



ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 2808-6694 (Online); 2808-7291 (Print)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

Analisis Usaha Drclth (*Doctor Clothes*) Solusi Busana Terjangkau yang Authentic

Annisa Rahma Dianti

Universitas Diponegoro

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit 10 Agustus 2023

Accepted 15 Agustus 2023

Published 20 Agustus 2023

Email Author:

rannisa452@gmail.com

ABSTRACT

This Research was motivated by the height the influence of the East Asian Entertainment Industry, especially Korea, on the local community, which made Indonesian women's clothing styles begin to shift, following hallyu or Korean Fashion Trend which brought a tremendous increase Creative Business Opportunities, a stalemate in the domestic market Fashion industry. The aim of this research is to find out environmental analysis business and business Feasibility Analysis of DrClth's Business. This research uses descriptive analysis with a business plan approach. Research result in the form of analysis, business environment, carried out by assessing the marketing aspect, the production aspect, the memories aspect and the source aspect, with the result that DrClth business has good potential in the fashion Industry sector, while the business feasibility analysis is carried out by calculating analysis, financial analysis of business feasibility, exploring business sustainability, calculating the bares of sales and break event point. The conclusion of this study is that DrClth results are feasible carried out, based on the analysis of the business environment and business feasibility analysis that has been carried.

Keyword– Business Plan, Business Analysis, Fashion

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Tingginya pengaruh Industri Hiburan Asia Timur Khususnya Korea terhadap masyarakat lokal yang membuat selera busana wanita Indonesia mulai bergeser mengikuti *Hallyu* atau *trend fashion* Korea yang membawa dampak peningkatan Peluang Bisnis Kreatif bagi industri Fashion pasar *domestic*. Tujuan Penelitian untuk mengetahui Analisis Lingkungan Usaha dan Analisis Kelayakan Usaha dari usaha DrClth. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan *business plan*. Hasil penelitian berupa analisis lingkungan usaha, dilakukan dengan menilai aspek pemasaran, aspek produksi, aspek keuangan dan aspek sumber daya manusia dengan hasil bahwa usaha DrClth memiliki potensi yang baik dalam bidang Industri

Fashion, sedangkan analisis kelayakan usaha dilakukan dengan perhitungan analisis keuangan, analisis kelayakan usaha, analisis keberlanjutan usaha, perhitungan harga pokok penjualan dan *break event point*. Kesimpulan penelitian ini adalah hasil usaha DrClth layak dijalankan berdasarkan Analisis Lingkungan Usaha dan Analisis Kelayakan Usaha yang telah dijalankan.

Kata Kunci – Business Plan, Analisis Usaha, Fashion

PENDAHULUAN

Salah satu penyebab belum pesatnya perkembangan ekonomi di Indonesia adalah kurangnya jumlah wirausahawan. Idealnya sebuah negara memiliki tidak kurang dari 14% wirausahawan, sedangkan di Indonesia jumlah wirausahawan masih dalam angka 3,4% dari total populasi penduduk, dalam hal ini Indonesia masih membutuhkan sedikitnya empat juta wirausaha baru untuk mendorong penguatan struktur ekonomi (Hafiyyan, 2022)

Menurut data yang ada dalam Sirclo, sebanyak 17,5 % masyarakat telah berpindah dari berbelanja *offline* menjadi *online*. Hal ini menunjukkan belanja *online* menjadi *trend* utama di dunia bisnis. Pasca pandemi, pelaku usaha semakin bersemangat untuk mengembangkan bisnis *online* mereka. Dengan adanya *platform e-commerce*, para pelaku bisnis kini dapat lebih mudah menjalankan usaha mereka dengan mengurangi pengeluaran biaya sewa tempat. (Zakawali, 2022)

"*You are what You wear*" menjadi sebuah ungkapan yang telah banyak didengar, bahwa setiap orang akan selalu dilihat pertama kali dari penampilannya dan Fesyen menjadi suatu bentuk aktualisasi diri seorang manusia (Tjok, 2015). Meskipun kita sering mendengar "*Don't Judge Book by It's Cover*", namun kenyataannya kita hidup dalam masyarakat yang kompleks di mana pakaian seringkali merepresentasikan citra dan kepribadian seseorang. (Kriesdinar, 2016)

Di Indonesia, gaya busana Asia Timur masih menjadi pilihan utama di kalangan usia remaja hingga dewasa. Meskipun demikian, produk *fashion* dengan arah gaya Asia Timur masih dijual dengan harga tinggi di *marketplace* besar seperti *Shein*. Resiko lainnya pakaian dengan model tertentu yang dijual di *marketplace* seperti *Shopee* adalah jumlahnya yang banyak sehingga meningkatkan resiko terkesan pasaran di ruang publik. Hal ini disebabkan oleh kurangnya jumlah *brand* lokal yang memproduksi produk *fashion* tersebut, karena mayoritas pengusaha di bidang ini bergantung pada bisnis *reseller* atau *drop shipper*.

Dengan adanya peluang dari masalah yang ada, Penulis memutuskan untuk memfokuskan diri pada produk *fashion* arah Asia Timur, terutama *crop top*. Selain karena bahan yang mudah didapat, bisnis ini juga tidak akan pernah surut karena selalu mengikuti *trend fashion* dari selebriti dan publik figur *C-entertainment* dan *K-entertainment*. Dipilihnya DrClth juga didasari oleh data yang dipublikasikan oleh BPS, Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk berpendapatan menengah dengan jumlah 115 juta dengan jumlah pendapatan pertahun Rp. 62,2 juta per jiwa (Kata Data, 2022). Berdasarkan Statistika yang telah divalidasi oleh BPS menunjukkan bahwa tingkat pengeluaran nomor dua terbanyak dihabiskan untuk keperluan pakaian, sehingga dalam segmen pasar ini terbilang masih sangat konsumtif terhadap pembelian (Kata Data, 2022).

Selain tingginya harga sebuah *brand fashion* karena tingkat popularitas *brand*, terdapat dua jenis klasifikasi konsumen berdasarkan tingkat pendapatan, yaitu menengah ke atas dan menengah kebawah, dalam hal ini keduanya memiliki model *design* produk yang produksi dalam skala besar. Diproduksinya *design* produk dalam skala besar memungkinkan membuat reputasi produk menjadi pasaran, padahal berdasarkan literatur yang tertulis dalam *mojok.co* kebanyakan remaja dewasa

merasa malu apabila bertemu dengan remaja lain dengan *outfit* yang sama. (Wicaksono, 2020).

Untuk mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan pelanggan dan meminimalisir kesalahan target audiens, Dave Gray menemukan *tools* efisien untuk memahami perilaku konsumen, yang dikenal dengan nama *Empathy Map*. Berdasarkan *empathy map* yang telah disimpulkan dari riset sederhana yang dilakukan oleh penulis terdapat dua *Point Penting* yang pertama adalah *Price* sebab Harga Menjadi pertimbangan mendasar bagi para pelajar dan mahasiswa yang belum memiliki kebebasan *financial* untuk membeli kebutuhan sekunder atau hobi dan yang kedua adalah *Model*, yang umumnya Sebuah Produk akan diproduksi dalam skala besar sehingga Produk akan terkesan pasaran diruang publik. Berangkat dari latar belakang yang telah diuraikan, dengan ditulisnya Analisis Usaha seorang wirausahawan dapat mengetahui arah bisnisnya terkait kemana dan bagaimana bisnis yang ia kembangkan akan berjalan sesuai dengan analisis lingkungan usaha dan analisis kelayakan usaha yang diukur berdasarkan realitas bisnis yang sedang dikembangkannya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan *Business Plan* yang didalamnya dijabarkan Teknik analisis data yang terdiri dari analisis lingkungan usaha yang terbagi dalam aspek pemasaran, produksi, keuangan dan SDM serta melakukan analisis kelayakan usaha yang menganalisis harga pokok penjualan, analisis keuangan, analisis kelayakan usaha, analisis keberlanjutan usaha dan *break event point* pada Usaha DrClth, usaha yang dikembangkan peneliti dengan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu tujuh bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Perusahaan

DrClth atau dapat dibaca *Doctor Clothes* merupakan brand fashion yang menjual produk dan jasa costum busana yang bertemakan *Asian streetwear*. DrClth beralamat di Jalan Srinindito Barat RT 10 RW 01 Kel. Ngemplak Simongan, Kec. Semarang Barat Kota Semarang Jawa Tengah, 50148, sebagai tempat produksi dan distribusi produk, untuk pemesanan secara daring pelanggan dapat menghubungi nomor whatsapp 082137922983 atau *platform* Instagram dengan *username* @drclth, shopee dengan nama Toko drclth atau email dengan nama drclth@gmail.com.

Dalam proses awal DrClth berfokus pada produk *outer crop top* dan jasa costum busana yang terbagi dalam *blouse*, *dress* dan gaun. DrClth tidak membatasi pengembangan variasi jenis model di masa depan, namun karena keterbatasan modal dan SDM dalam aspek produksi, pada tahap awal ini selain jasa costum DrClth mengutamakan produk *outer crop top* yang memiliki biaya produksi rendah dan mudah diproduksi. Visi DrClth adalah *Grab Yours with Affordable Price*. Misi DrClth yang pertama menyediakan Produk *Authentic* dan *Limited*, yang kedua menyediakan Produk *fashion* yang *Affordable*, dan yang terakhir adalah memenuhi pesanan costum sesuai keinginan pelanggan.

2. Analisis Lingkungan Usaha

a. Aspek Pemasaran

Tingginya pengaruh perkembangan Industri Hiburan Asia Timur Khususnya Korea terhadap masyarakat lokal membuat selera busana para wanita Indonesia mulai bergeser mengikuti *trand fashion* Korea. Hal ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya industri hiburan Korea Selatan. Korea menjadi patokan dalam urusan kecantikan, penyebaran *fashion* khususnya kalangan remaja dan

dewasa. (Nurrahmadani, 2021) Dalam Analisis Pemasaran ini akan diuraikan mengenai Segmentasi Target Pasar, *Positioning*, Pesaing dan Bauran Pemasaran dari Produk DrClth.

Berdasarkan potensi yang dapat dilihat DrClth melakukan segmentasi Pasar. Segmentasi Pasar ialah proses mengklasifikasikan pasar yang luas dengan kelompok konsumen yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan konsumen yang terbagi dalam aspek demografis, geografis, psikografis dan behavioral. (Hariyansyah, 2021) Untuk itu segmentasi pasar berdasarkan segmen Demografis DrClth yaitu perempuan usia 15 hingga 37 tahun jenis kelamin perempuan dan belum menikah, segmentasi pasar secara geografis DrClth adalah remaja hingga dewasa putri tinggal di wilayah perkotaan dengan kemudahan ekspedisi pengiriman, segmentasi pasar berdasarkan aspek Psikografis DrClth yaitu wanita penggemar *K-Entertainment* dan *C-Entertainment* yang *up to date*, Konsumtif dan kemampuan membeli. sedangkan segmentasi pasar *behavioural* yaitu memiliki kebiasaan melihat Drama Korea maupun China dan memiliki kebiasaan untuk berbelanja.

Menurut Ri'aeni dalam Shofwaties (2022) *Hallyu* menyebabkan penambahan budaya dalam kehidupan remaja Indonesia sebab dewasa ini K-pop, K-Drama hingga makanan khas Korea telah masuk dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Meningkatnya Peluang Bisnis tentu saja membuka peluang baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen dimana dalam hal ini DrClth telah menentukan Target Pasarnya. Target Pasar ialah kelompok konsumen yang menjadi focus arah bisnis dalam upaya pemasaran produk untuk memaksimalkan profit yang ditetapkan. (Bayhaqi, 2022) Target pasar Drclth dikhususkan bagi para perempuan remaja hingga dewasa pecinta fashion yang memiliki gaya hidup dan pola belanja konsumtif utamanya para penggemar K-ent dan C-ent.

Bersadarkan iklim Indonesia yang membentuk preferensi busana masyarakatnya, DrClth memposisikan diri sebagai produk yang *Confidence*, *Comfortable* dan *Affordable* dengan menyediakan produk *fashion* asia timur dengan model yang variatif, *limited*, berbahan ringan dan nyaman, *design* baru untuk meningkatkan kepercayaan diri pelanggan di ruang publik.

Menurut KBBI Kompetitor diartikan sebagai pesaing untuk memojokkan perusahaan lawan. Kompetitor DrClth adalah bisnis *dropshipper* atau *reseller*, bisnis tersebut umumnya menjual produknya dengan harga yang relatif tinggi, apabila harga terjangkau kualitas produk tidak terjaga, tak jarang *online store* yang mengusung bisnis ini melayani permintaan dengan sistem *Pre Order* dalam kurun waktu tiga sampai empat minggu yang membuat pelanggan jenuh menunggu.

Bauran Pemasaran merupakan seperangkat sarana perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu yang berisi gabungan empat aspek pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi yang digunakan untuk menaikkan permintaan dan memenuhi kebutuhan konsumen (Christian, 2018). Strategi bauran pemasaran yang dilakukan DrClth menggunakan strategi *marketing mix* yang meliputi produk yakni *outer crop top* dan *costum* dengan kisaran *price* (harga) antara Rp.60.000 hingga Rp.215.000, dengan *place* (tempat distribusi) yaitu di kota Semarang dan *promotion* (Promosi) melalui *platform social media*.

b. Aspek Produksi

Kapasitas produksi Usaha DrClth ditahap awal hanya diproduksi untuk *prototype* dan profil produk sebagai bahan promosi. Strategi tersebut dilakukan mengingat DrClth masih dalam tahap pembentukan pasar sehingga bisnis dijalankan dalam bentuk jasa yang dikemas dalam bentuk produk, hal ini juga didasari oleh pengerjaan produk yang singkat sehingga produk tetap *ready to order*. Minimnya kapasitas produksi dikarenakan dalam tahap awal DrClth berencana untuk melaksanakan pembuktian pasar sasaran, sinkronisasi pengeluaran dana dan koordinasi serta penyelarasan jadwal produksi dengan jumlah tenaga kerja dan modal awal yang dimiliki.

Tempat pelaksanaan usaha akan berpusat di Kota Semarang karena *basic* usahanya masih

dilaksanakan secara *online*, waktu pelaksanaan usaha telah dimulai dari bulan awal November Tahun 2022 yang dimulai dari proses inisiasi pembangunan akun pemasaran di *marketplace* yaitu shopee dan profil usaha di Instagram, *Google Map Business*, *E-mail* dan WhatsApp.

Dalam proses produksi, DrClth menggunakan Alat dan Bahan diantaranya mesin jahit, mesin obras, mesin pelubang kancing, meteran, penggaris, jarum, gunting, kertas pola, jarum pentul, kertas karbon, *tracking wheel*, kapur jahit, kain, benang, kancing, kain furing dan *zipper*. Dengan Teknik Perancangan dan Pembuatan yang dilakukan dengan proses mencari referensi model, Memilih *Design Outer Crop Top*, Memodifikasi model, Menggambar *Design*, Mempersiapkan pola produk, Mempersiapkan alat dan bahan baku, Pemotongan kain sesuai pola kemudian diberi tanda pada bagian yang akan dijahit, Penggabungan kain yang ditandai dengan kertas karbon sebelumnya menggunakan jarum pentul untuk memudahkan penjahitan, Proses penjahitan, Merapikan tepi kain dengan proses pengobrasan, pengecekan kualitas, pemotongan benang yang belum rapi, *Finishing* disetrika dan dilipat, Pengemasan

Pengembangan produk dilakukan dengan cara menganalisis kebutuhan pasar dengan mengikuti *trend* perkembangan *hallyu* DrClth tidak menutup kemungkinan untuk memproduksi produk fashion selain *crop top* seperti *ebi belt*, *skirt*, *dress*, *fake collar* dan *blouse* hingga beragam produk pendamping *Fashion* seperti *Tas*, *Pouch*, *Clutch*, *Scrunchie*, *Tie*, dan lain lain.

c. Aspek Keuangan

Modal merupakan sumber daya finansial yang harus tersedia dalam organisasi untuk membiayai operasional dan pengembangan bisnis (Purwanti, 2012). Modal yang diinvestasikan saat proses inisiasi bisnis ini berupa uang tunai dan peralatan dari dana penulis. Pengembangan bisnis ini juga mendapatkan sumber dana pendukung yaitu dana hibah kegiatan 100 Wirausahawan Sekolah Vokasi Tahun 2022 untuk proses pembentukan usaha DrClth yang pengalokasiannya digunakan dalam proses inisiasi bisnis DrClth.

d. Aspek SDM

Sumber daya manusia merupakan aspek penting dalam organisasi perusahaan sebab merekalah motor utama penggerak yang akan menyokong aktivitas operasional, pengembangan sumber daya manusia akan berbasis pada kompetensi dan kinerja yang berpengaruh terhadap kualitas karyawan dan berujung pada kepuasan pelanggan dan perusahaan akan diuntungkan. (Hasibuan, 2000). DrClth menjabarkan tugas dan kewajiban Sumber daya manusianya dengan merancang Job Description yang terbagi menjadi *Chief Executive Officer (CEO)*, *Chief Technology Officer (CTO)*, Karyawan Produksi dan Admin Shopee. Sumber daya manusia DrClth diantaranya CEO yang bertanggung jawab dalam mengatur arah bisnis perusahaan, CTO yang bertanggung jawab dalam bidang pemasaran dengan menggunakan teknologi yang ada produk, Admin Shopee yang bertanggung jawab dalam handle akun shopee, dan Bagian Produksi yang bertanggung jawab dalam memastikannya kegiatan produksi berjalan dengan lancar.

3. Analisis Kelayakan Usaha

a. Analisis Keuangan

Analisis Keuangan DrClth dijabarkan sebagai Anggaran Biaya produksi dengan beberapa aspek yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead produksi, yaitu:

Tabel 1. Anggaran Biaya Produksi

Anggaran Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	471.000
Outer Crop Top	336.000
Jasa Costum Busana	135.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	544.000
Outer Crop Top	112.000
Jasa Costum Busana	432.000
Biaya Overhead Produksi	350.000
Total Biaya Produksi	1.365.000

b. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Penjualan (HPP) ialah biaya total yang digunakan untuk memproduksi produk, HPP didapatkan dengan penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*, penilaian HPP bertujuan untuk mengetahui harga jual produk yang tepat untuk memperoleh besaran profit yang diinginkan. (Setiadi, 2014). Dengan Rincian Harga Pokok Produksi sebesar:

Tabel 2. Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Produksi			
Outer Crop Top			
HPP =	$\frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Produksi / Bln}}$	$= \frac{623.000}{16}$	$= 38.938$
Harga Pokok Produksi			
Jasa Costum Busana			
HPP=	$\frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Produksi / Bln}}$	$= \frac{742.000}{10}$	$= 74.200$

c. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis Kelayakan Usaha DrClth dilakukan dengan menilai Laporan Laba Rugi untuk menilai keuntungan perusahaan dan Analisis Arus Kas untuk mengetahui posisi kas perusahaan. Analisis ini dilakukan dengan *forecasting* 5 tahun bisnis apabila pendapatan stagnan:

Tabel 3. Laporan Laba Rugi

DrClth	
Laporan Laba Rugi	
Periode dalam 5 tahun	
Penjualan Rata Rata	Rp.129.000.000
Biaya Bahan Baku	Rp.28.260.000
Biaya TK Langsung	Rp.32.640.000
BOP	Rp.21.000.000
Total Biaya	(Rp. 81.900.000)
Total Laba bersih	Rp. 47.100.000

Rincian aktivitas kas operasional perusahaan dalam laporan arus kas DrClth dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Laporan Arus Kas

DrClth	
Laporan Arus Kas	
Periode dalam 5 tahun	
Aktivitas Operasional	
Penjualan	129.000.000
Total Biaya	(81.900.000)
Arus Kas Aktivitas Operasional	47.100.000
Aktivitas Investasi	
Total Investasi	(4.186.000)
Pembelian mesin baru	(2.900.000)
Arus Kas Aktivitas Investasi	(7.086.000)
Aktivitas Pendanaan	
Dana Hibah	4.890.000
Kredit Usaha	20.000.000
Kas Untuk Aktivitas Pendanaar	24.890.000
Kenaikan Kas	64.904.000
Posisi Kas 01/11/2022	4.971.000
Posisi Kas 31/12/2027	69.875.000

d. Analisis Keberlanjutan Usaha

Analisis Keberlanjutan Usaha adalah proses evaluasi dampak sosial, ekonomi dan lingkungan yang dihasilkan oleh aktivitas bisnis dalam jangka panjang yang difokuskan pada aspek yang berkelanjutan dari bisnis seperti pengelolaan sumber daya, manajemen lingkungan, aspek sosial dan etika serta dampak ekonomi jangka panjang untuk memastikan bahwa bisnis mempunyai kecukupan dana modal untuk mengoperasikan dan memperluas usahanya. (Miradji, 2020). Dalam analisis keberlanjutan usaha akan dipaparkan mengenai beberapa penilaian seperti *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, dan *Profitability Index*. Rincian mengenai Analisa kelayakan usaha dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Analisis Keberlanjutan Usaha

Tahun	Arus Kas	Arus Kas Masuk Kumulatif
0	-20.566.000	
1	9.420.000	9.420.000
2	10.000.000	19.420.000
3	11.500.000	30.920.000
4	13.000.000	43.920.000

5	15.600.000	59.520.000
---	------------	------------

PBP = 2 Tahun 3 Bulan

NPV = Rp.17.709.757 (Lebih dari 0 maka proyek layak diterima)

IRR = 45% (Lebih dari 13% maka proyek layak diterima)

PI = 1,97 (Lebih dari sama dgn 1 maka Proyek layak diterima)

e. Break Event Point

Break Event Point atau titik impas merupakan suatu titik dimana penghasilan dari penjualan sebuah produk sama dengan total pengeluaran yang dikeluarkan dalam memproduksi produk tersebut. Dalam fase ini perusahaan tidak memperoleh profit dan tidak pula mengalami kerugian. BEP dinilai dengan membagi biaya tetap dengan selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit. Analisis bisnis BEP digunakan untuk mengukur target penjualan minimum yang harus diraih sehingga perusahaan tidak rugi. (Maruta, 2018)

BEP Outer Crop Top

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \text{Biaya Tetap} / \\ &\quad (\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel/Unit}) \\ &= 287.000 / (55.000 - (336.000/16)) \\ &= 287.000 / (55.000 - 21.000) \\ &= 287.000 / 34.000 \\ &= 8,4 \text{ Unit} \end{aligned}$$

$$\text{BEP (Rp)} = 8,4 \text{ Unit} \times \text{Rp.55.000} = \text{Rp.464.264}$$

BEP Jasa Costum Busana

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \text{Biaya Tetap} / \\ &\quad (\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel/Unit}) \\ &= 607.000 / (127.000 - (135.000/10)) \\ &= 607.000 / (127.000 - 13.500) \\ &= 607.000 / 113.500 \\ &= 5,3 \text{ Unit} \end{aligned}$$

$$\text{BEP (Rp)} = 5,3 \text{ Unit} \times \text{Rp.127.000} = \text{Rp.679.198}$$

SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini berupa analisis lingkungan usaha, dilakukan dengan menilai aspek pemasaran, aspek produksi, aspek keuangan dan aspek sumber daya manusia dengan hasil bahwa usaha DrClth memiliki potensi yang baik dalam bidang Industri Fashion, sedangkan analisis kelayakan usaha dilakukan dengan perhitungan analisis keuangan, analisis kelayakan usaha, analisis keberlanjutan usaha, perhitungan harga pokok penjualan dan *break event point* dengan hasil usaha DrClth layak dijalankan, adapun saran untuk DrClth adalah untuk meningkatkan modal, SDM dan memaksimalkan pemasaran melalui *social media*.

BIBLIOGRAFI

- Bayhaqi, H. (2022). Identifikasi Pasar, Segmen, dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi. *Jurnal Manajemen*, 116.
- Christian. (2018). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen terhadap Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal Ekonomi*.
- Hafiyyan. (2022, Maret 2019). *Pengusaha RI Baru 3,4 Persen, Butuh 14 Persen untuk jadi Negara Maju*. Retrieved from Bisnis.Com: www.m.bisnis.com

- Hariyansyah, N. (2021). Segmentasi Pasar dalam Komunikasi Pemasaran Islam. *Jurnal Al-Hikmah*, 2.
- Hasibuan, S. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia: pendekatan non sekuler*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Kriesdinar, M. (2016, Februari 16). *Ini alasan Kenapa kamu sebaiknya tetap 'Judge a Book by its Cover'*. Retrieved from Tribun Jogja.com: <http://www.tribunjogja.com>
- Maruta, H. (2018). Analisis Break Event Point (BEP) Sebagai Dasar Perancangan Laba bagi Manajemen. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 29.
- Maurah, N. (2022, Agustus 22). *Menilik Preferensi Fesyen Anak Muda Indonesia*. Retrieved from Goodstats : <http://www.goodstats.id>
- Miradji, M. A. (2020). Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjalani New Normal saat Pandemi Corona Desa Banjarsari Kec Cerme Kab Gresik . *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 158.
- Nisrina, D. (2020). ampak Konsumerisme Budaya Korea (K-Pop) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 78-88.
- Nurrahmadani. (2021). Pengaruh Drama Korea Terhadap Fashion Mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 162.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti* vol 5, 12.
- Puteri, C. (2021, Maret 23). *Pandemi Covid-19 Memicu Empat Perubahan Besar perilaku Perilaku Konsumen*. Retrieved from Katadata.co.id: <http://katadata.co.id>
- Setiadi, P. (2014). Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 71.
- Sloka, D. (2022, Februari 1). *Mengenai Empathy Map dalam UX Design Thinking*. Retrieved from Digital Sloka: <http://www.blog.digitalsloka.com>
- Tjok, R. (2015, Juni 26). *You are what You wear*. Retrieved from Kompasiana: <http://www.kompasiana.com>
- Wicaksono, S. (2020, Juni 11). *Pakai Baju yang samaan dengan orang lain, kok malu ya?* Retrieved from Mojok.co: www.mojok.co
- Wulansari, A. (2022, Desember 1). *Gaya Busana Milenial yang semakin beragam Model dan Cara Pemakaiannya*. Retrieved from Mijil: www.mijil.id
- Zakawali, G. (2022, Desember 7). *Tren Belanja Online di Indonesia Sepanjang Tahun 2022*. Retrieved from Sirclo store: <https://store.sirclo.com>

Copyright holder:

Annisa Rahma Dianti (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik