

**BAB II**

**PELAKSANAAN**

**PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM**

**2.1. Tahapan Pekerjaan**

Tanggal	Proyek	Keterangan
1 September	Riset pasar dan analisis tren	Melakukan riset pasar dan analisis tren secara online, kemudian menemukan ide untuk memilih bisnis fashion wanita dengan konsep <i>coquette</i> karena sedang tren dan banyak peminatnya.
2 September	Penentuan identitas bisnis	Diskusi kelompok untuk menentukan bisnis nama brand yaitu Louloudi, menentukan konsep brand yaitu fashion wanita <i>coquette</i> , menentukan target market, dan identitas visual (warna, logo, gaya pakaian).
3 September	Riset desain baju trending	Melakukan riset secara online melalui sosial media seperti Instagram, Tiktok, dan Pinterest untuk mencari desain baju bergaya <i>coquette</i> yang sedang tren.
5 September	Sketsa desain baju	Dilakukan sketsa desain baju yang sedang tren yaitu kaos slimfit dan babytee.
6 September	Riset desain baju kaos slimfit dan babytee	Melakukan pencarian referensi gambar kaos slimfit dan babytee yang sedang tren melalui aplikasi sosial media china yaitu <i>xiaohongshu</i> .
11 September	Riset kain, model, dan desain baju	Setelah melakukan riset online mengenai fashion wanita yang sedang tren, kami memilih memproduksi kaos slim fit dan baby tee dengan mendesain gambar <i>coquette</i> , <i>soft</i> , dan feminin yaitu gambar bunga berwarna pink dan terdapat tulisan estetik feminin seperti " <i>born to be pretty</i> ". Kami memilih kain kaos cotton combed 30s yang nyaman dipakai dan adem serta menyerap keringat dengan baik untuk iklim tropis di indonesia

15 September	Desain packaging	Kami memikirkan desain packaging dan setelah diskusi kelompok, kami sepakat untuk menggunakan plastik <i>ziplock matte</i> dan terdapat logo louloudi ditengah packaging serta nama instagram louloudi di bagian bawah tengah packaging.
18 – 19 September	Desain kaos	Kami membuat desain kaos dan membuat dua desain. Desain pertama yaitu gambar bunga Peony di tengah kaos dengan tulisan “ <i>little miss perfect</i> ” di atas gambar bunga dan desain kedua yaitu gambar lima kelinci kecil memakai pita pink berbentuk love dengan tulisan di dalam love kelinci yaitu “ <i>born to be pretty</i> ”.
21 September	Pencarian packaging dan baju kaos slim fit dan baby tee cotton combed 30 s	Dilakukan pencarian toko online di shopee untuk mencari custom <i>packaging</i> dan kaos <i>cotton combed 30s slim fit</i> dan <i>baby tee</i>
24 September	Riset jenis sablon	Kami melakukan pencarian jenis sablon yang sesuai untuk kaos <i>cotton combed 30 s</i> model <i>slimfit</i> dan <i>baby tee</i> . Setelah melakukan pencarian jenis sablon, kami berdiskusi untuk menentukan jenis sablon yang akan digunakan. Kami memilih jenis sablon DTF karena kualitas cetak yang tajam dan detail, warna cerah, dan daya tahan yang tinggi terhadap pencucian dan tidak mudah luntur saat baju dicuci berulang kali dan saat disetrika.
29 September	Sample kaos slim fit dan baby tee	Dilakukan pemesanan kaos cotton combed 30 S model <i>slimfit</i> dan <i>baby tee</i> di shopee sebanyak 2 pcs untuk dijadikan sample.
30 September	Packaging	Dilakukan pemesanan <i>custom packaging</i> plastik <i>ziplock matte</i> dengan logo louloudi ditengah packaging dan instagram louloudi di bagian bawah tengah <i>packaging</i> di shopee.
1 Oktober	Budgeting Bisnis	Melakukan diskusi kelompok untuk membuat budgeting produksi baju dan <i>packaging</i> .

2 Oktober	Sample kaos slimfit dan baby tee	Pesanan dua model baju di shopee tanggal 29 september telah tiba. Kemudian langsung dikirim ke jasa sablon Jakarta barat untuk dilakukan sablon DTF pada kedua baju tersebut.
5 Oktober	Menerima baju dan packaging	Dua model baju slimfit dan baby tee sudah selesai disablon DTF, kemudian langsung dikirim dan packaging juga sudah selesai dan sudah sampai.
6 Oktober	Acrylic stand untuk poster katalog	Pembelian <i>Acrylic Stand</i> A4 di Catalina Gading Serpong untuk dijadikan tempat poster katalog, <i>positioning</i> , <i>problem</i> dan <i>solution</i> produk untuk demo day.
7 Oktober	Riset desain baju	Melakukan pencarian referensi baju trendy di sosial media china seperti xiaohongshu dan di sosial media global seperti Tiktok, Instagram, dan Pinterest untuk mencari model trendy coquette yang lebih banyak.
9 Oktober	Mengganti model baju	Setelah dilakukan kembali riset pasar dan pesaing, louloudi memutuskan untuk mengganti baju kaos menjadi baju bermodel. Dilakukan desain baju dengan konsep <i>coquette</i> dan trendy yaitu baju dengan dengan konsep babydoll menggunakan aksesoris pita, ruffle, dan lace. Kemudian berwarna soft seperti baby pink, baby blue, dan putih.
12 – 13 Oktober	Riset model trendy	Dilakukan riset model yang sedang tren dan dengan gaya <i>coquette</i> . Setelah riset ditemukan beberapa referensi yang bagus dan dijadikan inspirasi untuk model baju yang akan dibuat.
14 oktober	Pencarian jenis kain	Melakukan pencarian jenis kain yang akan digunakan untuk membuat baju bermodel feminim, setelah beberapa riset, dilakukan diskusi kelompok untuk menentukan kain katun campuran dan kain katun 100%.
15 Oktober	Pencarian konveksi	Membuat list beberapa konveksi di tangerang yang ditemukan dari sosial media kemudian menghubungi

		beberapa konveksi untuk menemukan konveksi yang tepat.
21 – 22 Oktober	Desain model baju	Dilakukan gambar desain baju yang sedang tren dan bergaya <i>coquette</i> , soft style. Setelah melihat beberapa gambar dilakukan diskusi kelompok untuk memutuskan desain yang akan dibuat. Kami memutuskan untuk membuat blouse babydoll dengan kerah dan ditambahkan aksesoris lace di kerah dan bawah baju. Blouse babydoll akan dibuat dengan kain motif berwarna soft seperti soft pink, soft blue, dan putih.
25 Oktober	Desain poster	Kami melakukan desain poster dan moodboard dengan melakukan pencarian moodboard fashion <i>coquette</i> di pinterrest sebagai referensi kemudian mulai melakukan desain di aplikasi canva.
29 Oktober	Riset kain gading serpong	Kami pergi mencari kain di gading Serpong. Setelah melakukan pencarian toko kain di gading Serpong secara online, kami memutuskan untuk pergi ke dua toko kain yaitu motifs textile dan RNJ textile. Di toko kain motifs textile kami tidak menemukan kain dengan motif yang dicari, sedangkan di toko RNJ textile kami menemukan kain motif gingham putih pink yang sesuai untuk model baju dan konsep brand. Kemudian kami melakukan pembelian kain motif gingham putih pink sepanjang 2 meter di toko RNJ textile. Setelah itu kami bertanya mengenai rekomendasi konveksi pada penjual kain, dan di saat yang sama kami bertemu dengan owner konveksi garis lurus para penjahit Cisauk.
29 – 30 Oktober	Pencarian konveksi	Kami melakukan pencarian konveksi melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram. Kemudian mencoba menghubungi beberapa konveksi untuk menanyakan harga, MOQ produksi, dan waktu pengerjaan. Setelah melakukan diskusi kami setuju untuk menggunakan jasa konveksi garis lurus para penjahit di Cisauk.

1 November	Mengunjungi konveksi Cisauk	Pergi ke konveksi garis lurus para penjahit di Cisauk, untuk membuat sample baju model blouse babydoll berkerah dengan memberikan kain yang telah dibeli di RNJ textile yaitu kain motif gingham putih pink sepanjang 2 meter
2 November	Desain model baju	Kami membuat gambar desain baju kedua yaitu baju sleeveless babydoll sabrina
3 November	Pencarian kain dan kancing	Dilakukan pencarian dan pembelian kain motif strip putih biru di toko kain RNJ textile sepanjang 2 meter untuk pembuatan sample baju model sleeveless babydoll sabrina
4 November	Mengunjungi konveksi Cisauk	Kami mengunjungi konveksi Cisauk untuk mengambil sample baju model pertama yaitu blouse babydoll berkerah motif gingham putih pink dan memberikan kain strip putih biru sepanjang 2 meter untuk dijadikan sample model kedua yaitu sleeveless babydoll sabrina dan memberikan kancing baju.
5 November	Desain model baru	Dilakukan pencarian desain rok yang sedang tren dan bergaya <i>coquette</i> . Setelah dilakukan riset secara online, louloudi membuat desain rok dengan ruffle 2 tingkat berwarna putih dengan kain satin.
6 November	Riset kain dan pencarian konveksi di cipadu	Kami mengunjungi pasar kain cipadu untuk mencari kain katun bermotif strip pink putih, strip biru putih, dan mencari kain satin putih untuk rok serta furangnya. Setelah selesai mencari dan membeli kain, kami bertanya kepada orang sekitar untuk mendapatkan rekomendasi konveksi. Pada hari yang sama kami mendapatkan eddies konveksi di cipadu. Pada hari yang sama kami berkomunikasi mengenai harga, MOQ, dan waktu pengerjaan produksi.
7 November	Mengunjungi konveksi Cisauk dan mencari aksesoris	Pergi ke konveksi Cisauk untuk mengambil sample baju kedua yaitu model sleeveless babydoll sabrina bermotif strip biru putih.

8 November	Mengunjungi konveksi cipadu	Setelah berkomunikasi dengan konveksi dan berdiskusi dengan kelompok kami memutuskan untuk membuat sample di eddies konveksi. Kami mengunjungi konveksi eddies di cipadu untuk memberikan desain dan kain yang telah dibeli di pasar cipadu yaitu kain strip pink putih sepanjang 7 meter, kain strip biru putih sepanjang 7 meter, dan kain satin putih sepanjang 23 meter beserta furingnya 25 meter. Setelah selesai berkomunikasi dan memberikan kain kepada konveksi eddies, kami pergi ke pasar cipadu melakukan riset kain untuk mencari motif kain yang menarik dan trendy.
9 November	Desain ulang logo, packaging, thank you card, tag baju	Mendesain ulang logo menjadi terlihat lebih simple dengan perpaduan warna pink pastel dengan ada aksan pita dan wings di tulisan logo Louloudi nya. Mendesain packaging dengan tema dan konsep brand yaitu <i>coquette</i> . Packaging ziplock handle bening terdapat logo louloudi dan frame pita berwarna pink di tengah packaging. Packaging box dengan design diluar pink dan di dalam bagian box dengan design pink putih serta terdapat tulisan "Made With Love". Design thank you card di desain bertema <i>coquette</i> berwarna pink putih terdapat nama pembeli di dalam thank you card agar customer merasa spesial. Design tag berwarna putih pink bertema <i>coquette</i> , di bagian depan terdapat logo louloudi dan dibagian belakang terdapat care instructions.
10 November	Mencari dan memesan packaging	Mencari jasa custom packaging di shopee, setelah beberapa pilihan toko akhirnya melakukan pemesanan ziplock handle bening dengan custom logo louloudi di shopee sebanyak 100 pcs.
11 November	Pengambilan sample di konveksi cipadu	3 hari setelah memberikan desain dan kain ke konveksi eddies di cipadu, sample dua baju selesai, sample pertama yaitu baju model blouse babydoll berkerah dengan motif kain strip biru putih dan

		sample kedua yaitu blouse babydoll sleeveless pink putih.
12 November	Riset baju feminin yang sedang tren dan konsep konten	Untuk mencari ide untuk desain selanjutnya, dilakukan riset baju feminin yang sedang tren. Dilakukan riset secara online yaitu dengan mencari baju tren feminin di sosial media seperti Instagram dan TikTok dan juga mencari ide untuk dijadikan konsep konten brand.
12 November	Melakukan interview FGD	Kami melakukan interview FGD di Universitas Multimedia Nusantara di ruangan C805, kami menginterview calon customer kami yang sudah di acc oleh Pak Wim sebelumnya. Selama interview kami bertanya bagaimana first impression mereka terhadap baju Louloudi serta kami mencatat masukan atau pendapat mereka untuk apa saja yang kurang dan harus kami ubah agar produk kami terlihat lebih bagus lagi.
13 November	Pengambilan baju yang sudah selesai di produksi di konveksi cipadu	Kami mengambil baju yang sudah selesai di produksi di konveksi cipadu, untuk total keseluruhan ada 10 baju yang bermodel blouse babydoll berkerah dengan motif kain strip biru putih dan 8 baju sleeveless pink putih ( total berjumlah 18 baju ).
13 November	Menjahit label baju	Kami menjahit label baju untuk 18 baju yang sudah diambil sebelumnya di Ujie Tailor & Permak yang berlokasi di Pasar Kelapa Dua , Blok E1.
15 November	Desain Banner	Melakukan desain banner untuk keperluan booth bazaar optimistic market.
21 November	Hari pertama melakukan Optimistic Market	Kami dibagi menjadi 2 bagian untuk Optimistic Market hari pertama yang dimana Viola dan Annisa menjaga booth di Xin Salon Karawaci dari pukul 10.00-15.00 WIB. Dan Floren dan Leo menjaga booth di UQ Beauty Cengkareng Jakarta Barat dari pukul 10.00-15.00 WIB.



22 November	Hari kedua melakukan Optimistic Market	Kami dibagi menjadi 2 bagian untuk Optimistic Market hari kedua yang Viola dan Annisa menjaga booth di UQ Beauty Cengkareng Jakarta Barat pada pukul 10.00-15.00 WIB. Dan Floren dan Leo menjaga booth di Xin Salon Karawaci pada pukul 10.00-15.00 WIB.
23 November	Photoshoot Produk	Melakukan photoshoot produk baju untuk keperluan sosial media brand dan online shop.
25 November	Pencarian kain di Tanah Abang	Kami pergi mencari kain ke tanah abang, mencari kain motif strip berwarna pink dan juga motif polkadot untuk menambah varian pada baju kami
27 November	Hari pertama melakukan Grey Market	Kami melakukan Live Tiktok untuk Grey Market hari pertama, kami Live Tiktok di meeting room Apartemen Sky House BSD. Kami Live berjualan selama 4 jam.
28 November	Hari kedua melakukan Grey Market	Kami melakukan Live Tiktok untuk Grey Market hari kedua, kami Live Tiktok masih di meeting room Apartemen Sky House BSD. Disini kami Live berjualan selama 4 jam.
28 November	Pengiriman produk	Pergi ke ekspedisi J&T untuk mengirimkan paket baju hasil berjualan di Tiktok live.
29 November	Hari ketiga melakukan Grey Market	Kami melakukan Grey Market hari ketiga dengan mobile booth di Vanya Park BSD. Kami berjualan mobile booth selama 5 jam.
30 November	Hari keempat melakukan Grey Market	Kami melakukan Grey Market hari keempat dengan mobile booth di Ruko Anniva Grande Gading Serpong. Kami berjualan mobile booth selama 5 jam.
3 Desember	Huge market	Kami melakukan Huge Market dengan mencari toko baju yang bersedia membeli produk baju Louloudi sebanyak 12 pcs.

Tabel 2.1 Tahapan Pekerjaan



## 2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Executive Officer

Pada October 2025, Penulis (Florence Ghazali) berperan sebagai seorang CEO dalam perusahaan Louloudi. Sebagai CEO penulis bertanggung jawab dalam mengatur, mengambil Keputusan strategis, memimpin, serta mengawasi seluruh kegiatan operasional, keuangan, dan pemasaran agar berjalan sesuai rencana dan tujuan louloudi.

Penulis melakukan pengawasan terhadap proses produksi, dari pemilihan bahan, memastikan kualitas produk sesuai standar dan tujuan brand. Riset tren untuk mengetahui trend style *coquette* saat ini di sosial media seperti tiktok, instagram, pinterest, dan aplikasi sosial media china yakni xiaohongshu dan douyin. Memberikan ide konsep desain dan memastikan desain sesuai dengan tema brand louloudi yaitu *coquette aesthetic*, dan *soft feminim style*.

Pengambilan Keputusan dan Koordinasi Antar Divisi Sebagai pemimpin utama, penulis bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan seluruh divisi, yakni Marketing, Operasional, dan Finance, agar setiap divisi bekerja sesuai tujuan brand. memberikan arahan terhadap timeline pekerjaan, serta memastikan setiap keputusan diambil berdasarkan pertimbangan strategis.

Berikut tertera pekerjaan yang dilakukan penulis sebagai CEO Louloudi :

### **1. Pembagian tugas antar anggota**

Sebagai CEO, Penulis mengatur pembagian tugas sesuai dengan peran anggota masing masing, Penulis memberikan tanggung jawab mengatur seluruh aktivitas finansial kepada CFO, tanggung jawab kegiatan operasional kepada COO, dan tanggung jawab kegiatan pemasaran kepada CMO.

### **2. Menentukan target market, analisis tren pasar, dan konsep brand**

Penulis beserta tim Louloudi memilih industri fashion untuk dijadikan bisnis, kami mulai melakukan pencarian target market dan analisis tren serta pasar. Setelah analisis penulis melihat sedang banyaknya tren baju *coquette* dan feminim di sosial media. Penulis sebagai CEO kemudian berdiskusi dengan CFO, COO, dan CMO untuk menetapkan konsep brand yaitu *fashion coquette* feminim untuk Wanita remaja. Setelah itu dilakukan diskusi mengenai pemilihan nama brand, yang kemudian setelah hasil voting nama brand Louloudi dipilih karena menunjukkan arti yang bagus yaitu bunga. Bunga sangat identik dengan Wanita feminim, kemudian dimulai dengan mendesain logo louloudi di aplikasi digital seperti procreate dan canva.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3. Pemberian modal dalam rekening bisnis BLU BCA

Penulis sebagai CEO louloudi menanamkan modal sebesar 40% untuk bisnis Louloudi dan CMO,CFO,COO sebesar 20%:

Florencia Ghazali (CEO) memberikan jumlah investasi sebesar Rp4.000.000 (40%)



Gambar 2.2.1. Bukti Transfer Modal Awal

### 4. Desain logo brand

Penulis dan tim melakukan desain logo brand melalui aplikasi digital seperti procreate dan canva, dengan memakai font yang feminim bergaya italic dan ditambahkan aksesoris pada logo.



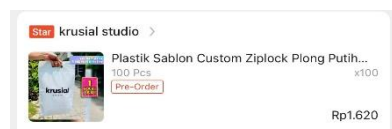
Gambar 2.2.2. Desain Logo Louloudi

## 5. Desain baju dan packaging

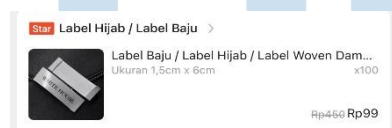
Penulis melakukan riset online di sosial media mengenai desain baju kekinian yang feminin dan *coquette aesthetic*. Setelah mendapat beberapa referensi dari sosial media penulis mencoba mendesain beberapa model baju di aplikasi canva dan procreate kemudian melakukan diskusi dengan tim mengenai desain model baju yang Digambar. setelah itu penulis juga mencari referensi packaging unik untuk dijadikan ide packaging louloudi, membuat packaging dengan aplikasi canva dan procreate kemudian melakukan diskusi dengan tim mengenai hasil desain packaging.

## 6. Pemesanan Packaging, label, dan manequin

Penulis melakukan pemesanan *packaging ziplock matte with handle* di shopee sebanyak 100 pcs, memesan label Louloudi di shopee sebanyak 100 pcs, dan memesan 2 manequin di shopee untuk keperluan bazaar dan konten sosial media.



Gambar 2.2.3. Bukti pembelian packaging Louloudi



Gambar 2.2.4. Bukti pembelian label Louloudi



Gambar 2.2.5. Bukti pembelian manequin

## 7. Pencarian kain dan konveksi

Penulis melakukan pencarian toko kain di Gading serpong, Cipadu, Tanah Abang dan melakukan riset konveksi pada aplikasi sosial media seperti tiktok dan instagram. Kemudian penulis berdiskusi dengan kelompok untuk membuat list toko kain dan konveksi yang didapat agar dapat dibandingkan. Kemudian penulis mencoba menghubungi konveksi konveksi yang penulis dapat dari sosial media untuk mengetahui MOQ, proses produksi, waktu pengerjaan, dan harga produksi.



Gambar 2.2.6. Motifs textile Gading Serpong 29 Oktober 2025.



Gambar 2.2.7. Pasar Cipadu 6 November 2025



Gambar 2.2.8. Tanah Abang 25 November 2025

## 8. Branding sosial media

Penulis dan CMO membuat akun sosial media kemudian membantu CMO membuat desain poster dan katalog serta membuat identitas brand di akun sosial media louloudi. Penulis dan CMO membuat poster *coming soon* untuk di unggah di akun sosial media brand.



Gambar 2.2.9. Poster *Coming Soon* Louloudi

## 9. Desain banner untuk keperluan bazaar

Penulis dan CMO melakukan desain banner Louloudi untuk keperluan *booth bazaar optimistic market*, membuat desain banner dengan aksen lace, pita, dan pearl serta menambahkan logo Louloudi dan instagram Louloudi pada desain banner.



Gambar 2.2.10. Banner bazaar Louloudi



Gambar 2.2.11. Banner bazaar Louloudi

## 10. Quality check produk

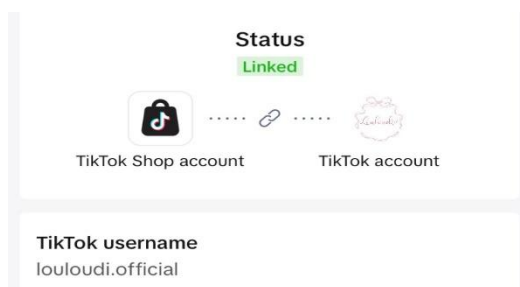
Saya dan COO melakukan *quality check* produk setelah produk selesai di produksi, kami melakukan pengecekan kerapian jahitan dan ketepatan ukuran serta ketepatan desain model baju.

## 11. Pemantauan proses produksi

Penulis aktif berkomunikasi dengan pihak konveksi agar selalu mengetahui ketepatan dan kesalahan dalam proses produksi baju, agar baju yang diproduksi dapat selesai sesuai ekspektasi yaitu ukuran dan model yang sesuai serta selesai tepat dengan waktu yang dijanjikan.

## 12. Pembukaan akun seller center tiktok Shop Louloudi

Penulis membuka akun seller center pada tiktokshop dan tokopedia dengan mengisi data data yang diperlukan. Kemudian menunggu approval dari seller center agar dapat berjualan di tiktok shop. Setelah di approve Penulis mulai menambahkan produk produk kedalam tiktokshop.



Gambar 2.2.12 Pembukaan akun seller center tiktok shop Louloudi

## 13. Budgeting

Penulis dan CFO melakukan budgeting bisnis louloudi , membantu memberikan data data terkait pengeluaran dan pemasukan bisnis. Budgeting modal satu baju, revenue, dan laba bersih keseluruhan.



#### 14. Revisi Packaging

Penulis melakukan revisi packaging yang semula plastik *ziplock matte* dengan logo Louloudi lama berwarna hitam menjadi plastik *ziplock clear with handle* dengan logo louloudi baru berwarna pink.



Gambar 2.2.13 Revisi Packaging Louloudi

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 15. Rencana Strategis Jangka Panjang 3 Tahun Kedepan

### Tahun 2026

Keterangan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Produksi	75	60	65	50	60	70	80
Target Penjualan	40	45	50	55	60	65	70
Fokus	Promo Awal Tahun	Restock Produk Best seller	Tambahan safety stock 5 pcs	PO desain baru	Menambah koleksi baru	Restock produk best seller	Riset pasar, Validasi pasar
Sisa stock	25	15	10	15	10	12	18
Strategi marketing	Konten Tiktok, Instagram	Konten Tiktok, Instagram	Konten Tiktok, Instagram	Boost Live Tiktok	Boost Instagram post	Mengikuti bazzar fashion	Kolaborasi dengan Influencer
Marketing Expense	Rp1.200.000	Rp1.300.000	Rp1.400.000	Rp1.500.000	Rp1.600.000	Rp1.700.000	Rp2.800.000
Fixed Cost	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Lanjutan Tahun 2026**

Keterangan	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Produksi	95	100	110	120	200
Target penjualan	80	90	100	120	150
Fokus	Promo kemerdekaan, menambah safety stock 15 pcs	PO desain baru	Mengikuti event bazaar	Menambah koleksi baru	Promo akhir tahun
Sisa stock	15	20	30	40	50
Strategi Marketing	Boost live Tiktok promo kemerdekaan	Konten Tiktok, Instagram	Boost Tiktok post	Boost Live Tiktok	Mengikuti bazaar fashion
Marketing Expense	Rp1.900.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp3.500.000
Fixed cost	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000

Tabel 2.2.1 Rencana Strategis Jangka Panjang 1 Tahun Kedepan

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tahun 2027**

Keterangan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Produksi	300	250	270	250	280	300	310
Target Penjualan	170	185	190	200	250	300	280
Fokus	Promo Awal Tahun	Restock Produk Best seller	Tambahan safety stock 20 pcs	PO desain baru	Menambah koleksi baru	Restock produk best seller	Riset pasar, Validasi pasar
Sisa stock	120	120	130	145	150	160	170
Strategi marketing	Boost konten Tiktok	Mengikuti event bazaar	Konten Tiktok, Instagram	Boost Live Tiktok	Boost Instagram post	Mengikuti bazaar fashion	Kolaborasi dengan Influencer
Marketing Expense	Rp2.000.000	RP3.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.200.000	Rp3.500.000	Rp.3.000.000
Fixed Cost	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Lanjutan Tahun 2027**

Keterangan	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Produksi	325	330	350	370	380
Target penjualan	300	320	350	350	400
Fokus	Promo kemerdekaan, menambah safety stock 15 pcs	PO desain baru	Mengikuti event bazaar	Menambah koleksi baru	Promo akhir tahun
Sisa stock	180	190	195	200	220
Strategi Marketing	Boost live Tiktok promo kemerdekaan	Konten Tiktok, Instagram	Boost Tiktok post	Boost Live Tiktok	Mengikuti bazaar fashion
Marketing Expense	Rp2.200.000	Rp2.000.000	Rp2.500.000	Rp2.700.000	Rp3.500.000
Fixed cost	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000

**Tabel 2.2.2 Rencana Strategis Jangka Panjang 2 Tahun Kedepan**

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tahun 2028**

Keterangan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Produksi	500	450	455	460	470	480	500
Target Penjualan	400	410	420	430	450	460	480
Fokus	Promo Awal Tahun	Restock Produk Best seller	Tambahan safety stock 5 pcs	PO desain baru	Menambah koleksi baru	Restock produk best seller	Riset pasar, Validasi pasar
Sisa stock	250	260	270	300	310	330	350
Strategi marketing	Bazaar tahun baru	Mengikuti event bazaar	Konten Tiktok, Instagram	Boost Live Tiktok	Boost Instagram post	Mengikuti bazaar fashion	Kolaborasi dengan Influencer
Marketing Expense	Rp4.000.000	Rp4.500.000	Rp3.500.000	Rp3.800.000	Rp3.800.000	Rp4.500.000	Rp.4.800.000
Fixed Cost	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Lanjutan Tahun 2028**

Keterangan	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Produksi	550	600	620	630	680
Target penjualan	500	550	600	610	630
Fokus	Promo kemerdekaan, menambah safety stock 50 pcs	PO desain baru	Mengikuti event bazaar	Menambah koleksi baru	Promo akhir tahun
Sisa stock	450	500	530	580	600
Strategi Marketing	Boost live Tiktok promo kemerdekaan	Konten Tiktok, Instagram	Boost Tiktok post	Boost Live Tiktok	Mengikuti bazaar fashion
Marketing Expense	Rp4.000.000	Rp3.800.000	Rp4.000.000	Rp4.000.000	Rp5.500.000
Fixed cost	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp2.000.000

Tabel 2.2.3 Rencana Strategis Jangka Panjang 3 Tahun Kedepan

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## **2.2. Kendala yang Ditemukan**

Kesulitan dalam memikirkan ide desain yang unik, menarik dan dapat membedakan brand Louloudi dari brand fashion lain dengan konsep serupa serta sesuai dengan konsep brand yaitu coquette dan soft feminim style. kesulitan dalam mencari bahan utama yaitu kain untuk baju yang cocok di iklim tropis Indonesia dan nyaman ketika digunakan, kain katun sangat cocok untuk iklim tropis indonesia karena bahan nya yang menyerap keringat dan adem saat dipakai tetapi motif kain yang ingin dicari terbatas dan sulit ditemukan yaitu kain strip putih pink dan polkadot pink. Kesulitan lainnya yaitu menentukan konveksi yang sesuai dalam segi harga, kerapian, dan waktu pengerjaan untuk dijadikan pilihan konveksi utama untuk produksi skala besar. Kesulitan dalam konveksi yang sudah terpilih yaitu revisi baju karena tidak sesuai dengan yang diharapkan dan kurang komunikasi yang detail.

## **2.3. Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Sering melakukan riset dan analisis tren baju coquette dan femimim di sosial media agar dapat dijadikan inspirasi untuk desain baju yang menarik dan trendy, bekerja sama langsung dengan supplier kain lokal untuk mendapatkan informasi kain yang dicari, Membuat daftar perbandingan konveksi Membandingkan beberapa konveksi berdasarkan harga sample, harga per unit, waktu pengerjaan, dan MOQ. Dalam mengurangi revisi berulang, pentingnya komunikasi secara detail memberikan gambar desain yang detail. Menggunakan feedback pelanggan dengan membuat survei atau polling di media sosial untuk mengetahui model atau warna yang paling disukai. Sekaligus menjaga hubungan dengan para customer Louloudi.