hobi

- Penyuka Musik : Kaos dengan design band, atau yang berhubungan dengan penyanyi dan genre musik tertentu
- Pecinta Olahraga : Kaos dengan design dan tema olahraga, yang mempunyai bahan dryfit.

4. Berdasarkan Perilaku

- Alasan Membeli

- Untuk Fashion : Kaos dengan design unik

dan menarik, yang mempunyai design limited.

- Kebutuhan Sehari-hari : Kaos yang nyaman digunakan untuk kegiatan sehari-hari

- **Kesetiaan pada Merek**

- Loyalitas Merek : Konsumen yang selalu membeli barang brand tersebut secara berulang kali
- Eksploratif : Konsumen yang suka mencoba merek atau design yang baru

- **Frekuensi Pembelian**

- Pembeli Reguler : Membeli kaos secara rutin untuk menggantikan koleksi kaos yang sudah lama
- Pembeli Musiman : Membeli kaos dikarenakan hanya ada promo diskon atau mengikuti perkembangan trend tertentu

5.1.2 Seleksi Target Market

Pemilihan target pasar adalah proses menentukan targetting awal terhadap penjualan Why2k lalu memilih salah satu segmentasi yang dapat dijadikan sebagai focus utama penjualan Why2k. Proses ini melibatkan identifikasi segmen pasar yang paling potensial untuk produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan strategi pemasaran, pengembangan produk, dan komunikasi dengan pelanggan. Pemilihan target pasar yang tepat sangat penting bagi keberhasilan bisnis, karena dapat meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, memaksimalkan penjualan, dan membangun

hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Pentingnya pemilihan target pasar terletak pada kemampuan untuk memahami kebutuhan dan preferensi spesifik dari kelompok konsumen tertentu. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, tidak mungkin untuk menyasar semua konsumen sekaligus; oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada segmen yang paling relevan dengan produk mereka. Dengan memahami karakteristik, kebiasaan, dan keinginan target pasar, perusahaan seperti Why2k dapat merancang produk yang sesuai dan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini juga memungkinkan Why2k untuk menghindari pemborosan sumber daya yang seharusnya digunakan untuk menjangkau konsumen yang tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Why2k menargetkan segmen pasar yang terdiri dari dewasa muda berusia 18 hingga 30 tahun, yang memiliki ketertarikan terhadap tren mode Y2K. Kelompok ini dikenal sebagai konsumen yang aktif di media sosial dan lebih cenderung dipengaruhi oleh iklan serta tren yang muncul secara online. Selain itu, mereka memiliki tingkat disposable income yang cukup untuk berinvestasi dalam produk fashion yang mencerminkan gaya dan identitas diri mereka.

Dalam pemilihan target pasar, Why2k juga mempertimbangkan faktor psikografis, seperti nilai-nilai dan gaya hidup. Konsumen dalam segmen ini sangat menghargai ekspresi diri melalui fashion dan memiliki ketertarikan pada produk yang unik dan berbeda dari yang lain. Dengan demikian, produk oversized t-shirt bertema Y2K yang ditawarkan oleh Why2k sangat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target pasar ini.

Secara keseluruhan, pemilihan target pasar yang tepat membantu Why2k untuk membangun merek yang kuat, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang di industri fashion yang kompetitif. Dengan fokus yang jelas pada target pasar,

perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif, sehingga meningkatkan peluang untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Untuk Why2k, beberapa variabel segmentasi dapat dipertimbangkan

Segmentasi Demographic: Ini mencakup faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan pendidikan. Misalnya, target demografi utama Why2k terdiri dari orang dewasa muda berusia 18-30 tahun, pria dan wanita, dan juga berpendapatan menengah.

Segmentasi Psychographic: Ini berfokus pada gaya hidup, nilai-nilai, dan minat. Target pasar Why2k mencakup individu yang menggemari estetika Y2K, menggemari feeling nostalgia, dan juga menyukai memakai baju oversize.

Segmentasi Behavioral: Ini mencakup perilaku konsumen seperti pola pembelian dan loyalitas merek. Pelanggan potensial Why2k adalah orang-orang yang menyukai online shopping, dan juga menyukai membeli brand-brand lokal yang baru.

Segmentasi Geographic: Aspek ini melibatkan pertimbangan lokasi konsumen. Why2k dapat berfokus pada area Jabodetabek untuk mencakup lokasi yang cukup luas untuk bisnis startup.

Tabel berikut merangkum segmentasi yang menghasilkan beberapa kelompok konsumen terhadap penjualan Why2k:

Why2k Market Segmentation			
Geographic	Demographic	Psychographic	Behavioral
Jabodetabek	Umur: 18-30 Tahun	Penggemar Y2K	Menyukai online shopping
	Pria dan Wanita	Penggemar feeling nostalgia	Menyukai membeli brand-brand lokal
	Pendapatan Menengah	Penggemar baju oversize	

Gambar 5. 1 Why2k Market Segmentasi

Sumber : Why2k (2024)

5.1.3 Customer Value Proposition

Proposisi nilai pelanggan (Customer Value Proposition) adalah pernyataan yang menjelaskan manfaat yang ditawarkan suatu produk atau layanan kepada pelanggan, serta alasan mengapa mereka harus memilih produk tersebut dibandingkan dengan alternatif lain di pasar. Proposisi nilai ini merupakan bagian penting dari strategi pemasaran, karena menciptakan kejelasan bagi konsumen tentang nilai yang mereka terima dari produk yang ditawarkan. Dengan memahami proposisi nilai, perusahaan dapat merancang pesan pemasaran yang lebih efektif dan menarik, serta memenuhi harapan pelanggan.

Pentingnya proposisi nilai pelanggan terletak pada kemampuannya untuk menarik perhatian pelanggan dan membedakan produk di pasar yang kompetitif. Dalam industri fashion, di mana banyak produk yang serupa bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen, proposisi nilai yang kuat dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Proposisi nilai yang jelas dan menarik tidak hanya membantu pelanggan memahami manfaat produk, tetapi juga memperkuat loyalitas merek dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Untuk Why2k, proposisi nilai pelanggan dapat dirangkum sebagai berikut:

Aspek Proposisi Nilai	Deskripsi
Kualitas	T-shirt oversized berkualitas tinggi yang terbuat dari bahan nyaman dan tahan lama.
Desain	Desain yang terinspirasi oleh tren Y2K yang menggabungkan nostalgia dan gaya modern.
Kenyamanan	Produk yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dalam pemakaian sehari-hari.
Harga	Harga yang terjangkau (IDR 149,000) untuk kualitas dan desain yang ditawarkan.
Aksesibilitas	Tersedia secara online dan melalui berbagai platform, memudahkan pembelian bagi pelanggan.

Table 5. 1 Customer Value Proposition Why2k

Sumber: Why2k, 2024

Dengan proposisi nilai ini, Why2k menekankan bahwa produk mereka tidak hanya sekadar pakaian, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi diri yang sesuai dengan tren terkini. Konsumen yang mencari gaya yang unik dan nyaman akan menemukan bahwa Why2k menawarkan solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan fashion mereka.

Secara keseluruhan, proposisi nilai pelanggan yang jelas dan kuat akan membantu Why2k menarik konsumen dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hal ini akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar yang dinamis dan selalu berubah.

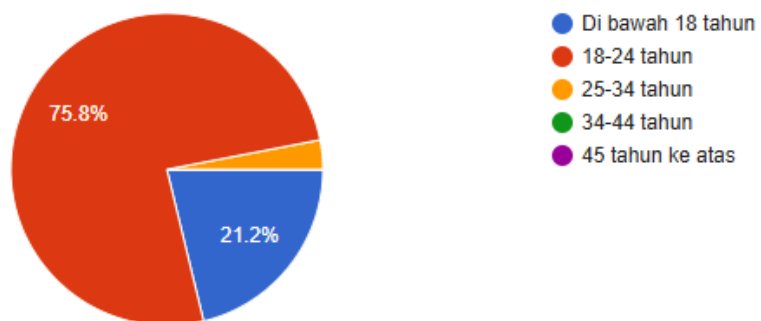
5.1.4 Ukuran Target Market

Ukuran pasar sasaran mengacu pada perkiraan jumlah pelanggan potensial atau potensi pendapatan dalam segmen pasar tertentu yang ingin dilayani oleh suatu bisnis. Memperkirakan ukuran pasar sasaran merupakan bagian penting dari analisis pasar suatu bisnis, karena memberikan wawasan tentang skala peluang dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis terkait penawaran produk, harga, dan upaya pemasaran. Bagi perusahaan rintisan, memahami ukuran pasar sasaran dapat secara langsung memengaruhi proyeksi pendapatan, alokasi sumber daya, dan kelangsungan bisnis secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2016). Menghitung ukuran pasar sasaran melibatkan identifikasi demografi inti, lokasi geografis, dan psikografis basis pelanggan potensial. Suatu bisnis perlu menganalisis berapa banyak orang yang sesuai dengan demografi sasaran dan mengukur daya beli mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode, seperti menganalisis data sensus, meninjau laporan riset pasar, atau melakukan survei primer. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa bisnis memiliki pandangan realistis tentang jumlah pelanggan potensial yang dapat diraihnya dari waktu ke waktu (Solomon, 2017).

Bagi Why2k, target pasarnya meliputi orang dewasa muda berusia 18-30 tahun di Indonesia yang tertarik dengan tren mode Y2K, yang ditandai dengan rasa ingin mengikuti trend terhadap akhir tahun 1990-an dan awal tahun 2000-an. Hal tersebut dikarenakan Why2k melakukan riset terhadap orang-orang yang tertarik pada Y2k, hasil risetnya menghasilkan sebanyak 66 orang sebanyak 75.8% atau sebanyak 50 orang yang berumur 18-24 tahun menyukai kaos oversize dan menyukai trend mode Y2k sehingga dengan adanya riset pasar tersebut, Why2k yakin akan mendapatkan target market yang sesuai dengan rencana awal Why2k yang di susun mengikuti *Pain Gain* yang telah menjadi target market Why2k.

Usia

66 responses



Gambar 5. 2 Riset Usia Pelanggan Why2k

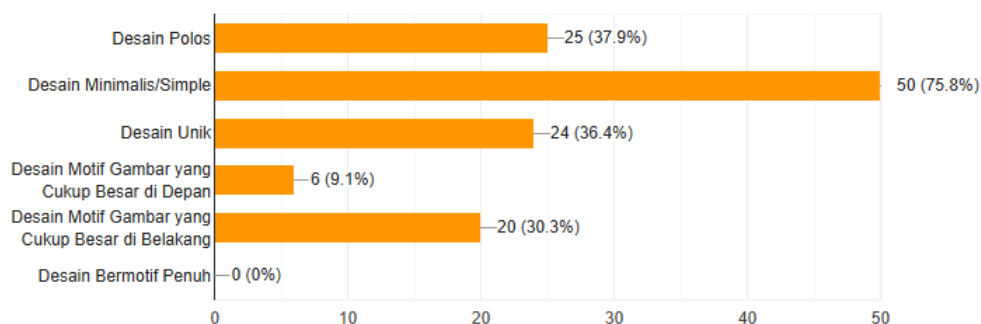
Sumber : Why2k (2024)

Why2k mempunyai ciri khas yaitu kaos oversize yang mengikuti trend mode Y2k yang mempunyai design minimalis simple, dan tidak terlalu banyak warna dan gambar pada kaos tersebut. Sebanyak 75.8% sekitar 50 orang memilih dikarenakan mempunyai design yang minimalis dan simple.

Desain seperti apa yang Anda sukai?

 Copy chart

66 responses



Gambar 5. 3 Riset Design Pelanggan Why2k

Sumber : Why2k (2024)

Kelompok demografi ini aktif di media sosial, responsif terhadap tren daring, dan umumnya memiliki pendapatan yang dapat dibelanjakan untuk membeli barang-barang mode berbasis gaya hidup. Menurut laporan Statista, pasar mode di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang konsisten, dengan konsumen muda menjadi pendorong utama permintaan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan wawasan ini, basis pelanggan potensial Why2k cukup besar dan terus berkembang, karena permintaan akan pakaian yang unik dan berbasis tren terus meningkat (Statista, 2023).

Memperkirakan ukuran target pasar juga memungkinkan Why2k untuk menetapkan tujuan bisnis yang realistis. Dengan mengetahui potensi jangkauan produknya, Why2k dapat menyelaraskan proyeksi penjualan, anggaran pemasaran, dan biaya operasionalnya. Lebih jauh lagi, memahami ukuran pasar membantu dalam mengidentifikasi

peluang pertumbuhan jangka panjang dan dalam memposisikan Why2k secara kompetitif dalam industri mode. Wawasan strategis ini memberikan landasan bagi perencanaan bisnis dan alokasi sumber daya Why2k di masa mendatang. Menghitung ukuran pasar sasaran melibatkan identifikasi demografi inti, lokasi geografis, dan psikografis basis pelanggan potensial. Suatu bisnis perlu menganalisis berapa banyak orang yang sesuai dengan demografi sasaran dan mengukur daya beli mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode, seperti menganalisis data sensus, meninjau laporan riset pasar, atau melakukan survei primer. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa bisnis memiliki pandangan realistis tentang jumlah pelanggan potensial yang dapat diraihnya dari waktu ke waktu (Solomon, 2017).

5.1.5 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mengacu pada studi tentang bagaimana individu membuat keputusan untuk menghabiskan sumber daya mereka, seperti waktu dan uang, untuk berbagai barang dan jasa. Hal ini melibatkan pemahaman faktor-faktor mendasar yang mendorong konsumen untuk lebih menyukai produk tertentu, serta faktor-faktor psikologis, sosial, dan pribadi yang memengaruhi pilihan-pilihan ini. Dalam konteks mode, wawasan perilaku konsumen sangat penting karena memungkinkan merek untuk membuat strategi pemasaran yang tepat sasaran yang selaras dengan kebutuhan dan preferensi audiens mereka. Misalnya, konsumen Indonesia semakin didorong oleh faktor-faktor seperti ekspresi diri, reputasi merek, dan pengaruh sosial saat membeli barang-barang mode (Hidayat, 2021; Rostiani & Kuron, 2019). Selain itu, konsumen Indonesia yang lebih muda menunjukkan kepekaan yang tinggi terhadap tren media sosial, menghargai pendapat para influencer dan rekan-rekan dalam proses pengambilan keputusan mereka (European Journal of Business and Management Research, 2022).

Memahami dinamika ini memungkinkan merek-merek mode seperti Why2k untuk menyelaraskan penawaran produk mereka dengan kebutuhan konsumen yang mencari barang-barang unik dan mencerminkan identitas mereka. Menganalisis tren juga membantu dalam menyusun pesan yang menarik bagi motivasi konsumen yang aspiratif dan berbasis gaya hidup, memastikan hubungan merek yang lebih kuat dan potensi loyalitas jangka panjang. Pendekatan strategis ini dapat membantu Why2k secara efektif menembus pasar pakaian berukuran besar, di mana selera gaya, tren, dan proposisi nilai memainkan peran penting dalam pilihan konsumen (Tempo, 2021).

5.1.6 Positioning

Dalam pemasaran, *Positioning* mengacu pada proses strategis untuk menciptakan citra atau identitas yang berbeda untuk suatu produk atau merek di benak pasar sasaran. Tujuannya adalah untuk membedakan produk dari pesaing dan membangun nilai uniknya di pasar. Positioning yang efektif memungkinkan suatu merek untuk menarik kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan tertentu, yang sangat penting dalam industri yang kompetitif. Dengan memposisikan produk mereka secara hati-hati, bisnis dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan menumbuhkan loyalitas merek, yang pada akhirnya mencapai keunggulan kompetitif (Kotler & Keller, 2016).

Bagi Why2k, positioning sebagai merek yang menghadirkan mode Y2K yang penuh trend fashion retro dengan sentuhan modern sangat penting untuk menarik minat orang dewasa muda dan konsumen yang didorong oleh trend fashion retro yang menghargai kaos oversize unik dan besar. Strategi ini menekankan perpaduan Why2k antara estetika awal tahun 2000-an dengan ukuran besar yang trendi dan berkualitas tinggi, yang membedakannya dari merek lokal lainnya. Selain itu, harga Why2k yang terjangkau dan desain yang mudah

diakses sejalan dengan preferensi konsumen yang sadar anggaran yang mencari pernyataan mode yang khas tanpa mengorbankan gaya atau kenyamanan. Dalam konteks ini, positioning yang efektif juga melibatkan pesan yang konsisten di berbagai saluran pemasaran. Dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, Why2k dapat memperkuat identitas mereknya, menggunakan visual, kemitraan dengan influencer, dan interaksi pelanggan untuk memperkuat estetika yang terinspirasi oleh Y2K.

5.1.7 Diferensiasi Produk

Diferensiasi Produk mengacu pada proses strategis yang digunakan perusahaan untuk menonjolkan atribut dan fitur unik produknya guna membedakannya dari produk yang ditawarkan pesaing. Pendekatan ini penting untuk membangun identitas merek yang selaras dengan target pasar, karena mendorong pelanggan untuk mengenali dan memilih merek tertentu dibanding alternatif lainnya. Diferensiasi produk dapat melibatkan berbagai elemen seperti desain, kualitas, fungsionalitas, atau bahkan nilai merek, yang berkontribusi dalam

Dalam lanskap persaingan industri mode, diferensiasi produk sangat penting karena tingginya tingkat kejenuhan pasar. Merek terus berupaya menciptakan identitas yang mudah diingat yang menarik segmen konsumen tertentu. Bagi Why2k, diferensiasi produk dicapai melalui desain yang terinspirasi dari Y2K, yang menargetkan dewasa muda dan konsumen yang menyukai trend fashion retro. Penekanan pada estetika retro ini selaras dengan tren mode terkini sekaligus menghadirkan lini produk unik yang menonjol dari pilihan mode cepat pada umumnya. Dengan berfokus pada pakaian berukuran besar yang sesuai dengan konsumen muda, Why2k memposisikan dirinya dalam segmen khusus yang menghargai gaya khas dan kesan trend fashion retro.

Strategi diferensiasi Why2k juga mencakup bahan berkualitas tinggi yang memastikan daya tahan dan kenyamanan, yang membedakannya dari alternatif berkualitas rendah yang diproduksi secara massal. Dengan menekankan kualitas kain dan teknik produksinya, Why2k dapat menarik pelanggan yang mengutamakan gaya dan keawetan produk. Strategi ini selaras dengan preferensi konsumen di Indonesia, di mana pembeli semakin condong ke produk yang dibuat dengan baik yang menawarkan nilai terbaik untuk uang.

Diferensiasi produk semakin ditingkatkan melalui strategi harga Why2k, yang memberikan keterjangkauan tanpa mengorbankan kualitas. Keseimbangan antara kualitas dan harga ini merupakan elemen utama dari proposisi nilai unik Why2k, karena membuat gaya Y2K yang mengikuti mode dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas. Dengan menawarkan desain yang khas dengan harga yang terjangkau, Why2k memperkuat keunggulan kompetitifnya dan menarik bagi konsumen yang mencari keterjangkauan dan gaya.

Selain itu, Why2k memanfaatkan saluran pemasaran digital seperti Instagram untuk secara visual menekankan atribut produknya yang berbeda, menggunakan media sosial untuk memamerkan aspek unik dari koleksinya dan memperkuat identitas merek. Penggunaan platform digital yang strategis ini membantu Why2k mengomunikasikan kualitasnya yang berbeda secara efektif, mulai dari daya tarik estetika hingga kualitas produk, dengan cara yang sesuai dengan target pasarnya dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Sebagai kesimpulan, diferensiasi produk memungkinkan Why2k untuk menonjol di pasar mode yang sangat kompetitif dengan menawarkan pakaian yang terinspirasi Y2K yang unik, berkualitas tinggi, dan terjangkau. Dengan mendefinisikan dan mempromosikan atribut khas ini secara jelas, Why2k dapat menarik dan mempertahankan

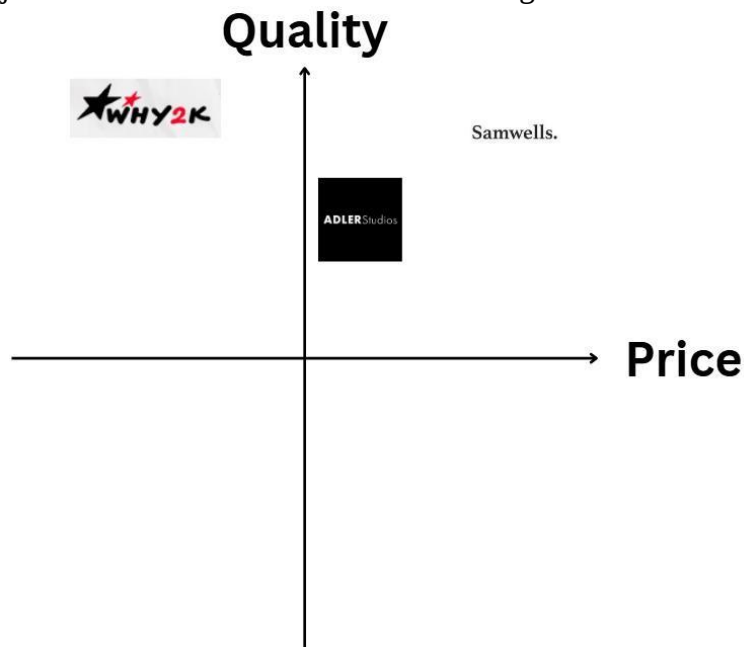
basis pelanggan yang loyal, sehingga mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Porter, 1985). Menciptakan proposisi penjualan yang unik. Menurut Kotler strategi diferensiasi yang dijalankan dengan baik tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, sehingga menjadi tantangan bagi pesaing untuk meniru nilai yang sama (Kotler & Armstrong, 2018).

5.1.8 Product Attribute Map

Peta Atribut Produk adalah alat yang digunakan dalam pemasaran untuk menggambarkan dan membandingkan karakteristik atau atribut utama suatu produk secara visual dalam kaitannya dengan pesaing. Dengan memetakan atribut seperti kualitas, harga, desain, atau fungsionalitas, bisnis dapat lebih memahami posisi unik produk mereka di pasar. Pemetaan ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif dan area potensial untuk perbaikan. Peta Atribut Produk sangat berharga untuk memandu pengembangan produk, menyempurnakan strategi pemasaran, dan menargetkan segmen pelanggan yang tepat secara efektif (Kotler & Keller, 2016).

Membuat Peta Atribut Produk memungkinkan bisnis untuk melihat bagaimana produknya selaras atau berbeda dari pesaing dalam hal fitur utama yang dihargai oleh pelanggan. Misalnya, Why2k dapat menggunakan alat ini untuk memeriksa bagaimana kaos oversize yang terinspirasi Y2K menonjol dalam hal gaya, kualitas, harga, dan target demografi dibandingkan dengan merek lain seperti Adler Studios dan Samwells Projects. Peta Atribut Produk yang disusun dengan baik membantu Why2k untuk fokus pada atribut yang paling sesuai dengan target pasarnya, seperti keterjangkauan, bahan berkualitas tinggi, dan daya tarik estetika retro, yang merupakan pembeda penting dalam pasar pakaian yang kompetitif (Porter, 1985).

Berikut ini adalah Peta Atribut Produk untuk Why2k, yang membandingkannya dengan pesaing lokal Adler Studios dan Samwells Projects berdasarkan dua atribut utama: Harga dan Kualitas



Gambar 5. 4 Product Attribute Map Why2k

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Peta Atribut Produk ini memungkinkan Why2k untuk menonjolkan keunggulan kompetitifnya melalui harga yang terjangkau dan desain Y2K retro yang khas, yang menarik minat orang dewasa muda yang peduli gaya namun tetap memperhatikan harga. Dengan berfokus pada atribut-atribut ini, Why2k dapat memperkuat posisi pasarnya dan membangun identitas merek yang kuat yang selaras dengan preferensi konsumen.

5.1.9 Business Model

Model bisnis menguraikan cara perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Model bisnis mencakup aspek inti bisnis, termasuk target pasar, proposisi nilai, aliran pendapatan, dan struktur operasional. Mengembangkan model bisnis yang kuat sangat penting bagi bisnis karena berfungsi sebagai cetak biru yang memandu

perencanaan strategis dan proses pengambilan keputusan. Dengan mendefinisikan cara perusahaan akan beroperasi dan menghasilkan uang, model bisnis membantu pengusaha mengidentifikasi posisi pasar, persaingan, dan tantangan potensial mereka.

Untuk Why2k, model bisnis berfokus pada penjualan kaos oversize bertema Y2K kepada audiens dewasa muda. Model tersebut mengidentifikasi komponen utama seperti target pasar konsumen yang didorong oleh trend fashion retro, proposisi nilai unik dari pakaian trendi dan berkualitas tinggi, dan berbagai aliran pendapatan, termasuk penjualan langsung melalui platform daring dan potensi kolaborasi dengan influencer untuk kampanye promosi. Perusahaan terutama akan menggunakan pendekatan langsung ke konsumen, memanfaatkan media sosial untuk pemasaran dan keterlibatan pelanggan, yang penting di era digital saat ini. Dengan menyelaraskan elemen-elemen ini, Why2k bertujuan untuk membangun model bisnis yang berkelanjutan dan dapat diskalakan yang dapat beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan preferensi konsumen. Singkatnya, model bisnis yang terdefinisi dengan baik tidak hanya menjadi landasan bagi keberhasilan operasional, tetapi juga alat strategis yang memungkinkan bisnis untuk mengkomunikasikan visi mereka kepada para pemangku kepentingan dan menarik calon investor. Dengan memahami model bisnisnya, Why2k dapat secara efektif menavigasi lanskap persaingan industri mode, memastikan pertumbuhan dan profitabilitas jangka panjang.

Business Model Canvas				
Key Partners • Vendor: Bernitru 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 • Design Creation • Production • Promotion and Sales	Value Propositions • Desain Y2K: Tawarkan kemeja oversized dengan design 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: Camakan kain dan bahan berkualitas tinggi untuk daya tahan dan kepuasan pelanggan.	Customer Relationships • Online Customer Support, menanggapi keluhan kesah customer menggunakan platform online • Engagement seperti membalas komen customer • Promotions dengan cara mengadakan promosi harga dari Rp999.000 jadi Rp149.000	Customer Segments • 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.
Cost • 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 • 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 5. 5 Business Model Canvas Why2k

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

5.1.10 Strategi Harga

Strategi Penetapan Harga adalah rencana atau kerangka kerja yang digunakan oleh suatu bisnis untuk menentukan harga terbaik bagi produk atau layanannya, memastikan bahwa harga tersebut menarik bagi pelanggan sekaligus menutupi biaya dan menghasilkan laba. Pentingnya strategi penetapan harga terletak pada pengaruhnya terhadap pendapatan, profitabilitas, dan posisi kompetitif. Penetapan harga yang efektif membantu suatu bisnis mencapai tujuan finansial, menarik target audiensnya, dan membedakan dirinya dari pesaing. Keputusan penetapan harga dibentuk oleh faktor-faktor seperti struktur biaya, persepsi pelanggan, permintaan pasar, persaingan, dan tujuan bisnis secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2016).

Dalam pasar yang kompetitif, memilih strategi penetapan harga yang tepat sangatlah penting. Dengan memahami faktor internal dan eksternal yang memengaruhi penetapan harga, bisnis dapat menetapkan harga yang memaksimalkan laba sekaligus tetap menarik bagi pelanggan. Strategi penetapan harga dapat sangat bervariasi, tergantung pada posisi pasar, jenis produk, dan tujuan bisnis. Misalnya, beberapa

perusahaan mungkin menggunakan pendekatan harga biaya-plus, di mana harga ditetapkan dengan menambahkan markup ke biaya produksi, sementara yang lain mungkin menggunakan harga berbasis nilai, di mana harga mencerminkan nilai yang dirasakan pelanggan, bukan hanya biaya produksi (Nagle & Müller, 2017). Bagi Why2k, pemilihan strategi harga yang tepat sangat penting, karena hal ini berdampak langsung pada penetrasi pasar dan persepsi pelanggan. Karena Why2k beroperasi di segmen khusus dengan fokus pada pakaian berukuran besar yang terinspirasi Y2K, perusahaan memerlukan strategi harga yang selaras dengan preferensi dan daya beli target demografinya—terutama dewasa muda yang sadar gaya dan peka terhadap harga. Untuk menyeimbangkan keterjangkauan dengan kualitas yang dirasakan, Why2k dapat mengadopsi strategi harga yang kompetitif, memposisikan produknya sedikit di bawah atau setara dengan merek serupa seperti Adler Studios dan Samwells Projects. Pendekatan ini dapat membuat produk Why2k dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas tanpa merusak persepsi kualitas.

Kemungkinan Strategi Penetapan Harga untuk Why2k:

1. **Penetapan Harga Penetrasi:** Pada tahap awal bisnis, Why2k dapat menggunakan penetapan harga penetrasi untuk menarik basis pelanggan setia. Dengan menetapkan harga yang lebih rendah, Why2k dapat menarik minat di antara pasar targetnya dan membangun loyalitas merek. Setelah mapan, Why2k dapat secara bertahap menaikkan harga ke tingkat yang lebih berkelanjutan. Pendekatan ini dapat membantu Why2k merebut pangsa pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam kancah mode lokal.
2. **Penetapan Harga Psikologis:** Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, Why2k dapat menggunakan teknik penetapan harga

psikologis, seperti menetapkan harga kaos oversize pada harga Rp149.000, bukan Rp150.000. Perbedaan kecil ini dapat membuat harga tampak lebih menarik, meskipun minimal, yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

3. Penetapan Harga Biaya-Plus: Why2k dapat menetapkan harga dengan menghitung biaya produksi setiap kaos oversize, termasuk bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead, lalu menambahkan markup untuk mendapatkan keuntungan. Strategi penetapan harga ini lugas dan memastikan profitabilitas, tetapi mungkin tidak sepenuhnya memperhitungkan permintaan pelanggan dan nilai yang dirasakan, yang juga merupakan faktor penting dalam industri mode.
4. Penetapan Harga Berbasis Nilai: Jika Why2k memutuskan untuk membedakan dirinya berdasarkan gaya dan kualitas, pendekatan penetapan harga berbasis nilai akan memungkinkannya untuk mengenakan biaya premium berdasarkan nilai yang dirasakan dari desain uniknya yang terinspirasi dari Y2K. Strategi ini dapat menarik pelanggan yang bersedia membayar lebih untuk pakaian eksklusif atau berkualitas tinggi.

Strategi Penetapan Harga yang Dipilih Why2k:

Bagi Why2k, perpaduan antara penetapan harga yang kompetitif dan berbasis nilai kemungkinan akan menjadi pendekatan yang paling efektif. Dengan menetapkan harga yang sangat sesuai dengan pesaing tetapi menawarkan desain yang unik, Why2k dapat menarik konsumen yang sadar gaya yang mencari nilai dan eksklusivitas. Selain itu, harga yang kompetitif akan memungkinkan Why2k untuk bersaing secara efektif di pasar lokal, tempat merek serupa mungkin memiliki kehadiran yang lebih mapan.

5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi

5.2.1 Proses Penjualan

Terdapat beberapa cara penjualan yang dilakukan oleh Why2k untuk memasarkan produknya kepada masyarakat terutama Gen Z. Beberapa saluran yang digunakan Why2k untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya, antara lain:

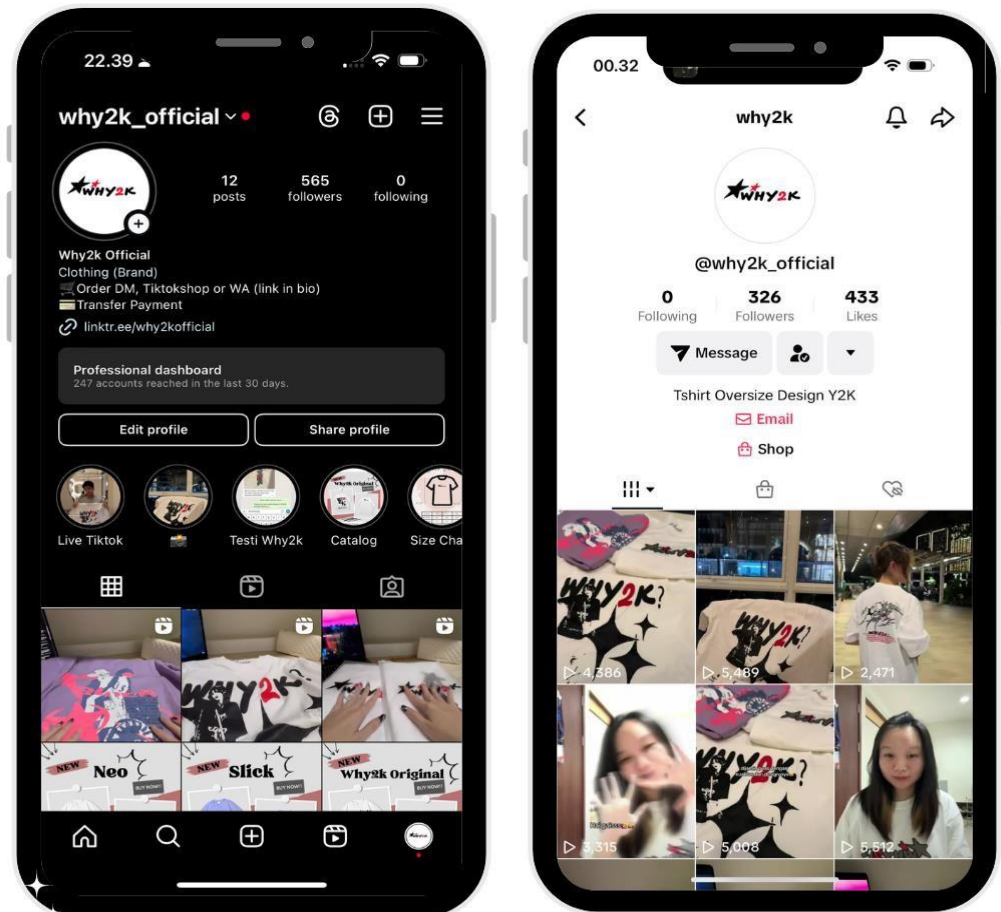
1. **Media Sosial (Instagram dan TikTok)** : Menurut Ryan (2016), Media sosial untuk bisnis dijelaskan sebagai "saluran yang memberikan kesempatan untuk mempromosikan produk dan jasa, serta berinteraksi langsung dengan audiens yang lebih luas.". Dalam memperkenalkan dan melakukan pemasaran melalui sosial media, Tim Why2k membuat akun Instagram dan TikTok khusus Why2k dan merencanakan ide untuk membuat konten hingga konten berhasil di upload. Tim Why2k juga memiliki riset dan target setiap konten yang dibuatnya supaya mendapatkan hasil yang diinginkan dan produk Why2k dapat diminati oleh banyak orang. Dimana di era digital sekarang masyarakat sudah tidak sedikit yang menggunakan sosial media untuk berinteraksi, komunikasi, dan pemasaran.
2. **E-commerce (Platform online seperti TikTok Shop dan Tokopedia)** : Menurut Khan (2018), E-commerce didefinisikan sebagai "platform yang memungkinkan transaksi jual beli barang dan jasa melalui internet dengan memanfaatkan berbagai saluran digital.". Dalam hal ini, Why2k membuat platform online yaitu TikTok Shop dan Tokopedia untuk mempermudah konsumen melakukan transaksi secara online yang mana dapat melakukan pembelian kapan saja dan dimana saja. Dengan melakukan penjualan secara online dapat mengurangi biaya operasional

dengan tidak perlu menyewa toko fisik serta operasional lainnya.

3. **Bazar** : Mereka menjelaskan bahwa bazar adalah "peristiwa penjualan yang diadakan secara periodik, di mana berbagai jenis barang dijual, sering kali dengan harga diskon." Kotler dan Armstrong (2010).

4. **Toko Fisik** : Menurut Kotler dan Keller (2016), Toko fisik didefinisikan sebagai "tempat di mana produk dan jasa ditawarkan secara langsung kepada konsumen, memungkinkan pelanggan untuk melihat, mencoba, dan membeli barang secara langsung.". Seperti yang disampaikan pada poin ke-2 (E-commerce) Tim Why2k dapat mengurangi biaya operasional dengan tidak menyewa toko fisik. Akan tetapi disini, salah satu anggota dari tim Why2k memiliki anggota keluarga yang membuka toko fisik grosir baju. Sehingga Tim Why2k dapat menitipkan produk Why2k yaitu baju kaos oversize di toko fisik anggota keluarga tim secara gratis, tanpa mengeluarkan biaya operasional dan biaya lainnya.

Berikut merupakan Media Sosial Instagram dan TikTok Why2k:



Gambar 5. 6 Social Media Why2k

Sumber : Why2k (2024)

5.2.2 Bauran Promosi

Bauran promosi yang diterapkan oleh Why2k terdiri dari berbagai strategi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Komponen utama dari bauran promosi Why2k meliputi:

1. **Promosi Penjualan (Sales Promotion)** Untuk mendorong konsumen membeli produk, Why2k

menggunakan berbagai promosi penjualan, termasuk diskon musiman, bundling produk, dan kode promo untuk pembelian pertama. Strategi ini tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga membantu dalam menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas konsumen. Diskon dan promosi semacam ini memberikan insentif bagi pelanggan untuk mencoba produk dan mendorong pembelian ulang. Sebagai contoh, Why2k sering mengadakan penjualan flash atau penawaran khusus pada acara-acara tertentu, seperti Hari Belanja Online Nasional atau perayaan ulang tahun merek, yang mendorong pembelian impulsif (Shah et al., 2017).

2. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Pemasaran langsung digunakan untuk menjangkau konsumen yang sudah menunjukkan minat terhadap produk Why2k. Melalui email dan pesan WhatsApp, merek ini mengirimkan informasi tentang produk baru, diskon, dan acara khusus untuk menarik pelanggan yang sudah terlibat. Pemasaran langsung memungkinkan Why2k untuk berkomunikasi lebih personal dengan pelanggan dan memberikan penawaran yang lebih relevan dan tertarget (Kotler & Keller, 2016).

3. Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing)

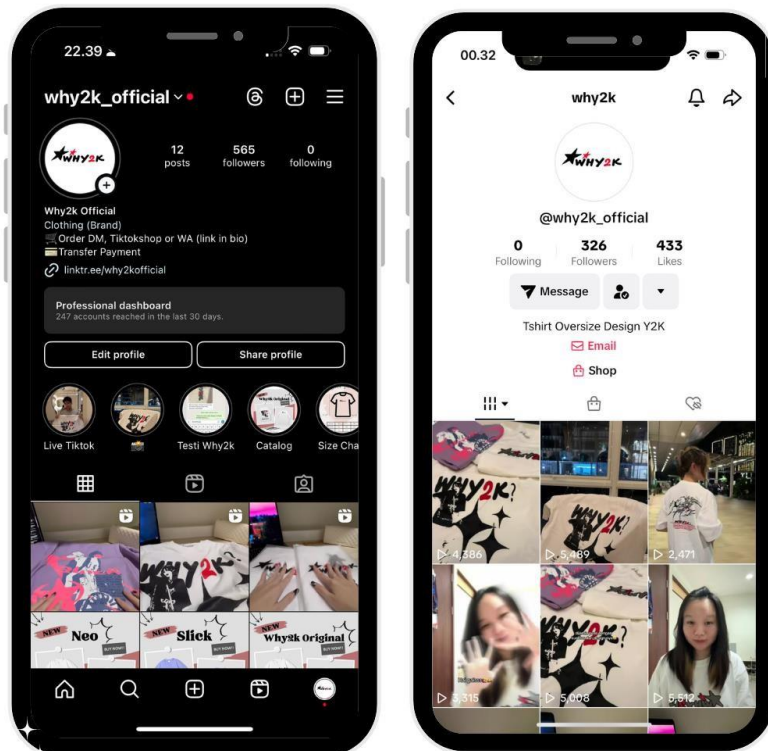
Sebagai bagian integral dari bauran promosi, Why2k memanfaatkan pemasaran melalui media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun komunitas penggemar. Penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan merek untuk berbagi konten yang menampilkan produk, cara styling, serta tren mode terbaru. Konten yang menarik dan

berfokus pada nilai-nilai merek, seperti keberlanjutan dan desain yang inovatif, menarik perhatian audiens yang peduli akan fashion dan etika (Mangold & Faulds, 2009). Melalui media sosial, Why2k juga dapat merespons pelanggan dengan cepat dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens mereka.

Dengan kombinasi berbagai strategi promosi ini, Why2k dapat meningkatkan visibilitas merek, mendorong penjualan, dan menjaga loyalitas pelanggan di pasar fesyen yang sangat kompetitif. Pendekatan pemasaran yang adaptif dan berbasis digital memungkinkan Why2k untuk tetap relevan dan menarik bagi Gen Z yang selalu terhubung secara online.

Selanjutnya, Why2k fokus pada *Branding* dan *Digital Marketing* untuk startup Why2k. Perusahaan ini dikenal oleh publik sebagai toko online yang menjual pakaian oversize dengan desain yang unik dan terbatas. Tujuan dari kegiatan branding yang dilakukan Why2k adalah untuk membangun citra positif dan menciptakan *image brand* yang sesuai di benak konsumen. Salah satu upaya branding yang dilakukan Why2k adalah merancang konsep untuk platform media sosial mereka, seperti Instagram dan TikTok. Berikut adalah tugas-tugas atau kegiatan yang diajukan oleh Why2k untuk memperkuat branding di media sosial Why2k.

1. Pembuatan Feeds di Instagram dan TikTok Why2k sebagai bentuk Branding Why2k



Gambar 5. 7 Tiktok dan Instagram Why2k

Sumber : Why2k (2024)

2. Mem-Posting Testimoni di Story Instagram Why2k dengan Rutin Menggunakan Hashtag #TestiWhy2k

Why2k secara rutin mengunggah testimoni pelanggan yang memesan produk melalui WhatsApp Business dan TikTok Shop. Setiap kali ada pembelian, Why2k akan mengambil *screenshot* (ss) dan mengunggahnya ke akun Instagram mereka, serta menambahkannya ke highlight Instagram, sehingga baik pengikut baru maupun lama dapat melihat testimoni pelanggan secara langsung. Untuk menjaga privasi, Why2k menyensor informasi pribadi seperti nama, nomor telepon, dan alamat pelanggan yang membeli melalui TikTok Shop, serta menyensor nomor telepon

untuk pelanggan yang membeli melalui WhatsApp Business. Selain itu, Why2k juga membuat hashtag khusus untuk testimoni pelanggan, yaitu #TestiWhy2k. Berikut ini adalah beberapa testimoni yang pernah diunggah oleh Why2k dan masih tersedia di highlight Instagram mereka hingga sekarang.



Gambar 5. 8 Testimoni Why2k

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

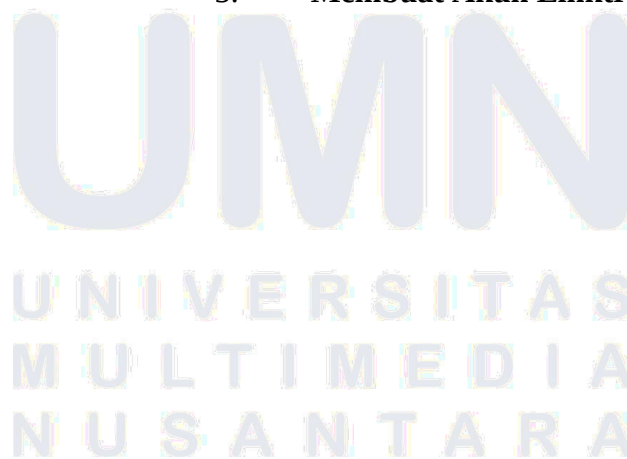
Sumber : Why2k (2024)



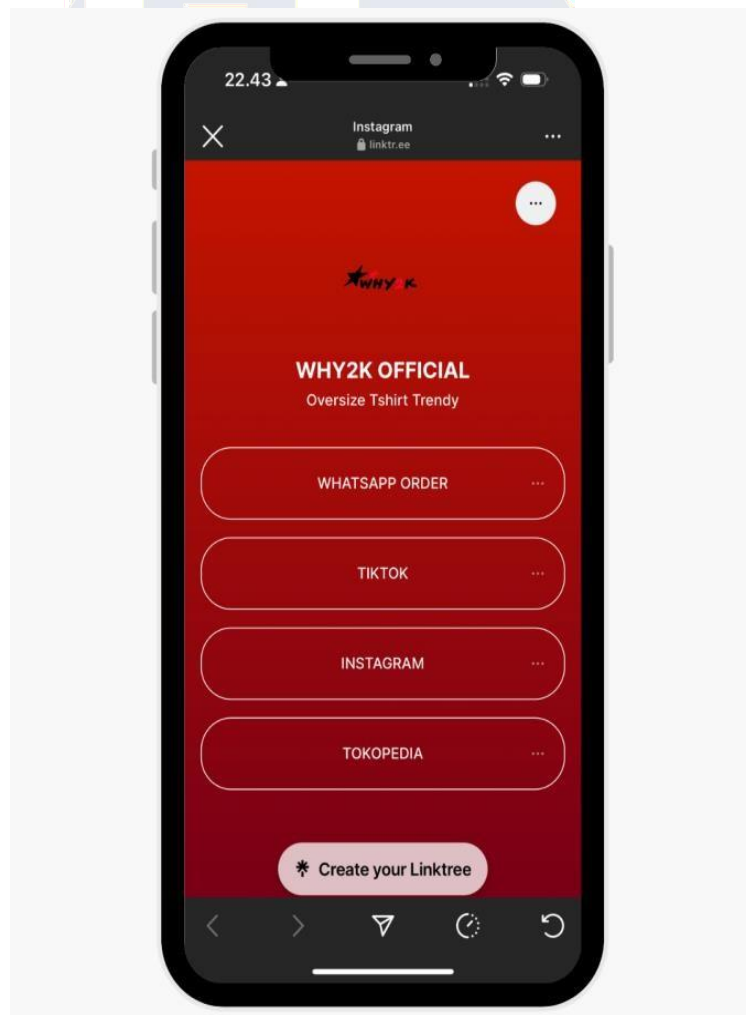
Gambar 5. 9 Testimoni Why2k

Sumber : Why2k (2024)

3. Membuat Akun Linktree Why2k



Why2k membuat akun Linktree khusus untuk memudahkan pelanggan yang mengklik link di bio Instagram Why2k. Dalam Linktree ini, terdapat berbagai link yang berguna, seperti link WhatsApp Business bagi pelanggan yang ingin bertanya atau melakukan pembelian melalui WhatsApp. Selain itu, ada juga link ke akun TikTok Why2k, memudahkan pelanggan yang datang dari Instagram untuk melihat konten TikTok

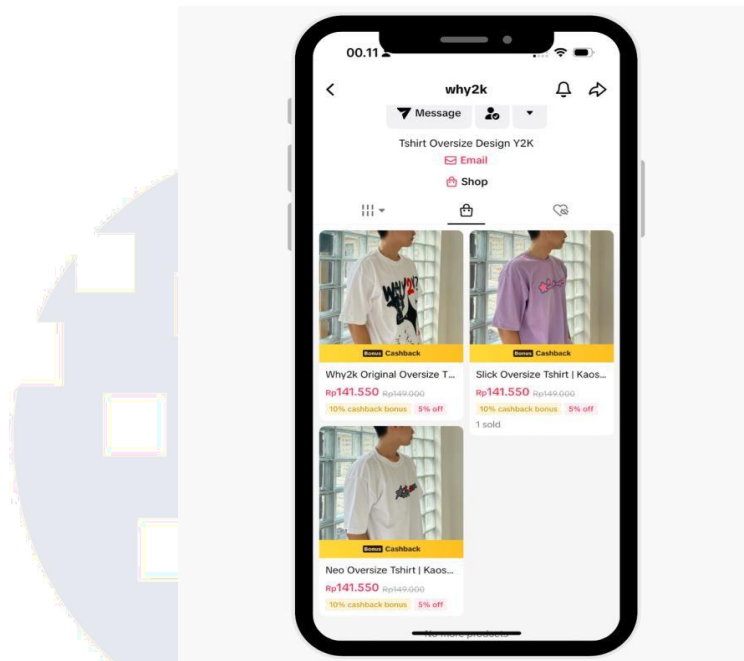


Gambar 5. 10 Linktree Why2k

Sumber : Why2k (2024)

Why2k atau melakukan pembelian di TikTok Shop. Tak hanya itu, Linktree juga mencantumkan link ke Instagram dan Tokopedia Why2k. Gambar di bawah ini menunjukkan tampilan Linktree Why2k yang dapat ditemukan di bio Instagram Why2k.

4. Tiktok Shop untuk Customer Why2k

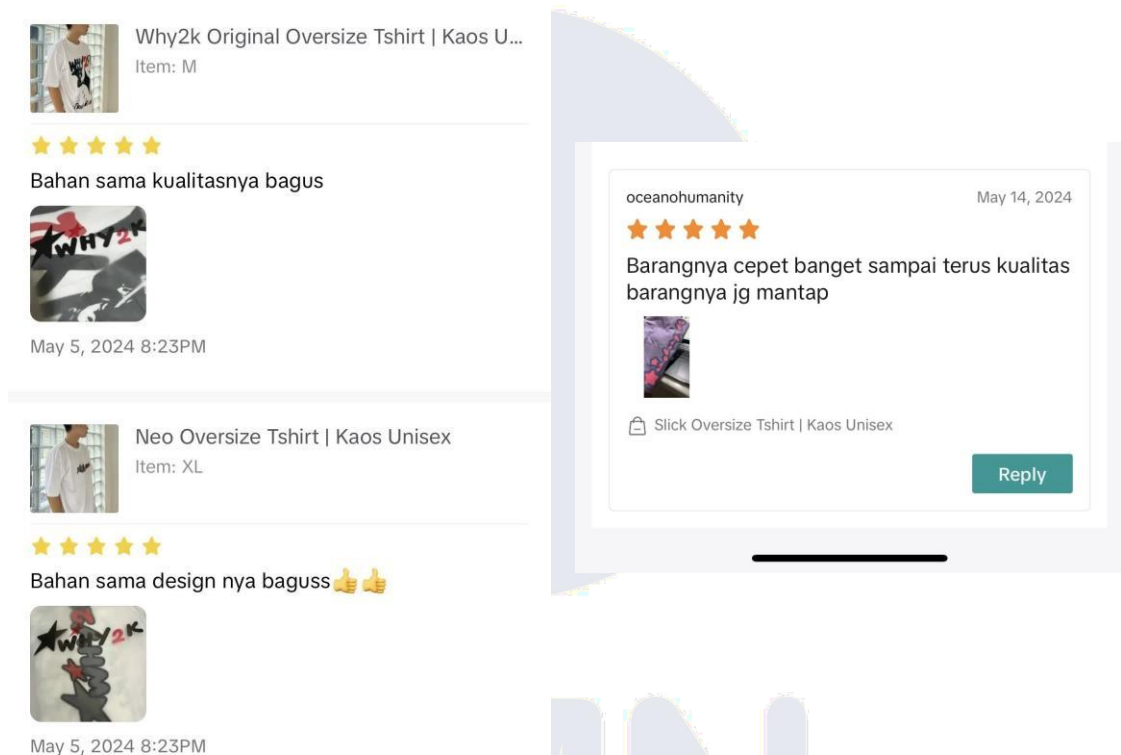


Gambar 5. 11 Aplikasi Tiktok Shop

Sumber : Tiktok Why2k

Why2k membuat akun TikTok Shop untuk mempermudah pelanggan yang ingin membeli produk melalui media sosial TikTok. Langkah ini diambil karena saat ini hampir semua orang menggunakan TikTok, baik untuk membuat video, menonton konten, bahkan untuk berbelanja. Oleh karena itu, Why2k memutuskan untuk memanfaatkan TikTok Shop sebagai saluran penjualan. Why2k berkomitmen untuk terus meningkatkan upaya branding agar penjualan di TikTok Shop dapat meningkat di masa depan. Why2k juga menambahkan ikon keranjang kuning pada setiap postingan konten di

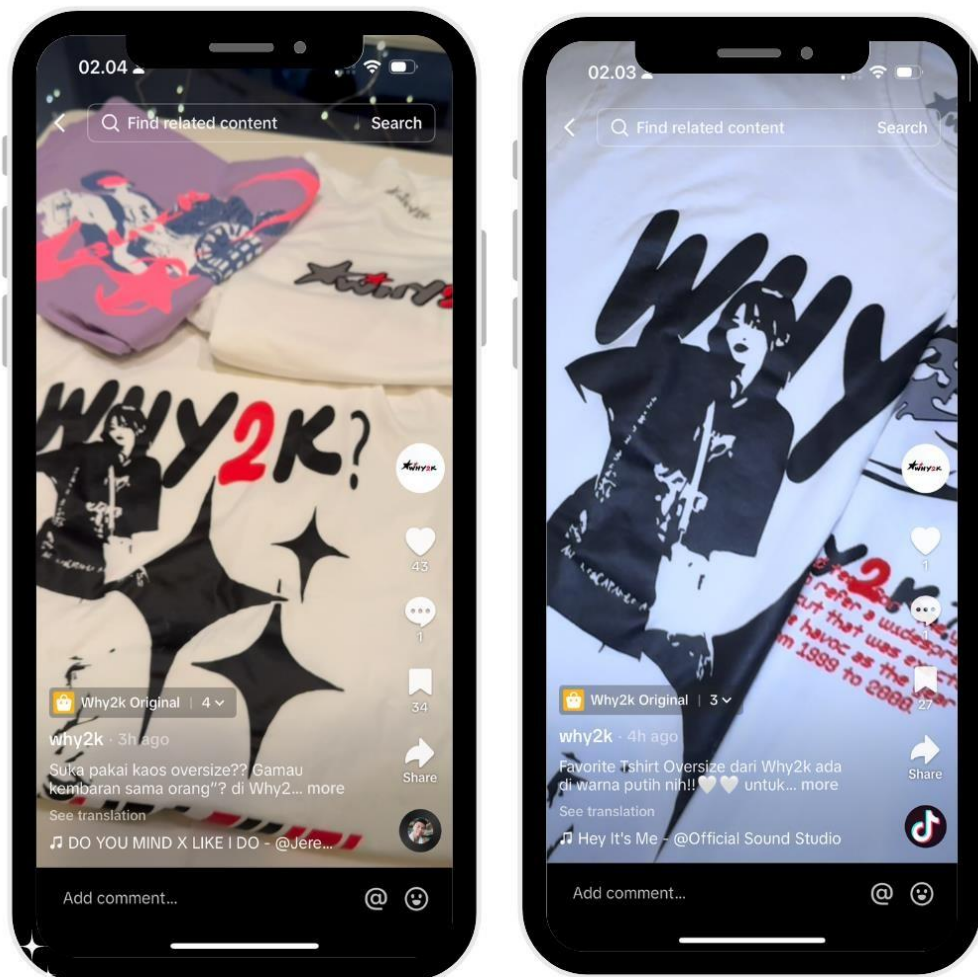
akun TikTok mereka. Tujuan dari penambahan ikon ini adalah untuk memudahkan pelanggan yang tertarik melihat- lihat atau bahkan melakukan pembelian dan checkout produk Why2k.



Gambar 5. 12 Review Why2k di Tiktok Shop

Sumber : Tiktok Why2k

Hampir semua akun yang berjualan di TikTok ikon keranjang kuning untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian. Why2k juga telah melakukan penjualan di TikTok Shop dan menerima ulasan bintang 5 dari pelanggan. Gambar di bawah ini menunjukkan bahwa Why2k berhasil menjual produk dan mendapatkan ulasan positif setelah membuat TikTok Shop dan melakukan branding di platform TikTok.



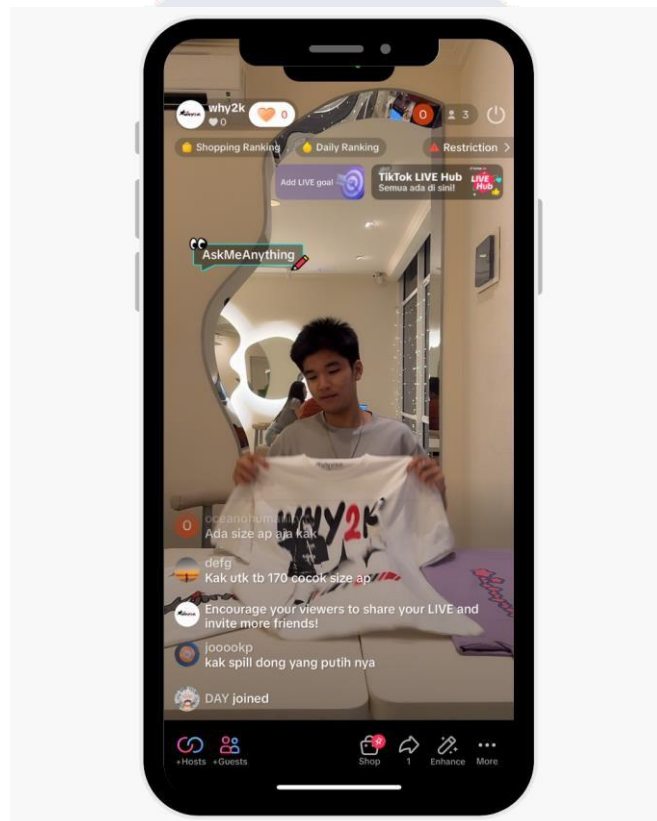
Gambar 5. 13 Postingan Tiktok Why2k

Sumber : Tiktok Why2k

5. Live di Tiktok Why2k untuk Membangun Branding Brand Why2k sekaligus Melakukan Penjualan

Why2k telah melakukan beberapa sesi Live di TikTok mereka. Selama sesi Live, banyak pemirsa baru yang sebelumnya belum menjadi pelanggan Why2k. Selain itu, banyak pertanyaan yang diajukan oleh pemirsa dan dijawab langsung oleh tim Why2k. Meskipun branding melalui Live di TikTok Shop terasa menyenangkan, Why2k menyadari bahwa untuk menarik lebih banyak

pemirsa, mereka perlu merencanakan ide-ide Live yang lebih menarik di masa depan. Setelah live tiktok ada beberapa customer yang check out yaitu ada 2 customer sebanyak 2 pcs baju, ada juga yang langsung bertanya kepada Tiktok Why2k mengenai baju yang kami jual.



Gambar 5. 14 Live Tiktok Why2k

Sumber : Tiktok Why2k

BAB VI

TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN

6.1 Tim Manajemen

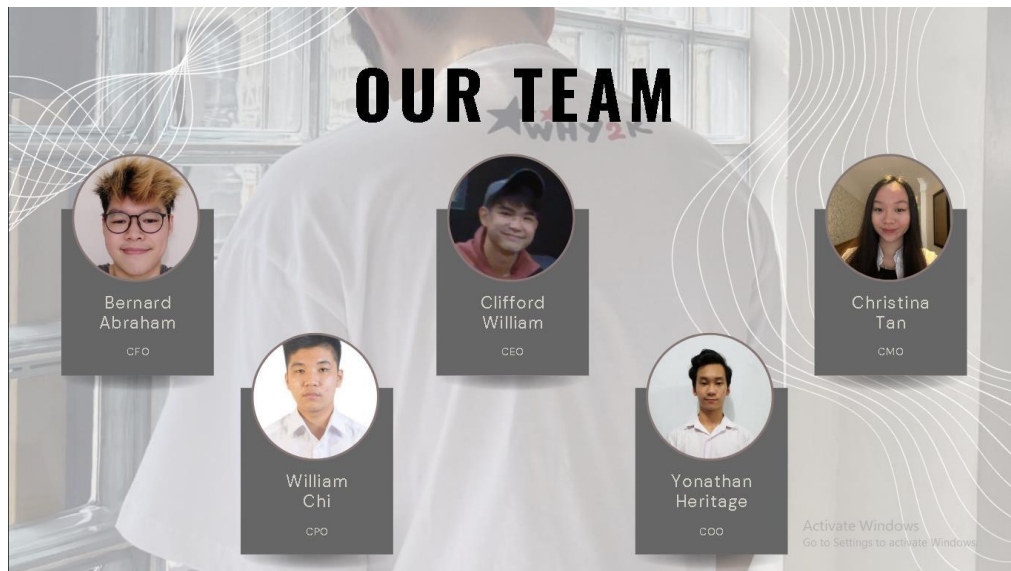
Di Why2k, kami telah menyusun struktur organisasi yang jelas dengan anggota tim yang terdiri dari lima mahasiswa UMN yang mengambil peminatan dalam Entrepreneurship. Dalam tim kami, Clifford William menjabat sebagai Direktur atau CEO, sementara William Chi mengembangkan tugas sebagai PIC Digital. Christina Tan bertanggung jawab sebagai PIC Marketing, Bernard Abraham sebagai PIC Keuangan, dan Yonathan Heritage sebagai PIC Operasional. Setiap divisi memiliki tujuan dan tanggung jawab yang spesifik, sehingga penting bagi masing-masing untuk menyelesaikan tugas-tugas yang telah ditetapkan. Dengan cara ini, kami berharap Why2k dapat beroperasi dengan baik dan tanpa ada yang terlewatkan. Tugas-tugas tersebut dirancang untuk mendukung kelancaran keseluruhan operasi perusahaan. Tugas-tugas tersebut adalah:

1. **CEO (Chief Executive Officer)** atau direktur memiliki tanggung jawab utama dalam mengarahkan perusahaan menuju kesuksesan. Dalam hal ini, Clifford sebagai direktur bertugas untuk merumuskan visi, misi, dan tujuan jangka panjang yang jelas. Tanggung jawabnya juga mencakup pengembangan rencana bisnis yang menyeluruh untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini melibatkan pencarian peluang baru di pasar, analisis risiko, dan penetapan arah strategis perusahaan. Khususnya untuk Why2k, memahami tren fashion dan keinginan konsumen sangat penting untuk menjaga produk kaos oversize tetap relevan dan menarik bagi pasar.
2. **PIC Operasional** sangat krusial dalam memastikan bahwa setiap aspek operasional perusahaan berjalan dengan efisien.

Dari mengawasi proses operasional hingga mengelola tim penjualan, serta merancang strategi operasional dan mengelola hubungan dengan pelanggan serta mitra bisnis, semua yang dilakukan oleh Yonathan Heritage berkontribusi langsung pada keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan. Dengan fokus pada efisiensi, kualitas, dan kepuasan pelanggan, Yonathan dapat memastikan Why2k tetap mampu bersaing dan sukses dalam industri kaos oversize.

3. **Tugas PIC Digital** adalah memberikan kontribusi signifikan dalam proses transformasi digital dan strategi pemasaran perusahaan. Di Why2k, yang fokus pada penjualan kaos oversize, William Chi bertanggung jawab untuk memimpin proyek digital, merancang strategi pemasaran digital, dan memperkuat penjualan melalui pemanfaatan teknologi serta inovasi.
4. **Tugas PIC Pemasaran** di Why2k juga sangat penting, karena Christina harus mengembangkan serta melaksanakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat reputasi merek di pasar. Tanggung jawab Christina meliputi berbagai kegiatan, mulai dari riset pasar, pengembangan merek, pengelolaan kampanye pemasaran, hingga analisis kinerja.
5. **PIC Keuangan** memegang peran vital dalam pengelolaan keuangan perusahaan, sekaligus memastikan stabilitas dan pertumbuhan keuangan jangka panjang. Sebagai PIC Keuangan di Why2k, yang juga fokus pada kaos oversize, tugas Bernard Abraham meliputi berbagai aspek pengelolaan keuangan, perencanaan strategis, analisis kinerja, dan pengelolaan risiko serta kepatuhan.

Seiring berjalannya waktu tim Why2k semakin lengkap dan sangat suka bekerja secara bersama-sama, lalu terbentuklah struktur yang digunakan oleh tim Why2k yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuan dan tugas masing-masing, tim Why2k tersusun sebagai berikut :



Gambar 6. 1 Tim Why2k

Sumber : Why2k (2024)

6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan

Brand baju oversize yang Why2k ciptakan karena memiliki tujuan yang besar dalam industri fashion saat ini. Why2k mempunyai tagline "**Y2K Style, Modern Comfort**" dari tagline tersebut Why2k mempunyai keinginan untuk menggabungkan gaya retro era Y2K atau tahun 2000-an yang di sesuaikan dengan keinginan design yang menarik sesuai dengan kebutuhan trend pada Gen Z. Dengan adanya trend fashion retro dengan kaos oversize yang bertemakan Y2k dapat menjadi keuntungan untuk Why2k karena dapat menjadi trend yang sangat menarik untuk diikuti oleh kalangan muda Gen Z yang menyukai design retro atau 2000-an, maka Why2k selalu mengikuti perkembangan design yang ada pada trend Gen Z lalu disesuaikan dengan model retro Y2k, walaupun mempunyai konsep retro, Why2k dapat tetap mengikuti perkembangan desain fashion Gen Z.

Sesuai dengan tagline Why2k, Why2k ingin memberikan sebuah desain yang menarik dan ingin memberikan kenyamanan lebih berupa kualitas bahan kaos oversize yang sesuai dengan model fashion yang saat ini berkembang. Tagline Why2k menarik konsumen Gen Z dengan design yang menarik, retro, tidak ramai, nyaman, dan enak digunakan, sehingga Why2k adalah perpaduan antara desain retro dengan Gen Z, agar penikmat fashion Gen Z dapat mengikuti trend Y2k. Why2k menempatkan kreativitas sebagai prioritas utama, baik dalam proses desain maupun produksi, sehingga menjadi fondasi yang kokoh bagi merek ini. Desain kaos oversize yang inovatif sangat penting untuk menarik perhatian konsumen yang mencari fashion yang nyaman, santai, dan berkualitas dengan harga yang terjangkau. Selain itu, pemasaran dan branding yang efektif juga berperan penting dalam membedakan Why2k di pasar yang sangat luas ini. Tren fashion kaos oversize sangat diminati, terutama di kalangan generasi muda, memberikan peluang besar bagi Why2k yang menargetkan kelompok tersebut.

Why2k juga akan memanfaatkan berbagai peluang yang tersedia, namun tetap dengan pertimbangan yang matang. Ini mencakup aspek produk, pendekatan terhadap fashion berkelanjutan, dan potensi ekspansi ke pasar global. Seluruh tim di Why2k mengutamakan kualitas produk dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama untuk membangun reputasi yang baik serta menciptakan loyalitas di kalangan pelanggan. Dengan strategi yang tepat dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar, Why2k memiliki potensi untuk mengoptimalkan sumber daya dan mencapai kesuksesan dalam industri kaos oversize yang mereka jalani.

Target pasar kami yaitu orang-orang yang berumur 16-30 tahun yaitu yang menyukai dunia fashion, lalu umur 16-30 tahun tersebut banyak yang telah mengenal dunia fashion, seperti mencocokkan antara warna baju dengan celana sehingga terlihat lebih bagus dan lebih cocok,

lalu Why2k ini di targetkan kepada pelanggan yang mempunyai pendapatan menengah dikarenakan Why2k mempunyai harga yang cocok untuk anak berumur 16 tahun, sehingga Why2k lebih mudah dibeli karena kualitas yang cukup bagus dan mempunyai harga yang lebih terjangkau oleh usia 16-30 tahun. Lalu Why2k juga dapat digunakan oleh laki-laki dan perempuan, dikarenakan kaos oversize ini dapat digunakan oleh laki-laki maupun perempuan. Target pasar yang kami tuju yaitu para pelanggan yang tempat tinggalnya yaitu di jabodetabek dikarenakan Why2k mempunyai rencana untuk membuka booth di kampus-kampus atau di mall, karena target pasarnya yaitu dari anak sekolahan, hingga mahasiswa dan sampai orang yang sudah bekerja. Selanjutnya targetnya yaitu kepada pelanggan yang mempunyai minat kepada streetwear, fashion casual, dan design pakaian unik yang terlihat santai, sehingga dapat menghargai kenyamanan serta keamanan dalam berpakaian. Kaos Why2k ini mempunyai design yang belum ada pada sebelumnya, maka design Why2k mempunyai design unik sehingga dapat menarik pelanggan yang mengikuti fashion kekinian, sehingga baju tersebut dapat dicocokkan oleh segala macam celana dan tas yang cocok digunakan.

Promosi yang akan kami lakukan adalah melakukan pemasaran ke sosial media, seperti Instagram dan Tiktok. Untuk platform penjualan Why2k dapat dibeli di *e-commerce*, seperti Shopee, dan Tokopedia. Lalu kami akan menyebarkan informasi tentang Why2k melalui fitur promosi dari Instagram, dengan menggunakan fitur tersebut maka informasi seputar Why2k akan menyebar ke banyak orang yang menggunakan Instagram, selain itu kami juga akan menggunakan media promosi berupa video Tiktok, jadi kami akan membuat video promosi iklan yang akan diposting pada Tiktok, video iklan tersebut dapat berupa iklan yang menunjukkan display barang Why2k, atau bisa juga iklan yang diawali oleh drama lalu mempromosikan dengan baju Why2k.

Untuk tetap menambah minat dan pengetahuan pelanggan tentang Why2k, kami harus tetap memikirkan ide promosi untuk Tiktok dan Instagram agar tetap aktif dan menarik pelanggan lebih banyak. Selanjutnya kami juga menggunakan fitur Tiktok Shop yaitu untuk menjual baju oversize dengan mudah, karena saat ini banyak orang yang tertarik untuk menggunakan Tiktok, maka Why2k akan selalu memaksimalkan penjualan melalui Tiktok. Lalu akan kami jual melalui Shopee yaitu melalui Shopee Live, Shopee adalah salah satu *e-commerce* yang digunakan untuk berjualan barang” seperti baju, celana, perabotan rumah tangga, dll. Shopee adalah *e-commerce* nomor 1 yang digunakan oleh banyak pelanggan untuk berjualan, Shopee mempunyai pengguna yaitu 158 juta pengguna di seluruh dunia. Maka jika menggunakan Shopee Live dapat menarik pelanggan lebih sehingga dapat memenuhi margin keuntungan yang ditargetkan oleh Why2k

Selain itu, Why2k terus berinovasi dengan setiap pembaruan produk, mulai dari desain produk hingga desain promosi. Untuk menarik perhatian Gen Z, Why2k selalu mengikuti tren fashion yang sedang populer, seperti penggunaan kaos oversize yang banyak digemari oleh Gen Z. Supaya Gen Z lebih mengenal produk Why2k, kami memasarkan brand kami dengan cara yang kuat, sehingga Why2k bisa bersaing dengan kompetitor lain yang juga menjual kaos oversize di platform online.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB VII

PERENCANAAN OPERASIONAL

7.1 Model dan Prosedur Operasional

Dalam berjalannya bisnis Why2k, Why2k juga harus mempunyai model dan prosedur operasional yang harus ditetapkan dan harus dijalankan sehingga Why2k dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan ketentuan dan keinginan bersama. Berikut ini adalah alur penjelasan model dan prosedur operasional yang dikerjakan oleh tim Why2k dari awal barang dibikin hingga barang dapat sampai ke customer. Baju yang disediakan oleh Why2k yaitu baju ready stock yaitu yang mempunyai ukuran oversize dari M, L, dan XL. Selain itu Why2k juga menyediakan ziplock untuk pengiriman baju sehingga baju dapat terjaga dengan baik. Produk Why2k awalnya menyediakan 48 pcs yaitu yang berisi kan **“Why2k Original”, “Neo”, dan “Slick”** mempunyai banyaknya stok yang sama yaitu berisikan M ada 5 pcs, L ada 6 pcs, dan XL ada 5 pcs, sehingga total dari keseluruhan yaitu 48 pcs dari 3 produk yang Why2k sediakan. Why2k menyediakan ready stok yaitu untuk mempermudah pengiriman sehingga baju Why2k dapat sampai kepada pelanggan dengan baik dan tidak kurang apapun.

7.1.1 Proses Pembuatan Rancangan Konsep Why2k

Sebagai bisnis yang bergerak pada bidang fashion, Why2k harus mempunyai konsep yang menarik sehingga hal tersebut dapat membedakan Why2k dari produk-produk saingan yang ada pada pasaran banyak online shop. dikarenakan Why2k mempunyai konsep awal yang ingin mengikuti perkembangan Y2k maka Why2k menggunakan konsep retro yang seakan-akan Why2k mempunyai maksud dan tujuan untuk memperkenalkan dunia retro Y2k kepada Gen Z sehingga Gen Z juga dapat mengetahui design dan cara berpakaian retro atau Y2k.

7.1.2 Proses Design Why2k

Dalam proses berjalannya Why2k, Why2k membuat berbagai macam design yang disiapkan oleh PIC Operation sehingga PIC Operation menyediakan banyak design kaos oversize yang bertemakan Y2k. Lalu setelah itu para PIC dan Direktur memilih bersama design yang telah dibikin, **“Why2k Original”**, **“Neo”**, dan **“Slick”** adalah nama design dan gambar kaos yang dipilih.



Gambar 7. 1 Design Why2k Original

Sumber : Why2k (2024)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 7. 2 Design Neo

Sumber : Why2k (2024)



Gambar 7. 3 Design Slick

Sumber : Why2k (2024)

7.1.2.1 Why2k Original

“Why2k Original” mempunyai desain futuristiknya yang khas, kaos oversize "Why2k Original" ini membawa para pengguna ke awal tahun 2000-an, saat orang-orang dengan antusias menyambut milenium baru. Jenis huruf tebal dan kontemporer dari kata "Why2k?" pada kaos oversize ini tampak ingin membawa para pengguna untuk mempertimbangkan fenomena Y2k itu sendiri, saat orang-orang bertanya, garis-garis berkelok-kelok dan bintang-bintang berkilauan pada desain kaos oversize ini memberikan kesan "berteknologi tinggi" yang menjadi ciri khas tampilan Y2k. Desain kaos oversize ini mengajak pengguna untuk menghidupkan kembali semangat optimis era Y2k sambil menawarkan sesuatu yang kontemporer dan penuh trend fashion retro di tengah kebangkitan mode tahun 2000-an.

7.1.2.2 Neo

Mode Y2K yang populer pada akhir tahun 1990-an dan awal tahun 2000-an diinterpretasikan ulang dalam kaos oversize "Neo". Penggunaan istilah "Neo" pada kaos oversize ini tampaknya menyoroti bagaimana gaya Y2K telah mengambil bentuk baru dalam industri mode saat ini, menjadi relevan sekali lagi. Gambar belakang kaos oversize ini menampilkan ilustrasi grafis dinamis yang mencerminkan aspek avant-garde dan unik dari estetika Y2K. Gambar ini menggabungkan warna-warna yang saling bertabrakan dan bentuk-bentuk abstrak yang sering ditemukan dalam desain-desain dari tahun 2000-an. Selain bersifat trend fashion retro, desain "Neo" menunjukkan

bahwa semangat Y2K masih relevan dan memiliki makna baru dalam generasi baru.

7.1.2.3 Slick

Nuansa futuristik, kreatif, dan ceria dari desain Y2K ini menangkap suasana hati yang ceria dan penuh semangat pada era tersebut, khususnya yang berkaitan dengan kehidupan modern dan terobosan teknologi. Kaos ini memiliki ilustrasi yang cerah dan khas di bagian belakang yang tampak seperti karakter kartun atau elemen dari alam semesta yang fantastis. Tampilan ini merupakan ciri khas gerakan Y2K, yang sangat dipengaruhi oleh internet, video game, dan teknologi yang sedang berkembang saat itu. Berbeda dengan nuansa suram yang sering menyertai tren mode sebelumnya, warna pastel dan cerah menjadi mode pada tahun 2000-an karena menyampaikan kesan ringan dan menyenangkan. Gambar atau bentuk kartun yang muncul di bagian belakang kaos oversize merupakan contoh komponen desain yang menunjukkan sikap menyenangkan terhadap gaya, di mana desain berfungsi sebagai sarana ekspresi diri sekaligus estetika.

7.1.3 Mencari Penyedia Layanan (Vendor)

Menemukan vendor atau penyedia layanan untuk produk dengan tampilan tahun 2000-an dan tema Y2K bisa jadi sulit, tetapi Why2k dapat mengidentifikasi penjual yang ideal dengan strategi yang tepat. Produk dengan tema Y2K, yang semakin populer, memiliki berbagai komponen desain, termasuk warna pastel, motif futuristik, sentuhan cyber, dan desain kartun yang hidup dan unik. Memilih vendor yang tepat sangat penting untuk menjamin bahwa barang dagangan Why2k secara akurat mencerminkan estetika yang khas ini. Berikut adalah beberapa kiat untuk memilih vendor kaos oversize bertema Y2K.

Melakukan studi ekstensif tentang tren Y2K—baik dari segi estetika maupun jenis produk yang diproduksi—adalah langkah pertama dalam memilih penyedia terbaik. Menyelidiki situs visual lain seperti Pinterest, Instagram, dan TikTok—tempat banyak anak muda atau desainer menerbitkan konten bergaya Y2K—dapat membantu mencapai hal ini. Why2k akan lebih mudah memutuskan jenis barang yang ingin mereka buat jika mereka memiliki pemahaman menyeluruh tentang elemen-elemen khas tahun 2000-an ini. Misalnya, apakah Why2k tertarik memproduksi kaos oversize dengan desain grafis Y2K, aksesoris berwarna pastel dengan efek berkilauan, atau bahkan barang digital seperti stiker atau ilustrasi

Menemukan vendor yang mampu memproduksi barang sesuai dengan gaya Y2K adalah langkah selanjutnya setelah memahami ide di balik produk yang dimaksud. Mencari di pasar daring seperti Alibaba, Etsy, dan Tokopedia adalah salah satu metode yang efisien. Why2k dapat menggunakan kata kunci seperti "mode Y2K," "estetika Y2K," atau "produk yang terinspirasi Y2K" di situs-situs seperti ini untuk menemukan vendor yang berpengalaman membuat kaos oversize. Why2k dapat menentukan dari deskripsi produk apakah vendor memiliki keahlian sebelumnya dalam membuat produk bertema retro atau apakah mereka dapat bekerja dengan warna dan desain standar Y2K.

Karena platform Photoshop dan Adobe Illustrator menawarkan alat untuk mengedit gambar dan mockup kaos oversize, keduanya mungkin juga menjadi pilihan terbaik untuk mendesain. Banyak desain yang diproduksi oleh Why2k di kedua aplikasi tersebut yang menggabungkan estetika desain Y2K. Jika ada pedagang yang membuat desain untuk merek kaos oversize Why2k yang terkait dengan Y2K, Why2k juga dapat memberikan komentar dan masukan, karena platform ini digunakan oleh vendor pakaian. Why2k dapat bertanya langsung

kepada desainer atau pedagang apakah mereka bersedia bekerja sama untuk memproduksi barang-barang unik yang sesuai dengan estetika Y2K guna mempelajari lebih lanjut tentang kaos oversize, termasuk bahan, desain, dan detail lainnya. Menghubungi vendor secara langsung dapat membantu Why2k menilai kualitas barang yang mereka sediakan dan berdiskusi secara mendalam tentang ide yang diminati Why2k.

Why2k mencari vendor yang cocok untuk memproduksi kaos oversize yang bertemakan Y2k, sehingga Why2k mencari melalui Instagram dan Tiktok mengenai vendor yang bagus untuk pembuatan kaos yang diinginkan. Selain itu kami juga menanyakan kepada banyak teman yang paham akan vendor kaos oversize, sehingga direkomendasikan oleh CEO kami yaitu Clifford William adalah *Companion House* berada pada Jl. Houkeri III No. 31b, Cisaranten kulon, Arcamanik Kota Bandung, Jawa Barat. Kota Bandung sering menjadi tempat untuk pembuatan baju-baju, dikarenakan banyak vendor bagus yang berasal dari kota Bandung, pada akhirnya Why2k memutuskan untuk menggunakan vendor *Companion House* karena vendor tersebut pernah digunakan oleh Clifford dan mempunyai harga yang cukup terjangkau.

Jika ingin meminta sample, sample tersebut dapat dimintai kepada vendornya untuk memastikan bahwa vendor tersebut mempunyai bahan sablon yaitu plastisol, lalu mempunyai bahan kaos cotton combed premium 24s, sehingga dapat meyakinkan bahwa vendor tersebut sangatlah paham terhadap pemotongan baju yang pas untuk kaos oversize. Selain itu dengan diberikannya sample membuat Why2k dapat mengetahui kualitas dan design yang memenuhi harapan, maka Why2k dapat lebih yakin untuk memesan lebih banyak kaos yang akan diproduksi

Terakhir, pertimbangkan untuk bergabung dengan forum atau grup yang membahas tren Y2K. Banyak pengguna situs media sosial seperti grup Facebook dan Reddit saling bertukar informasi tentang vendor yang dapat memenuhi permintaan barang bertema retro. Why2k dapat memperoleh rujukan dari orang-orang yang pernah berurusan dengan vendor tertentu dan memiliki pengetahuan langsung tentang prosedur produksi dan produk akhir. Ini bisa menjadi alat yang berguna yang membantu Why2k menghindari vendor yang tidak terampil atau tidak profesional.

7.1.4 Proses Pembuatan Baju

Ada sejumlah proses penting dalam produksi kaos oversize Why2k, yang juga dikenal sebagai kaos oversize bertema Y2K atau tahun 2000-an, dari tahap desain hingga tahap saat kaos oversize disiapkan untuk dikemas dan dijual. Perencanaan desain merupakan langkah awal dalam proses ini. Para desainer akan memulai dengan meneliti desain estetika Y2K yang dikembangkan oleh PIC Operational Why2k, yang menampilkan elemen desain yang dipengaruhi oleh teknologi digital awal dan warna khas seperti ungu pastel, biru cerah, dan merah muda neon. Pola abstrak, grafik kartun kreatif, dan huruf bergaya futuristik sering digunakan dalam desain grafis. Karena ukuran kaos yang lebih besar menawarkan kanvas besar untuk menunjukkan desain, desainer juga memperhitungkan bentuk kaos oversize yang akan digunakan pada tahap ini.

Setelah desain pertama selesai, vendor akan memilih bahan dan warna kaos yang sesuai. Katun, yang nyaman dan cukup tebal untuk mempertahankan bentuk kaos oversize namun tetap lembut dan cepat menyerap keringat, Why2k menggunakan katun setebal 24s untuk kaos oversize. Katun dengan gramatur sedang hingga berat sangat sering digunakan, memberikan kaos oversize tampilan yang lebih mengalir dan membuatnya cocok. Karena sering dipilih untuk menghasilkan citra

yang hidup dan menarik, sejalan dengan tren Y2K, warna pastel seperti ungu cerah pada kaos oversize "Slick" atau warna cerah seperti putih pada kaos oversize "Why2k Original" dapat digunakan sebagai warna dasar kaos oversize. Selain itu, "Neo" Warna dasar kaos oversize akan dimodifikasi agar sesuai dengan desain yang dicetak untuk menciptakan tampilan keseluruhan yang kohesif.

Pencetakan desain dilakukan berikutnya, setelah pemilihan warna dasar dan bahan. Berbagai teknik pencetakan dapat digunakan, bergantung pada jenis desain dan jumlah kaos oversize yang diproduksi. Plastisol, yang sering dikenal sebagai sablon atau DTF, adalah teknik sablon manual populer yang menggunakan tinta khusus dan sablon untuk menerapkan desain yang dipilih pada pakaian. Teknik ini menghasilkan hasil yang tahan lama dan cocok untuk desain yang menggunakan warna blok yang kuat. Sablon digital mungkin menjadi pilihan yang lebih baik untuk desain dengan gradasi warna dan kompleksitas yang lebih tinggi. Warna yang lebih bervariasi dan hasil yang lebih detail dapat dihasilkan dengan teknologi ini, meskipun biaya produksinya mungkin lebih tinggi. Bagian depan, belakang, atau bahkan sisi lengan baju akan dicetak dengan desain akhir di lokasi yang dipilih. Why2k menggunakan metode plastisol, yang juga dikenal sebagai sablon manual, karena mereka ingin warna pada baju tampak lebih cerah dan hasil sablon bertahan lebih lama.

Pemotongan dan penjahitan adalah langkah selanjutnya setelah pencetakan. Model baju Why2k yang sangat besar ini berarti bahwa untuk mendapatkan efek longgar yang diinginkan, polanya harus lebih besar dari ukuran biasa. Umumnya menampilkan tubuh yang lebih lebar dan lengan yang lebih panjang, desain baju yang terlalu besar ini memberikan kesan santai dan riang saat dikenakan. Setiap komponen kaos oversize, termasuk leher, badan, dan lengan, harus disambung dengan jahitan yang kuat dan rapi setelah kain dipotong dengan tepat

agar sesuai dengan pola yang ditentukan. Untuk memastikan kaos oversize nyaman dipakai dan tahan terhadap kerusakan, diperlukan prosedur menjahit berkualitas tinggi. Selain itu, kaos oversize memiliki jahitan ekstra untuk memperkuat kerah dan ujung lengan. Kaos oversize akan melalui tahap kontrol kualitas setelah dijahit dan semua komponen telah dipasang dengan benar. Pada tahap ini, setiap kaos oversize diperiksa secara menyeluruh untuk memastikan jahitan, bahan, dan desain semuanya sempurna. Kaos oversize akan diperbaiki atau diganti jika ditemukan cacat seperti tinta cetak yang tidak rata, jahitan yang ceroboh, atau warna yang tidak serasi. Setelah kaos oversize lolos kontrol kualitas, kaos oversize akan dirapikan, menggunakan setrika uap untuk menghaluskan kerutan dan membuatnya tampak bagus.

7.1.5 Membeli Ziplock dan Packing

Karena sejumlah alasan penting yang berkaitan dengan tampilan, keamanan, dan kepuasan pelanggan, kaos oversize Why2k memilih untuk menggunakan ziplock dan kemasan dalam kemasannya. Pelanggan diberikan kesan yang halus dan menarik dengan menggunakan ziplock dan kemasan yang tepat, yang juga membantu menjaga kualitas kaos oversize.

Selama pengiriman dan penyimpanan, ziplock pertama-tama berfungsi untuk melindungi kaos oversize dari debu, kelembapan, dan kotoran. Kaos oversize Why2k dapat tetap bagus dan bersih hingga dikirim ke pelanggan berkat pembungkus ziplock. Untuk menjaga tampilan baru kaos oversize dan mencegah kerutan atau kerusakan lain selama pengiriman.

Kedua, produk memperoleh nilai visual dari penggunaan ziplock dan kemasan. Produk yang menggunakan kemasan dan desain yang mencolok, dan ziplock dapat menyampaikan kesan profesionalisme dan modernitas. Pelanggan yang membeli kaos oversize sering kali

mengharapkan kemasan yang mencerminkan estetika produk, dan ziplock menciptakan tampilan yang mewah dan menarik yang meningkatkan eksklusivitas barang yang dirasakan.

Terakhir, pelanggan memiliki pengalaman yang lebih positif saat menerima pengemasan berkualitas tinggi. Pelanggan lebih menghargai dan senang dengan perhatian produsen terhadap detail saat mereka menerima produk yang dibungkus dengan baik.

7.1.6 Cara Melakukan Order Melalui Tiktok, Instagram, Whatsapp

Ada tiga cara mudah untuk memesan kaos oversize Why2k yaitu melalui WhatsApp, pesan langsung (DM) Instagram, dan TikTok Shop. Berikut adalah petunjuk lengkap untuk setiap metode agar pemesanan menjadi mudah dan bebas repot.

1. Cara Order Melalui TikTok Shop

Langkah pertama dalam melakukan pembelian melalui TikTok Shop adalah membuka aplikasi TikTok dan mencari akun resmi Why2k atau kaos oversize Why2k. Setelah produk pilihan kaos oversize ditemukan, klik gambar atau videonya untuk mengakses halaman detail. Hal tersebut dapat memilih dari berbagai ukuran, warna, dan detail lainnya di sana. Pilih warna dan ukuran yang paling disukai. Untuk menambahkan produk ke keranjang belanja, dapat dilakukan dengan cara klik opsi "**Beli Sekarang**" atau "**Tambahkan ke Keranjang**" setelah memilih karakteristik produk. Lalu pembeli akan diminta untuk memberikan alamat pengiriman dan metode pembayaran oleh TikTok Shop. Pastikan alamat pengiriman akurat untuk memastikan pengiriman barang yang cepat dan tepat. Opsi pembayaran mencakup transfer bank, kartu debit, atau dompet elektronik, tergantung pada peraturan TikTok Shop. Pembeli akan menerima pemberitahuan

konfirmasi pesanan setelah pembayaran selesai, dan transaksi akan diproses. Selain itu, pantau status pengiriman di TikTok Shop untuk melacak kemajuan hingga barang sampai di rumah pembeli.

2. Cara Order Melalui Direct Message (DM) Instagram

Pembeli dapat membuka akun Instagram resmi Why2k. Lalu setelah akun ditemukan, cari sorotan atau kiriman yang menyertakan kaos oversize yang ingin dibeli. Akan tertera detail seperti harga, warna, dan ukuran.

Untuk memesan, buka halaman profil Instagram Why2k dan klik "**Pesan**" atau simbol pesan. Gunakan struktur yang jelas saat mengirim pesan langsung (DM), termasuk nama produk (misalnya, "Kaos Y2K Oversize") atau dapat mengirim pesan berupa nama pembeli, alamat lengkap (alamat, kelurahan, kecamatan, kodepos), nomor telepon, ukuran baju, jenis kaos oversize, dan jumlah pesanan. Administrator Instagram Why2k akan membalas dengan konfirmasi pesanan, total harga, dan detail pembayaran. Setelah pembayaran diverifikasi, administrator akan mengeksekusi pesanan dan memberitahu perkiraan waktu pengiriman. Maka tinggal menunggu pengiriman dilakukan oleh tim Why2k.

3. Cara Order Melalui WhatsApp

Menggunakan WhatsApp untuk memesan secara langsung merupakan opsi tambahan. Nomor WhatsApp Why2k resmi tersedia di bio Instagram, TikTok, dan akun media sosial lain yang berada di bawah kendalinya. Setelah pembeli memiliki

nomor WhatsApp, kirim pesan ke nomor tersebut dengan membuka aplikasi WhatsApp.

Perkenalkan diri dan nyatakan dalam pesan awal bahwa ingin memesan kaos oversize Why2k. Tambahkan semua detail yang perlu diketahui tentang barang yang ingin dibeli, termasuk nama, ukuran, jenis kaos oversize Why2k, dan jumlahnya. Nomor telepon yang aktif dan alamat pengiriman lengkap juga diperlukan untuk memungkinkan pengiriman. Setelah mengirimkan data ini, tim Why2k akan menanggapi dengan informasi tentang biaya, biaya pengiriman, dan opsi pembayaran yang diterima. Setelah pembayaran diterima dan diverifikasi, pesanan akan segera ditangani, dan akan menerima detail mengenai perkiraan waktu pengiriman.

Karena persediaan dapat berubah setiap saat, maka berhati-hatilah untuk memesan ukuran, warna yang diinginkan dan harus mengecek kembali ketersediaan produk kepada tim Why2k melalui mengirim pesan ke Tiktok Why2k, Direct Message Instagram, dan Whatsapp sebelum melakukan pemesanan. Selain itu, simpan konfirmasi pesanan dan bukti pembayaran untuk berjaga-jaga jika terjadi masalah dengan pengiriman.

7.1.7 Cara mengajukan Feedback atau Komplain

Pembeli dapat menggunakan TikTok, Instagram, atau WhatsApp untuk menyampaikan ketidakpuasan atau memberikan masukan jika penerima mendapatkan produk Why2k yang kualitasnya buruk, seperti kaos oversize yang rusak atau tidak dapat diterima. Untuk memastikan bahwa keluhan atau komentar ditangani dengan cepat dan efisien, ikuti langkah-langkah sederhana dan mudah ini untuk menyampaikannya di setiap platform.

1. Cara Komplain Melalui TikTok Shop

Langkah pertama jika membeli sesuatu dari TikTok Shop adalah meluncurkan aplikasi TikTok dan membuka area "Pesanan Saya" di akun Tiktok. Daftar pesanan sebelumnya dapat dilihat di sana. Pilih pesanan kaos oversize Why2k yang ingin sampaikan ketidakpuasannya.

Setelah pesanan dipilih, cari tombol "**Kembalikan Barang**" atau "**Kirim Keluhan**", yang terdapat di area informasi pesanan. Pembeli dapat memilih penyebab keluhan di halaman keluhan, seperti "**Produk Cacat**" atau "**Tidak Sesuai Deskripsi**". Berikan informasi spesifik tentang masalah barang, seperti apakah kainnya cacat, warnanya berbeda, atau ukurannya salah. Untuk menjelaskan keluhan, pembeli juga dapat memberikan gambar atau video produk yang rusak.

Setelah semua informasi diisi, gunakan aplikasi untuk mengajukan keluhan. Setelah keluhan dinilai oleh TikTok Shop atau penjual akan menanggapi dengan barang pengganti, pengembalian uang, atau ganti rugi lain sesuai dengan kebijakan mereka.

2. Cara Komplain Melalui Direct Message (DM) Instagram

Pesan langsung (DM) di akun Instagram Why2k merupakan opsi jika memesan di Instagram atau ingin memberikan umpan balik langsung kepada perusahaan. Untuk memulai percakapan, pertama-tama akses profil Instagram Why2k lalu pilih "**Pesan**" atau tombol pesan.

Sampaikan keluhan dengan jelas dan sopan dalam pesan langsung. Mengatakan bahwa membeli kaos oversize

Why2k berukuran besar dan menemukan cacat atau masalah pada barang yang diterima adalah langkah awal yang baik. Berikan informasi spesifik tentang masalah tersebut, termasuk apakah kainnya robek, apakah warnanya berubah, atau apakah cetakannya rusak. Pastikan untuk menambahkan gambar atau video yang menggambarkan area yang bermasalah sehingga Why2k dapat memahami kondisi produk.

Tim Instagram Why2k akan sering membalas pesan dan menawarkan solusi sesuai dengan kebijakan mereka, yang dapat mencakup pengembalian uang atau penggantian barang. Untuk memastikan bahwa masalah teratasi, pembeli dapat mencoba mengirim pesan pengingat jika tidak mendapat balasan dari mereka dalam beberapa hari.

3. Cara Komplain Melalui WhatsApp

Pembeli dapat menggunakan nomor WhatsApp resmi Why2k, yang tersedia di bio Instagram atau TikTok mereka, untuk menyampaikan keluhan atau memberikan komentar. Setelah menemukan nomor tersebut, luncurkan aplikasi WhatsApp dan kirimkan pesan kepada mereka.

Beritahu mereka bahwa ingin komplain mengenai kaos oversize yaitu yang berukuran besar dan menemukan masalah pada kaos oversize tersebut di pesan pertama yang ingin dikirim. Berikan penjelasan yang komprehensif tentang keluhan, sebutkan jenis cacat atau masalah produk, dan sertakan gambar atau video untuk mendukung klaim. Misalnya, pembeli dapat menyatakan bahwa kainnya bernoda atau jahitannya rusak. Selain itu, pastikan untuk mengirimkan bukti pembelian atau nomor pesanan (jika

berlaku) sehingga tim dukungan pelanggan Why2k dapat memverifikasi informasi pesanan

Tim WhatsApp Why2k akan membalas dan menawarkan petunjuk untuk tindakan berikut. Bergantung pada kebijakan mereka dan kondisi produk yang diterima, tim Why2k mungkin memberikan penggantian atau pengembalian uang sebagai ganti rugi. Pastikan pembeli dapat mematuhi petunjuk pengiriman dengan tepat jika tim Why2k dapat meminta untuk mengembalikan barang yang rusak.

Untuk membantu komunikasi, selalu gunakan bahasa yang baik dan lugas baik saat mengajukan keluhan maupun memberikan umpan balik. Jika ada masalah lain, berhati-hatilah untuk menyimpan bukti pembelian dan percakapan. Jawaban terbaik akan diberikan oleh Why2k jika keluhan tersebut diungkapkan dengan benar dan didukung oleh bukti yang cukup.

Sangat bermanfaat juga untuk menggunakan gambar atau video yang menunjukkan kondisi produk yang rusak sehingga penjual dapat melihat masalah tersebut secara langsung dan mengambil tindakan lebih cepat. Setiap platform menangani berbagai hal dengan sedikit berbeda, tetapi secara umum, Why2k akan berupaya untuk menawarkan jawaban terbaik guna menjamin kepuasan klien

7.1.8 Cara Pengembalian Kaos Oversize Why2k yang Salah Ukuran

Pembeli dapat menggunakan WhatsApp, Instagram, atau TikTok Shop untuk meminta pengembalian dana jika menerima produk Why2k yang ukurannya salah. Berikut adalah petunjuk untuk

mengembalikan barang, dipecah menjadi beberapa langkah sederhana dan mudah dipahami untuk setiap platform guna memastikan prosedur yang lancar.

1. Cara Pengembalian Barang Melalui TikTok Shop

Hal pertama yang harus dilakukan jika membeli produk Why2k melalui TikTok Shop dan menemukan bahwa ukurannya salah adalah membuka aplikasi TikTok dan membuka area "Pesanan Saya" di akun Tiktok pembeli. Daftar semua pesanan yang telah dibuat dapat ditemukan di sini. Pilih pesanan kaos oversize Why2k yang ukurannya salah.

Setelah pesanan dipilih, cari opsi "**Kembalikan Barang**" atau "**Minta Pengembalian**", yang ditemukan di halaman pesanan. Lalu pembeli akan diminta untuk memilih alasan pengembalian; gunakan "**Ukuran Salah**" atau yang serupa. Setelah itu, TikTok Shop akan meminta untuk mengunggah gambar atau video yang menunjukkan kondisi barang dan menyertakan label ukuran kaos oversize sehingga Why2k dapat memverifikasi bahwa barang tersebut memang berukuran salah.

Gunakan aplikasi untuk mengajukan permintaan pengembalian setelah semua informasi telah diisi. Setelah permintaan ditinjau, Why2k atau TikTok Shop akan memberitahu tentang tindakan selanjutnya, yang dapat melibatkan pengembalian uang atau pengiriman ulang barang dengan ukuran yang benar. Perhatikan petunjuknya, termasuk yang terkait dengan pengembalian barang ke alamat tertentu. Pastikan juga untuk memperhatikan

peringatan aplikasi TikTok untuk mengetahui pembaruan apa pun.

2. Cara Pengembalian Barang Melalui Direct Message (DM) Instagram

Pembeli dapat mengirim pesan langsung (DM) ke akun Instagram resmi Why2k jika telah memesan di Instagram atau ingin mengajukan pengembalian menggunakan saluran ini. Untuk memulai percakapan, cari akun tersebut dan klik "**Pesan**" atau tombol pesan.

Jelaskan dalam pesan bahwa pembeli ingin mengembalikan barang karena ukurannya salah. Jika nomor pesanan tersedia, sebutkan bersama dengan informasi terkait lainnya. Untuk menunjukkan bahwa ukuran yang diperoleh tidak sesuai dengan pesanan, sertakan gambar atau video barang dagangan beserta label ukuran baju. Tunjukkan dengan jelas perbedaannya, misalnya, jika membeli ukuran L tetapi akhirnya mendapatkan ukuran M.

Tim Instagram Why2k akan membalas pesan dan memberi informasi tentang apa yang harus dilakukan selanjutnya. Selain menawarkan solusi alternatif, termasuk mengirimkan barang pengganti dengan ukuran yang sesuai, mereka dapat meminta untuk mengembalikan barang tersebut ke alamat yang mereka berikan. Untuk memastikan proses pengembalian berjalan dengan baik, perhatikan baik-baik instruksi admin.

3. Cara Pengembalian Barang Melalui WhatsApp

Pertama, cari nomor WhatsApp resmi Why2k, yang tersedia di bio Instagram atau TikTok mereka, jika ingin

mengirimkan pengembalian melalui WhatsApp. Setelah mendapatkan nomor tersebut, kirimkan pesan kepada mereka menggunakan aplikasi WhatsApp.

Tulis dalam pesan bahwa ukuran barang tersebut salah dan ingin mengembalikannya. Nama produk, ukuran yang dibeli, dan ukuran yang terima harus disertakan. Untuk membantu Why2k memahami masalah pembeli, pembeli juga harus menyertakan gambar atau video sebagai bukti, khususnya label ukuran produk. Agar mereka dapat memvalidasi pembelian, berikan nomor pesanan atau bukti pembayaran jika tersedia.

Saat mengirim pesan kepada admin Why2k di WhatsApp, mereka akan menanggapi dengan lebih detail tentang prosedur pengembalian. Jika memungkinkan, mereka akan menawarkan opsi penyesuaian ukuran, atau mereka mungkin meminta untuk mengirimkan barang ke alamat yang ditentukan. Perhatikan baik-baik arahan mereka dan ajukan pertanyaan jika ada yang tidak jelas.

Ada juga tips untuk mengajukan pengembalian kaos Why2k yang mempunyai salah pengiriman yaitu :

- **Simpan Bukti Pengiriman:** Simpan bukti pengiriman, atau tanda terima, sebagai bukti bahwa telah mengirim barang jika diminta untuk mengembalikannya.
- **Gunakan Bahasa yang Jelas dan Sopan:** Saat mengirimkan pengembalian, pastikan untuk menjelaskan masalah tersebut secara lengkap dan sopan sehingga Why2k dapat memahami keadaan dan mempercepat prosedur pengembalian.

- **Tanyakan Tentang Kebijakan Pengembalian:**

Karena setiap pengecer memiliki kebijakan pengembalian yang unik, pastikan untuk mencari tahu apakah ada kondisi khusus, seperti kondisi asli produk dan label yang masih ada di dalamnya.

Pembeli dapat mengajukan pengembalian barang dengan cepat dan mudah menggunakan WhatsApp, Instagram, atau TikTok Shop dengan mengikuti petunjuk. Selama mengajukan keluhan dengan cara yang transparan dan patuh, Why2k akan membantu menyelesaikan masalah pengembalian barang.

7.1.9 Tempat Pengiriman Why2k

Tempat pengiriman kaos oversize Why2k yaitu berada pada rumah PIC Operation atau rumah Yonathan Heritage, yang berfungsi sebagai pusat logistik kaos oversize Why2k untuk mengelola pengiriman, merupakan tempat pengiriman barang Why2k. Untuk menjamin bahwa barang dapat dikirimkan kepada pembeli secara tepat waktu dan akurat. Sebelum dikemas dan dikirim ke pelanggan, produk Why2k disimpan pada rumah PIC Operation dalam sistem bisnis yang tidak menggunakan gudang besar atau fasilitas distribusi khusus.

Barang-barang Why2k, termasuk kaos oversize bertema Y2K, disimpan di lingkungan yang rapi dan bersih di rumah PIC Operation untuk menjaga kualitasnya. Saat pesanan diterima, tim PIC Operation yang bertanggung jawab akan memprosesnya sesuai dengan spesifikasi pelanggan dan memastikan bahwa setiap produk diperiksa secara menyeluruh, terutama dalam hal ukuran, warna, dan kualitas, untuk memastikan bahwa barang tersebut sesuai dengan pesanan pelanggan.

PIC Operation akan mengemas barang dagangan dengan hati-hati setelah diperiksa, sering kali menggunakan kantong ziplock atau kemasan lain untuk menjaga kondisi barang saat dikirim. Produk terlindungi dari kerusakan dengan pengemasan yang tertib dan aman, memastikan bahwa pembeli menerima barang yang dibeli tanpa kerusakan. Barang dagangan dapat diangkut melalui layanan ekspedisi lokal atau layanan pengiriman pilihan pelanggan setelah prosedur pengemasan selesai.

Why2k dapat menghemat biaya operasional dengan pengiriman dari rumah PIC Operation alih-alih menyewa Gudang besar, sekaligus tetap memegang kendali penuh atas prosedur pengemasan dan pengiriman. PIC Operation dapat memproses setiap pesanan dengan lebih cepat dan fleksibel berkat strategi operasional ini, yang memastikan bahwa barang dikirimkan ke pelanggan secara efektif.

7.1.10 Cara Membeli Secara Offline

Pelanggan dapat mengikuti sejumlah proses mudah dan tuntas untuk membeli kaos bermerek Why2k berukuran besar di Sinar Store yang beralamat di Jalan Ciledug Raya, RT 008/RW 010, Kelurahan Cipulir, Kecamatan Kebayoran Lama. Jika customer ingin membeli secara offline, maka customer dapat langsung datang ke toko offline store Why2k yaitu yang berada pada Sinar Store. Customer dapat cek alamat Sinar Store pada Google Maps yang berada pada Jalan Ciledug Raya. Customer dapat menggunakan Google Maps karena pada daerah Ciledug ini cukup ramai dan salah satu tempat macet, menggunakan aplikasi Maps dapat mempermudah perjalanan sehingga dapat sampai ke Sinar Store dengan mudah dan terhindar macet. Selain itu jika tidak menggunakan Google Maps, dapat bertanya kepada orang-orang sekitar mengenai lokasi Sinar Store.

Jika pelanggan belanja secara langsung pada Sinar Store dapat melihat secara langsung berbagai macam kaos oversize yang ditawarkan oleh Why2k sehingga pelanggan mempunyai banyak pilihan, selain itu pelanggan dapat mencoba secara langsung kaos oversize yang ditawarkan. Selanjutnya para karyawan toko Sinar Store akan selalu membantu pelanggan yang datang ke Sinar Store maka customer dapat bertanya secara langsung mengenai kaos oversize yang ditawarkan oleh Why2k mengenai bahan sablon, bahan kaos, dan lain-lain. Jika ingin membeli maka pelanggan dapat langsung memproses pembelian yaitu kepada kasir Sinar Store, pembayaran tersebut dapat menggunakan tunai, kartu debit atau kredit, dan pembayaran secara digital. Untuk mengetahui stok baju yang dijual, pelanggan dapat bertanya kepada karyawan Sinar Store mengenai produk yang ingin dibeli, lalu jika sudah melakukan transaksi, pelanggan harus meminta struk atau nota sebagai bukti pembayaran terhadap kaos yang dibeli. Jika pelanggan ingin menukar barang yang dikarenakan adanya kaos yang bermasalahan, maka pelanggan dapat kembali datang ke Sinar Store dengan membawa kaos dan struk pembelian yang dilakukan pada offline store, maka pihak Why2k akan memberikan garansi dan pertukaran barang terhadap kaos yang kualitasnya tidak mendukung.

7.1.11 Penjualan Demo Day

Universitas Multimedia Nusantara menyelenggarakan Demo Day pada 1 Desember 2023. Acara ini akan berlangsung di lantai 1 Gedung D, yang dijadwalkan dimulai pukul 08.00 WIB dan berakhir pukul 11.00 WIB. Demo Day ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa dan tamu UMN untuk melihat dan membeli kaos oversize Why2k yang saat ini sedang populer, terutama di kalangan penggemar gaya vintage tahun 2000-an. Kaos oversize Why2k terbaru akan dipamerkan pada Demo Day ini. Kaos ini memiliki desain yang unik dengan sentuhan grafis dan warna khas Y2K yang menarik perhatian.

Tren mode tahun 2000-an yang saat ini kembali digemari anak muda menjadi inspirasi desain kaos oversize retro. Pengunjung akan mendapatkan pengalaman berbelanja langsung yang berbeda dengan berbelanja online, selain dapat melihat langsung kualitas desain dan bahan produk.

Selain itu, acara Demo Day ini memberi kesempatan kepada para peserta untuk mencoba kaos oversize sesuai ukuran yang mereka inginkan guna memastikan ukuran yang pas sebelum melakukan pembelian. Melalui komunikasi langsung, tim Why2k dapat memberikan penjelasan yang lebih menyeluruh kepada calon pelanggan tentang bahan kaos oversize, kemungkinan ukuran, dan inspirasi desain. Bagi individu yang ingin menguji kualitas produk Why2k secara langsung sebelum melakukan pembelian, ini bisa menjadi keuntungan tambahan.

Selain itu, Why2k mungkin akan memberikan beberapa penawaran atau diskon eksklusif untuk pembelian langsung sebagai bentuk terima kasih kepada para peserta. Dari diskon tersebut penjualan baju Why2k mendapatkan pembelian sebanyak ...Why2k berpendapat bahwa Demo Day ini akan meningkatkan kesadaran merek dan mengembangkan klien mereka di kalangan mahasiswa UMN yang tertarik dengan mode bertema Y2K. Lalu pada Demo Day tersebut Why2k mendapatkan penjualan yaitu sebanyak 2 pcs baju, yang dibeli oleh pak Gema yaitu salah satu dosen UMN, dan mahasiswa UMN.

7.1.12 Exhibition MBKM

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) akan menyelenggarakan Exhibition MBKM Klaster Kewirausahaan untuk produk kaos oversize Why2k pada 27–28 Mei 2024. Jam buka pameran adalah pukul 10.00–17.00 WIB, dan akan berlokasi di Gedung B, stan nomor 19. Sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus

Merdeka (MBKM) yang khusus dibuat untuk klaster kewirausahaan, acara ini memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk memasarkan dan mempromosikan usaha bisnis inovatif Why2k, kaos oversize Why2k yang sudah dikenal luas.

Tren mode tahun 2000-an yang kini kembali digemari anak muda tercermin dari kaos oversize Why2k yang dipamerkan di Pameran MBKM. Pengunjung pameran ini akan melihat berbagai koleksi kaos oversize yang menampilkan desain khas Why2k, yang ditandai dengan warna-warna cerah, grafis vintage, dan komponen visual yang menangkap esensi era Y2K. Selain menjadi pernyataan mode, produk ini merupakan simbol tren mode retro yang digemari oleh anak muda masa kini.

Bahan yang digunakan, potongan kaos oversize yang nyaman, dan elemen desain khas barang Why2k semuanya akan dipamerkan untuk dilihat dan dialami sendiri oleh pengunjung Pameran MBKM. Agar pelanggan merasakan pengalaman yang asli dan menyenangkan saat menggunakan produk, stan nomor 19 akan dibuat agar menarik secara estetika sekaligus mewakili Why2k. Staf di stan juga akan siap untuk berbagi informasi mengenai alternatif ukuran, inspirasi desain, dan sejarah terciptanya merek Why2k sebagai bagian dari perjalanan kewirausahaan mahasiswa UMN.

Selain itu, pameran ini diharapkan dapat menjadi ajang untuk membangun jaringan, memperluas jangkauan merek Why2k, dan menarik pelanggan baru. Bagi individu yang membeli dari stan selama pameran, Why2k mungkin juga akan memberikan penawaran eksklusif, diskon, atau produk tambahan. Dengan cara ini, para tamu dapat memanfaatkan berbagai keuntungan unik yang ditawarkan secara eksklusif di Pameran MBKM ini.

Tujuan dari pameran ini, yang merupakan bagian dari program Kelompok Kewirausahaan MBKM, adalah untuk membantu mahasiswa mengembangkan ketajaman bisnis mereka, menjual produk mereka, dan menangani masalah langsung yang muncul saat berinteraksi dengan klien potensial. Why2k ingin membangun reputasi sebagai merek lokal yang mempelopori mode bertema Y2K dan meningkatkan visibilitasnya di kalangan mahasiswa dan wisatawan UMN melalui Pameran MBKM ini.

7.2 Lokasi Bisnis

Lokasi bisnis Why2k yaitu berada pada daerah Kota Tangerang, Banten, lokasi tepatnya yaitu berada pada rumah salah satu anggota Why2k yaitu Yonathan Heritage yang bekerja pada bagian **PIC Operation** yang ada pada alamat Villa Regensi 1 blok OB 8 no 19, Kota Tangerang, Banten, Indonesia 15132. Why2k berada pada rumah Yonathan dikarenakan dapat membantu Why2k dalam menyimpan baju-baju yang telah dibikin, lalu ada juga penyimpanan berupa packing yang digunakan sebagai packing luar baju Why2k. Pada daerah tersebut juga banyak Gen Z yang menyukai dunia fashion, dikarenakan daerah sana mempunyai perumahan yang cukup ramai yang mempunyai kesukaan pada dunia fashion, lalu ada juga sekolah tingkat menengah yang ada cukup dekat dengan rumah Yonathan sehingga dapat menawarkan baju kepada anak sekolahan tersebut sehingga dapat juga mengetahui tentang baju yang bertemakan Y2k yaitu Why2k

7.3 Fasilitas dan Peralatan

Pusat operasional dan logistik Why2k adalah PIC Operation. Fasilitas dan peralatan yang digunakan di PIC Operation ini memfasilitasi setiap langkah proses, mulai dari penerimaan barang hingga pengemasan, pengiriman, dan umpan balik pelanggan. Untuk memfasilitasi interaksi dari awal hingga akhir dan menjamin barang sampai ke customer dalam kondisi baik dan sesuai dengan harapan

customer, PIC Operation memiliki fasilitas dan peralatan berikut yang dapat diakses.

1. Ruang Penyimpanan

Produk Area penyimpanan PIC Operation, juga dikenal sebagai gudang kecil, disiapkan untuk memungkinkan barang-barang Why2k, seperti kaos oversize tetap rapi dan teratur. Kaos oversize disusun di rak dan wadah berdasarkan ukuran, desain, atau warna, yang membantu staf operasional menemukan barang lebih cepat selama pemesanan. Selain itu, penyimpanan yang rapi mengurangi kemungkinan barang rusak saat berada di rumah PIC Operation.

2. Alat Tulis dan Komputer untuk Administrasi Pesanan

PIC Operation juga dilengkapi dengan laptop dan alat tulis untuk memudahkan pencatatan administrasi pesanan. Selain memproses dan mencetak label pengiriman, komputer atau laptop digunakan untuk melacak semua transaksi dan informasi pesanan pelanggan. Tim merasa lebih mudah untuk memantau inventaris, memverifikasi informasi pesanan, dan memastikan semua data klien terorganisasi saat komputer ada. Untuk membantu komunikasi konsumen, komputer ini juga memberikan akses ke akun media sosial atau platform komunikasi.

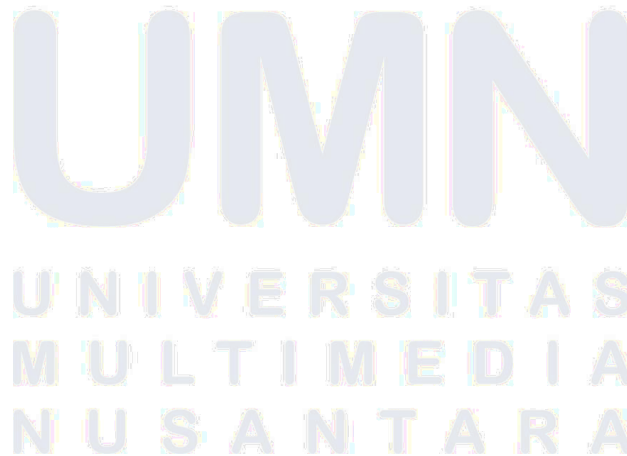
3. Smartphone dan Alat Komunikasi

Smartphone merupakan peralatan penting di PIC Operation karena memungkinkan komunikasi langsung customer melalui Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Tim Why2k dapat dengan cepat dan mudah membalas pertanyaan, keluhan, atau umpan balik konsumen saat menggunakan smartphone. Untuk

memastikan bahwa pelanggan telah menerima paket atau memberi tahu customer tentang masalah pengiriman, tim operasional juga dapat menggunakan smartphone ini untuk melacak status pengiriman menggunakan aplikasi layanan ekspedisi

4. Tempat Foto Produk

Gambar produk juga disimpan di PIC Operation, yang membantu mengefisienkan proses dan memangkas biaya fotografi studio, sehingga lebih cepat dan efektif.



BAB VIII

DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN

8.1 Status Pengembangan

Saat ini, Why2k telah berhasil mendesain tiga produk baru yang berbeda dari produk sebelumnya. Pembuatan desain baru ini bertujuan untuk memberikan penyegaran pada koleksi produk agar para pelanggan tidak merasa bosan dengan desain-desain yang telah tersedia sebelumnya. Hal ini menjadi penting mengingat produk lama telah cukup lama berada di pasaran dan memerlukan inovasi untuk tetap relevan serta menarik perhatian pelanggan.

Ketiga desain baru ini dirancang dengan penuh pertimbangan untuk mencerminkan semangat era Y2K yang menjadi identitas utama Why2k. Selain itu, desain-desain tersebut telah melalui tahap riset mendalam yang melibatkan beberapa anggota generasi Z, yang merupakan target pasar utama. Hasil riset menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai konsep dan estetika dari desain-desain ini, memberikan indikasi positif bahwa produk-produk baru tersebut memiliki potensi besar untuk diterima dengan baik di pasar.

○ Design 1



Gambar 8. 1 Design Why2k 1

Sumber : Why2k (2024)

○ Design 2



Gambar 8. 2 Design Why2k 2

Sumber : Why2k (2024)

- Design 3



Gambar 8. 3 Design Why2k 3

Sumber : Why2k (2024)

8.2 Tantangan dan Resiko

Dalam proses pengembangan produk baru, Why2k menghadapi berbagai tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan untuk memastikan keberhasilan peluncuran produk. Salah satu tantangan utama adalah memastikan bahwa desain baru dapat diterima secara luas oleh target pasar. Meskipun hasil riset menunjukkan respon positif dari sebagian besar responden, preferensi pasar dapat berubah dengan cepat, terutama di kalangan generasi Z yang cenderung mengikuti tren secara dinamis.

Faktor lain yang menjadi tantangan adalah persaingan di pasar. Industri fashion dengan gaya Y2K saat ini sedang menjadi tren global, sehingga banyak merek lain yang juga mengusung konsep serupa.

Why2k perlu terus berinovasi dan menjaga keunikan produknya agar dapat bersaing dengan kompetitor. Selain itu, karena Why2k menggunakan sistem pre-order (PO), tantangan berikutnya adalah memastikan kelancaran proses PO. Dalam sistem ini, waktu produksi yang tepat menjadi krusial untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Jika terjadi keterlambatan dalam produksi atau pengiriman, hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap merek. Sistem PO juga menuntut pengelolaan komunikasi yang baik dengan pelanggan untuk memberikan informasi yang transparan terkait estimasi waktu produksi dan pengiriman.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, Why2k perlu fokus pada strategi pemasaran yang efektif, memastikan komunikasi yang jelas kepada pelanggan selama proses PO, serta tetap tanggap terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar. Dengan strategi yang terarah dan inovasi yang konsisten, risiko-risiko yang ada dapat diminimalkan, dan produk baru memiliki peluang lebih besar untuk sukses di pasar.

8.3 Biaya

Harga jual produk Why2k ditetapkan sebesar Rp149.000 per baju, dengan harga tersebut sudah mencakup seluruh biaya yang diperlukan, seperti:

1. Biaya desain: mencakup proses kreatif dalam menciptakan desain baru yang menarik dan sesuai dengan tren Y2K. Untuk biaya tersebut memerlukan harga Rp60.000,- /pcs yaitu untuk biaya membuat design baru Y2k. Design tersebut dibikin oleh PIC Operasional dan PIC Digital, biaya tersebut akan kami masukan terhadap uang kas Why2k.
2. Biaya produksi: termasuk bahan baku berkualitas serta tenaga kerja untuk pembuatan produk. Dalam proses produksi baju yang dibikin oleh Companion House yaitu memakan biaya

sebanyak Rp75.000,- per bajunya, Why2k memproduksi sebanyak 48pcs, maka total biaya yang harus di keluarkan yaitu sebanyak Rp3.600.000,-

3. Biaya pemasaran: meliputi promosi melalui berbagai platform untuk menjangkau target pasar utama, yaitu generasi Z. Pemasaran yang dilakukan yaitu menggunakan feeds Instagram selain itu ada video yang kami buat untuk kami posting di Tiktok dan Instagram.
4. Biaya lain-lain: seperti pengelolaan sistem pre-order (PO), logistik, dan pengemasan. Biaya tersebut yaitu biaya packing dari ziplock, kardus dan biaya pengiriman yaitu sebanyak Rp15.000,- perbaju.

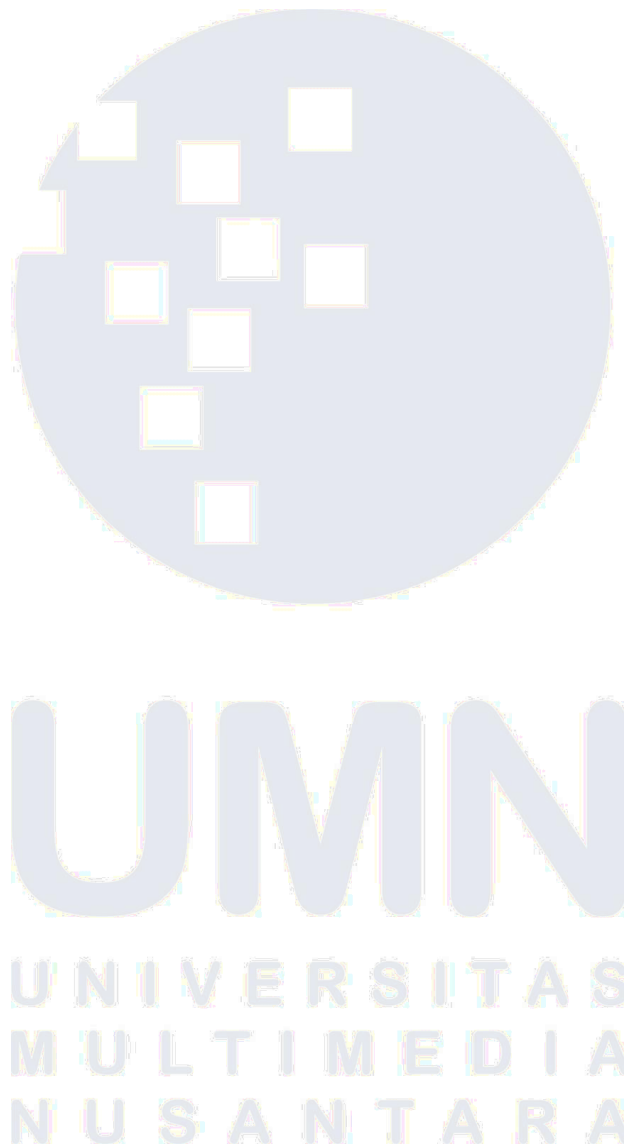
Maka total untuk harga kaos Why2k ini diharga Rp150.000,- untuk menarik pelanggan kami menepatkan harga dengan Rp149.000,-. Harga ini dirancang agar tetap terjangkau bagi target pasar sekaligus memberikan nilai lebih melalui desain eksklusif yang mencerminkan identitas era Y2K. Dengan strategi penetapan harga ini, Why2k berupaya menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

8.4 Properti Intelektual

Ke depannya, seiring dengan pertumbuhan Why2k yang semakin besar, langkah penting yang akan dilakukan adalah mendaftarkan merek dagang (trademark). Hal ini bertujuan untuk melindungi identitas brand, termasuk nama dan logo Why2k, agar tidak dapat digunakan oleh pihak lain tanpa izin.

Pendaftaran merek dagang akan memberikan perlindungan hukum terhadap elemen-elemen khas Why2k yang menjadi pembeda di pasar. Langkah ini tidak hanya menjaga keaslian dan eksklusifitas merek, tetapi juga meningkatkan kredibilitas Why2k di mata pelanggan

dan mitra bisnis. Dengan adanya trademark, Why2k dapat meminimalkan risiko plagiarisme dan memperkuat posisi merek dalam persaingan yang semakin ketat, sehingga memberikan fondasi yang lebih kuat untuk ekspansi di masa depan.



BAB IX

IMPLEMENTASI STRATEGI

9.1 Milestones

Pada tahun pertama operasional Why2k, fokus utama adalah membangun merek dan fondasi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Tonggak pencapaian awal adalah peluncuran koleksi pertama yang habis terjual, dengan target penjualan 48 pcs kaos dalam 5 bulan. Hal ini melibatkan pengaturan proses produksi dan distribusi yang efisien untuk memastikan pengiriman tepat waktu kepada pelanggan. Selain itu, kehadiran online yang kuat akan dikembangkan melalui platform media sosial seperti Instagram yaitu mencapai 274 pengikut, lalu platform Tiktok mencapai 325 pengikut dan mendapatkan like sebanyak 478, lalu ada postingan tertinggi yaitu dengan penonton sebanyak 35.200 orang yang menonton konten Tiktok Why2k dan berinteraksi dengan audiens target yaitu konsumen muda yang peduli pada fashion. Pada akhir tahun pertama, stok kaos yang dimiliki oleh Why2k yaitu sebanyak 48 pcs habis terjual yaitu, menghasilkan total pendapatan sebesar Rp3.552.000, sesuai dengan proyeksi keuangan. Keterlibatan pelanggan juga akan menjadi prioritas, dengan target mendapatkan 30 ulasan positif tentang produk yang ada pada Tiktok Shop sehingga dapat menjadikan nilai tambahan untuk para konsumen yang ingin membeli kaos Why2k, maka mereka dapat melihat penilaian dari pelanggan sebelumnya yang membeli kaos Why2k

Memasuki tahun kedua dan ketiga, Why2k akan berfokus pada pertumbuhan yang stabil dan ekspansi secara bertahap. Pengenalan desain baru dan koleksi musiman akan memenuhi preferensi pelanggan yang terus berkembang dan menarik audiens yang lebih luas. Pada tahun kedua, bisnis ini menargetkan peningkatan penjualan selama 2 bulan yaitu menjadi 30 kaos dan total pendapatan sebanyak 30 kaos yaitu Rp4.470.000 sehingga pendapatan tahunan sebesar Rp26.820.000, yang

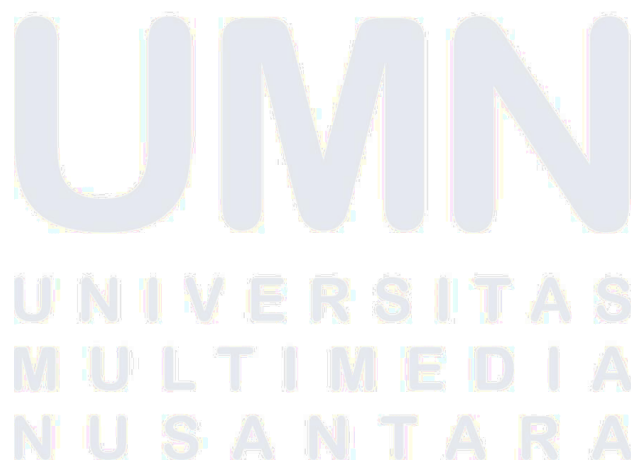
didukung oleh kolaborasi dengan influencer lokal dan upaya pemasaran strategis. Pada tahun ketiga, Why2k berencana untuk memantapkan diri sebagai merek yang dikenal di pasar niche-nya, dengan pendapatan tahunan mencapai Rp.75.990.000. Tonggak pencapaian penting untuk periode ini termasuk berpartisipasi dalam pameran fashion lokal dan pasar pop-up untuk terhubung dengan audiens offline, mencapai 5.000 pengikut di Instagram, dan mempertahankan 70% basis pelanggan awal melalui program loyalitas. Secara operasional, Why2k akan fokus pada peningkatan produksi untuk memenuhi permintaan yang meningkat dan merampingkan sistem manajemen inventaris serta pesanan untuk meningkatkan efisiensi. Tonggak pencapaian yang bertahap namun stabil ini mencerminkan pendekatan realistis dan berkelanjutan Why2k terhadap pertumbuhan bisnis pada tahun-tahun awalnya.

9.2 Akuisisi Konsumen

Consumer acquisition adalah proses strategis untuk menarik pelanggan baru ke dalam bisnis dan mengubah mereka menjadi pembeli yang loyal. Proses ini melibatkan berbagai pendekatan yang bertujuan untuk membangun kesadaran merek, menarik minat, dan mendorong pembelian pertama dari konsumen yang menjadi target. Bagi Why2k, yang bergerak di industri fashion dengan fokus pada kaos oversize, strategi akuisisi pelanggan sangat penting untuk membangun basis pelanggan yang kuat dan menopang pertumbuhan bisnis di tahun-tahun awal operasional. Dalam industri yang kompetitif seperti ini, akuisisi pelanggan harus dilakukan secara kreatif namun efisien, dengan memanfaatkan saluran pemasaran yang relevan dan terjangkau bagi bisnis baru.

Strategi akuisisi pelanggan Why2k mencakup kombinasi pemasaran digital dan pendekatan offline yang realistis serta sesuai dengan target pasar. Di media sosial, platform seperti Instagram dan TikTok akan menjadi alat utama untuk menarik perhatian konsumen

muda yang aktif secara online. Konten yang menarik, seperti foto produk berkualitas tinggi, video pendek tentang proses produksi, dan testimoni pelanggan, akan dibuat untuk membangun hubungan emosional dengan audiens. Selain itu, kampanye influencer mikro dengan bekerja sama dengan kreator konten lokal yang memiliki audiens yang relevan dapat membantu menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Why2k juga akan memanfaatkan promosi langsung melalui marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, dengan menawarkan diskon khusus untuk pembelian pertama guna mendorong konsumen mencoba produk. Untuk menjangkau pelanggan secara offline, Why2k dapat berpartisipasi dalam bazar lokal dan pasar pop-up, yang memungkinkan calon pelanggan untuk melihat dan merasakan produk secara langsung. Kombinasi strategi ini memberikan pendekatan yang terjangkau namun efektif untuk menarik pelanggan baru dan memperkuat kehadiran merek Why2k di pasar.



BAB X

PROYEKSI KEUANGAN

10.1 Pendanaan dan Biaya

Biaya Awal	(IDR)
Biaya Produksi Baju	Rp3.600.000,00
Biaya Ziplock (packing baju)	Rp300.000,00
Biaya Kardus (packing baju)	Rp500.000,00
Biaya Ongkos Kirim	Rp100.000,00
Total	Rp4.500.000,00

Table 10. 1 Biaya Awal

Sumber : Why2k (2024)

Tabel di atas adalah perkiraan kasar biaya awal kami untuk menjalankan bisnis. Selama periode ini, kami berencana untuk menjalankan bisnis selama beberapa bulan untuk mengukur daya tarik bisnis dan mengukur tingkat pertumbuhan kami. Di dalamnya, kami memiliki Biaya awal produksi baju, biaya ziplock, biaya kardus untuk packing, dan biaya ongkos kirim baju.

Biaya per unit (Variable Cost)	(IDR)
Biaya Produksi Baju	Rp75.000,00
Biaya Ziplock (packing baju)	Rp3.000,00
Biaya Kardus (packing baju)	Rp5.000,00
Biaya Ongkos Kirim	Rp10.000,00
Total	Rp93.000,00

Table 10. 2 Variable Cost Why2k

Sumber : Why2k (2024)

Why2k mengeluarkan Fixed Cost yaitu hanya berupa Biaya Kuota Internet, Why2k tidak mempunyai Biaya untuk Gudang atau penyimpanan dikarenakan stok kaos disimpan di rumah PIC of Operations, Yonathan Heritage. Kondisi ini akan tetap seperti ini selama beberapa tahun pertama hingga kami memutuskan untuk menambah stok dan membutuhkan gudang untuk menyimpan produk

Biaya Tetap (Fixed Cost)	(IDR)
Biaya Kuota Internet	Rp100.000,00
Total	Rp100.000,00

Table 10. 3 Fixed Cost Why2k

Sumber : Why2k (2024)

10.2 Proyeksi Penjualan

Proyeksi Penjualan						
Tahun Awal	Unit Penjualan	Pendapatan (IDR)	Biaya Variable (IDR)	Biaya Tetap (IDR)	Total Biaya (IDR)	Laba (IDR)
Tahun ke-1	48 pcs	Rp7.152.000,00	Rp4.464.000,00	Rp100.000,00	Rp4.564.000,00	Rp2.588.000,00

Table 10. 4 Proyeksi Keuangan

Sumber : Why2k (2024)

Pada tabel di atas, adalah proyeksi kami untuk penjualan, pendapatan, dan laba/rugi untuk tahun pertama Why2k beroperasi. Pada tabel ini, Why2k mengalami keuntungan yaitu sebesar Rp2.588.000. Hal ini disebabkan karena Why2k mempunyai pengeluaran untuk Biaya Variable yaitu $Rp93.000 \times 48\text{pcs} = Rp4.464.000$, lalu biaya tetapnya adalah Rp100.000 untuk biaya kuota internet, dan pendapatan yang didapatkan sebanyak $Rp149.000 \times 48\text{ pcs} = Rp7.152.000$, maka Laba yang didapatkan yaitu Rp2.588.000.

10.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun

Proyeksi Penjualan						
Tahun Awal	Unit Penjualan	Pendapatan (IDR)	Biaya Variable (IDR)	Biaya Tetap (IDR)	Total Biaya (IDR)	Laba (IDR)
Tahun ke-1	48 pcs	Rp7.152.000,00	Rp4.464.000,00	Rp100.000,00	Rp4.564.000,00	Rp2.588.000,00
Tahun ke-2	60 pcs	Rp8.940.000,00	Rp5.580.000,00	Rp100.000,00	Rp5.680.000,00	Rp3.260.000,00
Tahun ke-3	90 pcs	Rp13.410.000,00	Rp8.370.000,00	Rp100.000,00	Rp8.470.000,00	Rp4.940.000,00

Table 10. 5 Proyeksi Keuangan 3 Tahun

Sumber : Why2k (2024)

Pada tabel di atas, adalah proyeksi kami untuk penjualan, pendapatan, dan laba/rugi untuk tahun ke-2 Why2k beroperasi. Pada tabel ini, Why2k mengalami keuntungan yaitu sebanyak Rp3.260.000. Pada tahun ke-3 laba yang didapatkan oleh Why2k menaik dikarenakan menjual sebanyak 90 pcs baju yaitu mendapatkan laba sebanyak Rp4.940.000,-. Hal ini menunjukkan bahwa Why2k telah mengalami

peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan tahun ke-2 dan tahun ke-3.

NPV Why2k diperkirakan mencapai Rp8.758.437 pada akhir tahun ke-3 dengan tingkat diskon 10%. Saldo positif yaitu Why2k mempunyai penjualan yang layak dikarenakan mempunyai hasil nilai tambah yang cukup baik.

IRR yang didapatkan oleh Why2k yaitu sebanyak 20,52%. Hal tersebut dapat menghasilkan tingkat pengembalian tahunan yaitu sebanyak 20,52%, hal tersebut menyebabkan Why2k akan mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pada modal yang diperlukan. Why2k mempunyai IRR yang tinggi maka dapat dijadikan sebagai tempat investasi yang cukup baik.

10.4 Proyeksi Laba Rugi

Tahun	Tahun ke -1	Tahun ke -2	Tahun ke -3
Pendapatan	Rp7.152.000,00	Rp8.940.000,00	Rp13.410.000,00
Pengeluaran			
- Biaya Tetap	Rp100.000,00	Rp100.000,00	Rp100.000,00
- Biaya Variable	Rp4.464.000,00	Rp5.580.000,00	Rp8.370.000,00
Total Pengeluaran	Rp4.564.000,00	Rp5.680.000,00	Rp8.470.000,00
Laba/Rugi	Rp2.588.000,00	Rp3.260.000,00	Rp4.940.000,00

Table 10. 6 Laba Rugi Why2k

Sumber : Why2k (2024)

Di atas adalah tabel yang menunjukkan proyeksi laba rugi Why2k untuk 3 tahun pertama bisnis. Tabel ini akurat dan mirip dengan tabel sebelumnya di atas. Laba tersebut menghasilkan keuntungan yang cukup signifikan.

10.5 Balance Sheet

BALANCE SHEET WHY2K			
Detail	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3
Assets			
Current Assets			
Stok Baju Why2k	Rp3,600,000	Rp4,500,000	Rp6,750,000
Stok Ziplock	Rp300,000	Rp300,000	Rp300,000
Stok Kardus	Rp500,000	Rp500,000	Rp500,000
Total Assets	Rp4,400,000	Rp5,300,000	Rp7,550,000

Table 10. 7 Balance Sheets Why2k

Sumber : Why2k (2024)

Untuk neraca Why2k, kami memiliki proyeksi neraca yang sangat sederhana dan minimal untuk 3 tahun pertama menjalankan bisnis. Untuk total aset, kami memperkirakan nilai sebesar Rp.4.400.000 untuk tahun 1, Rp.5.300.000 untuk tahun 2, dan Rp.7.550.000 pada akhir tahun 3. Sedangkan untuk ekuitas kami, kami hanya memiliki nilai Rp.50.000.000 untuk tahun pertama sebagai modal awal kami. Modal untuk tahun ke-2 dan ke-3 akan berasal dari reinvestasi laba kembali ke bisnis.

10.6 Arus Kas 3-Tahun

ARUS KAS 3-TAHUN			
Kategori	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Aktivitas Operasional			
Cash Inflow	Rp7,152,000	Rp8,940,000	Rp13,410,000
Cash Outflow	Rp6,080,000	Rp7,100,000	Rp9,650,000
Arus Kas Bersih dari Aktivitas Operasional	Rp1,072,000	Rp1,840,000	Rp3,760,000
Perubahan Bersih dalam Kas	Rp1,072,000	Rp768,000	Rp1,920,000
Kas di Awal Periode	Rp0	Rp1,072,000	Rp1,840,000
Kas di Akhir Periode	Rp1,072,000	Rp1,840,000	Rp3,760,000

Table 10. 8 Arus Kas Why2k

Sumber : Why2k (2024)

Di atas adalah tabel yang menunjukkan laporan arus kas Why2k. Dalam tabel ini, ditunjukkan arus kas Why2k selama 3 tahun pertama beroperasi. Pada tahun pertama kas akhir nya yaitu Rp1.072.000, tahun ke 2 yaitu Rp1.840.000, dan terakhir tahun ke 3 Rp3.760.000.

10.7 Break Even Point

Dalam perhitungan BEP yang atau titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga bisnis tidak untung dan tidak rugi, maka Why2k mempunyai biaya tetap sebanyak Rp100.000, harga jualnya Rp149.000, dan biaya variabelnya adalah Rp93.000. Maka untuk Why2k harus melakukan penjualan minimal 2 unit kaos untuk mencapai BEP, atau harus menjual baju dengan minimal pendapatan sebanyak Rp266.500 untuk mencapai BEP.

10.8 Payback Period

Dalam melakukan penjualan kaos Why2k proyeksi penjualan yang telah kami lakukan, kami memperkirakan periode pengembalian modal kami adalah 1,67 tahun atau sekitar 1 tahun 8 bulan. Dalam waktu 1 tahun 8 bulan dalam industry fashion, waktu tersebut cukup cepat dalam pengembalian modal yang telah dilakukan, dikarenakan Why2k adalah perusahaan baru yang dibikin oleh mahasiswa, jika Why2k dapat bersaing dengan pesaing lainnya, dan dapat mengikuti trend yang sedang ramai, maka dapat membuat payback period lebih cepat dari yang di tentukan dikarenakan dapat bersaing dengan para pesaing dengan mudah.