



Perancangan Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis pada Usaha Toko Online MFD Studio

Firza Khalisha Rinjany¹, Sinta Aryani², Nanang Suryana³

¹Mahasiswa Universitas Telkom

^{2,3}Dosen Fakultas Rekaya Industri Universitas Telkom

Abstract

Received: 8 Agustus 2022
Revised: 14 Agustus 2022
Accepted: 22 Agustus 2022

The growth of the fashion industry has become an opportunity for business actors, particularly small business owners, to develop their enterprises. MFD Studio is a women's clothing online shop. Based on the available opportunities, MFD Studio has numerous chances to expand their business. However, MFD Studio faces a lot of rivals in the fashion business, which limits its ability to compete. Based on that condition, MFD Studio's sales target is not achieved. This research aims to determine the business strategy through the business model canvas in order to increase sales. In this research, we identify MFD Studio's business model canvas existing, customer profile, and analyze the business model environment. After the data is collected, it is then processed using SWOT analysis. Based on the SWOT analysis, a business model strategy is obtained and then formulated into a proposed business model canvas. The results of this research are MFD Studio has to develop a strategy in the value proposition, customer relationship, channels, cost structure, and revenue streams.

Keywords: MFD Studio, Business model canvas, fashion industry.

(*) Corresponding Author: sintatelu@telkomuniversity.ac.id

How to Cite: Rinjany, F., Aryani, S., & Suryana, N. (2022). Business Model Design With Business Model Canvas Approach As Business Development Strategy in MFD Studio's Online Store. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 209-219. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7067539>

PENDAHULUAN

Industri *fashion* menjadi salah satu industri yang perkembangannya cukup cepat. Perkembangan ini disebabkan adanya peningkatan kebutuhan pakaian, yang tidak hanya menjadi kebutuhan primer tetapi juga menjadi kebutuhan artistik. Berdasarkan data Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Tahun 2019 dikatakan bahwa nilai ekspor produk kreatif dari 21,24 Miliar USD naik menjadi 22,07 Miliar USD, dengan sebagian besar nilai ekspor berasal dari subsektor kuliner, fesyen dan kriya. Hal ini menunjukkan bahwa industri *fashion* di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup besar bagi peningkatan ekonomi Indonesia. Peningkatan ekonomi ini tidak hanya hasil dari industri garmen besar tetapi juga termasuk hasil dari pemain-pemain kecil seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) serta toko *online* fesyen.

MFD Studio merupakan toko *online fashion* wanita di Kota Bandung, Jawa Barat. Hingga bulan Desember 2021, MFD Studio memiliki tiga produk yang ditawarkan kepada pelanggan yaitu Kemeja Dynamite Shirt, Blouse The Blooming Series dan Blouse Let's Be a Hero Series. MFD Studio masih berfokus pada penjualan berbasis *online*. Dalam menyampaikan nilai-nilai bisnis dan produk pun masih disampaikan melalui *online*. Dalam menjalankan bisnisnya, MFD Studio masih memiliki beberapa permasalahan. Adapun permasalahan yang dialami MFD Studio adalah tidak tercapainya target penjualan yang telah ditentukan. Berikut merupakan data target dan realisasi penjualan MFD Studio tahun 2021.

Tabel 1. Data Target dan Realisasi Penjualan

Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Tahun 2021			
Produk	Total		Persen Realisasi
	Target	Realisasi	
Kemeja Dynamite Shirt	266	43	16,1 %
Blouse The Blooming Series	350	6	1,7 %
Blouse Lets Be a Hero Series	174	6	3,4 %

(Sumber : Data Penelitian)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa dari setiap koleksi pada tahun 2021, target yang ditentukan tidak dapat dicapai. Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik MFD Studio, tidak tercapainya target penjualan diakibatkan oleh kurang maksimalnya strategi pemasaran yang dilakukan serta belum adanya *product market fit*.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan strategi bisnis yang dapat menyelesaikan masalah yang dialami oleh MFD Studio. Perancangan strategi bisnis yang diusulkan menggunakan model bisnis dengan pendekatan *business model canvas*. *Business model canvas* adalah metode perancangan model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana suatu organisasi dapat menghasilkan, memberikan serta menangkap nilai atau *value* bisnis (Osterwalder, 2010). Business Model Canvas mendefinisikan area-area utama bisnis yaitu konsumen, penawaran, infrastruktur dan alur keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi serta kajian literatur. Wawancara dilakukan bersama pemilik dan pelanggan MFD Studio. Proses wawancara bersama pemilik dilakukan untuk mengetahui kondisi eksisting model bisnis MFD Studio. Selanjutnya, wawancara bersama pelanggan dilakukan untuk mengetahui *customer profile* dari MFD Studio. Perolehan data *customer profile* dilakukan dengan mengidentifikasi *jobs*, *pains*, dan *gains* dari pelanggan. Lalu, observasi dan kajian literatur dilakukan untuk mengetahui kondisi lingkungan bisnis yang ada disekitar MFD Studio. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi ancaman serta peluang bagi MFD Studio. Setelah kebutuhan data diperoleh maka akan dilakukan pemetaan model bisnis eksisting, analisis SWOT serta usulan model bisnis.

Business model canvas merupakan metode yang menggambarkan model bisnis secara menyeluruh. Dalam pemetaannya *business model canvas* terdiri dari sembilan blok utama yaitu *customer segments*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *key activities*, *key partnership*, *key resources*, *cost structure* dan *revenue streams*. Sembilan blok utama ini mendefinisikan kondisi usaha baik dari dalam maupun dari lingkungan bisnis. Pemetaan model bisnis dengan *business model canvas* ini dapat menjadi evaluasi bagi organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Identifikasi *Business Model Canvas* Saat ini

Pada tahap ini dilakukan pemetaan *business model canvas* eksisting MFD Studio. Identifikasi ini dilakukan dengan observasi dan wawancara bersama pemilik MFD Studio. *Business model canvas* MFD Studio saat ini dipetakan menggunakan sembilan blok *business model canvas*. Berikut merupakan hasil analisis sembilan blok *business model canvas* MFD Studio saat ini.

1. *Customer Segments*

MFD Studio mempunyai segmen pasar pelanggan individu wanita yang terdiri dari pelajar/mahasiswi dan karyawan dengan rentang usia 17-35 tahun. Pelanggan MFD Studio membeli produk dalam kuantitas kecil dikarenakan hanya digunakan untuk penggunaan pribadi.

2. *Value propositions*

Nilai yang ditawarkan MFD Studio kepada pelanggan adalah orisinalitas desain produk karena MFD Studio melakukan desain produk secara mandiri. MFD Studio juga mengusung nilai *sustainability fashion*, dimana *sustainability fashion* ini berarti bertanggung jawab akan produk yang dihasilkan. Untuk menunjang *sustainability fashion* ini, MFD Studio menawarkan produk dengan *timeless design*, kualitas bahan yang terbaik dikelasnya serta menciptakan produk dengan *problem centered*, yang berarti MFD Studio selalu berusaha untuk menciptakan produk yang berfungsi untuk menjawab permasalahan pelanggan. MFD Studio memiliki tagline "*Beauty is no longer pain*". Berdasarkan tagline tersebut MFD Studio berkomitmen untuk menciptakan produk yang tidak hanya cantik dan mengikuti tren tetapi tetap nyaman saat digunakan.

3. *Channels*

Dalam memasarkan produk serta menyampaikan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, MFD Studio memiliki tiga media utama yaitu media sosial Instagram, *marketplace* (Shopee) dan Whatsapp Business. Media sosial Instagram digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai, *marketplace* dan Whatsapp Business digunakan untuk transaksi penjualan serta untuk komunikasi bersama pelanggan.

4. *Customer Relationship*

MFD Studio melakukan beragam strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. MFD Studio melakukan diskon rutin bulanan yang biasa disebut *payday sale*. *Payday sale* dilakukan setiap tanggal kembar dan tanggal 25. Lalu, MFD Studio juga memiliki *customer service* yang dapat digunakan pelanggan untuk mengajukan keluhan. MFD Studio juga memberikan *shipping gift* seperti cemilan dan membuat kampanye produk agar produk yang dipasarkan memiliki nilai tambah.

5. *Revenue Streams*

MFD Studio hanya memiliki satu saluran pendapatan utama yaitu hanya melalui penjualan produk secara online kepada pelanggan individu wanita.

6. *Key Resources*

Dalam proses bisnisnya, MFD Studio membutuhkan beragam sumber daya untuk dapat menjalankan bisnis. MFD Studio membutuhkan bahan baku kain dan desain produk untuk memproduksi produk. Lalu, MFD Studio memiliki kemasan produk untuk mengirimkan produk kepada pelanggan. Kemasan yang digunakan MFD Studio berupa *pouch* serta amplop untuk pengiriman. Untuk menunjang proses bisnis tersebut MFD Studio memiliki 5 karyawan yang memiliki peran desainer dan

pengamat tren, pemasaran, keuangan, dan operasional. MFD Studio juga memiliki ruang penyimpanan produk.

7. *Key Activities*

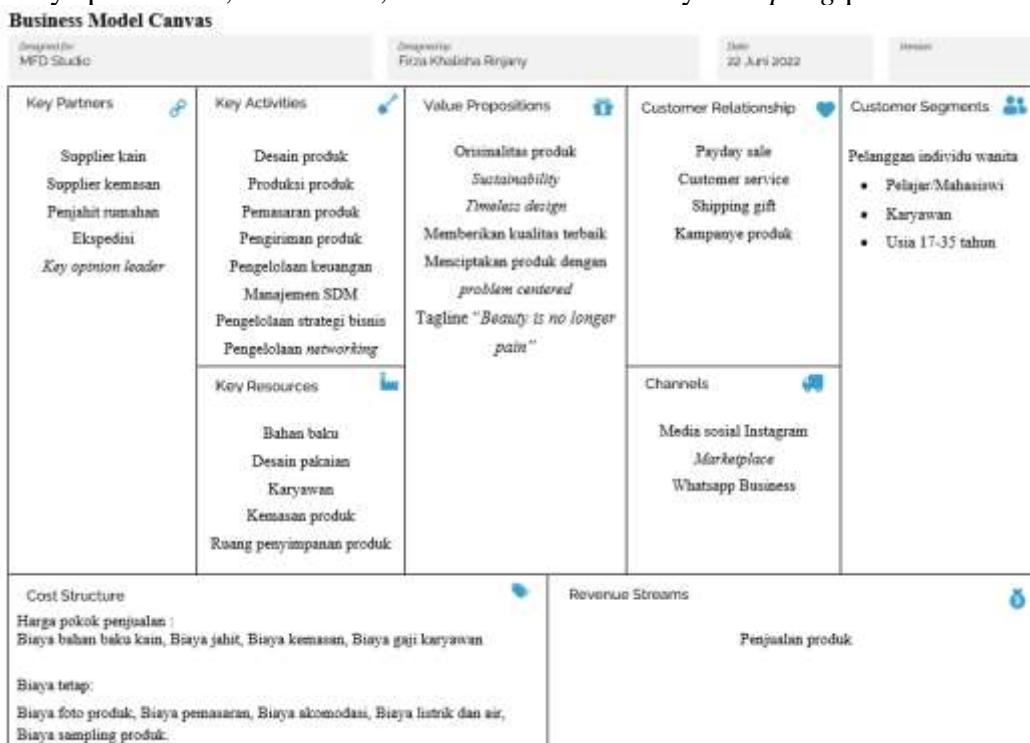
Dalam pengembangan dan proses bisnisnya, MFD Studio melakukan aktivitas-aktivitas utama. MFD Studio melakukan desain, produksi, pemasaran, penjualan dan pengiriman produk. Tahapan-tahapan ini dilakukan secara mandiri oleh tim MFD Studio dan dibantu dengan beberapa mitra usaha. Selain pada produksi, MFD Studio melakukan pengelolaan keuangan, manajemen SDM, pengelolaan strategi bisnis dan *networking*. Aktivitas-aktivitas ini dilakukan untuk pengembangan bisnis MFD Studio.

8. *Key Partnership*

MFD Studio bekerjasama dengan berbagai usaha dan individu untuk menjalankan bisnis. MFD Studio bekerjasama dengan *supplier* kain, kemasan dan penjahit rumahan untuk mempercepat proses produksi produk. Selain itu, MFD Studio bermitra dengan ekspedisi untuk melakukan proses pengiriman produk. Dalam proses pemasaran, MFD Studio bekerjasama dengan *key opinion leader* (KOL).

9. *Cost Structure*

MFD Studio memiliki dua biaya yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel termasuk pada harga pokok penjualan yaitu biaya bahan baku kain, biaya jahit, kemasan dan gaji karyawan. Lalu, untuk biaya tetap termasuk pada biaya foto produk, biaya pemasaran, akomodasi, listrik dan air serta biaya *sampling* produk.



Gambar 1. *Business Model Canvas* Eksisting

Identifikasi *Customer Profile*

Customer Profile kebutuhan, keinginan, dan kesulitan yang dialami oleh pelanggan. Data *customer profile* ini diperoleh dengan wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi bersama 15 konsumen MFD Studio.

1. *Customer Jobs*

Berdasarkan hasil wawancara bersama pelanggan, *jobs* yang ingin diselesaikan oleh pelanggan adalah ingin tampil dengan *classic style*, mencari produk yang multifungsi, menginginkan model yang tidak monoton, mengikuti tren fesyen dan mencari produk dengan material yang nyaman.

2. *Customer Pains*

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa dalam menyelesaikan *jobs* kesulitan dan kegalauan yang dialami pelanggan adalah kurangnya informasi detail produk, pilihan warna dan ukuran yang kurang variatif, dan model yang kurang beragam.

3. *Customer Gains*

Berdasarkan hasil wawancara adapun keuntungan yang ingin diperoleh oleh pelanggan adalah memperoleh produk yang sesuai dengan klaim penjual, menginginkan bahan yang nyaman, mendapatkan harga yang sesuai dengan kualitas, mendapatkan produk dengan jahitan yang rapi, produk yang wangi, memperoleh produk dengan ukuran *all size*, produk yang multifungsi, *packaging* yang dapat digunakan kembali dan respon penjual yang cepat.

Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat kondisi eksternal yang ada disekitar bisnis. Lingkungan bisnis didefinisikan menjadi empat bagian utama yaitu *market forces*, *macro-economic forces*, *industry forces* dan *key trends*.

1. *Market forces*

Perkembangan industri *fashion* yang begitu pesat menjadi peluang bagi para pengusaha *fashion*. selain itu, saat ini *brand lokal* Indonesia mengalami kenaikan popularitas sehingga mendukung perkembangan usaha-usaha fesyen lokal. Permintaan akan produk fesyen pun terus meningkat. Produk busana dan aksesoris merupakan produk dengan pencarian paling banyak di *e-commerce*.

2. *Macro-economic forces*

Semenjak krisis ekonomi akibat pandemi COVID-19 pada awal tahun 2020, saat ini permintaan global akan pakaian dan sepatu kembali naik. Selain itu, industri bisnis ritel sedang mencapai kepopuleritasannya, dimana hingga april 2022 investor ritel pasar modal tembus hingga 8.62 juta (CNN Indonesia,2022). Namun, terdapat beberapa kondisi yang dapat menjadi ancaman bagi MFD Studio, dimana terdapat kenaikan bahan baku kain akibat dampak dari adanya perang antara Rusia-Ukraina.

3. *Industry forces*

Dalam hal ini, MFD Studio memiliki beragam kompetitor yang menawarkan produk sejenis maupun produk pengganti. Selain itu, para pesaing mengisi peluang kekurangan MFD Studio seperti pilihan warna dan ukuran yang lebih banyak. Kedua adanya ancaman produk pengganti seperti banyaknya *brand-brand* lokal lainnya yang menawarkan produk dengan model yang jauh berbeda dari apa yang ditawarkan oleh MFD Studio.

4. *Key trends*

Key trends menggambarkan tren yang berpengaruh pada lingkungan bisnis. Dalam hal ini, tren yang memberikan pengaruh pada perkembangan bisnis adalah adanya perkembangan teknologi informasi terlebih pada transaksi berbelanja secara *online*. Hal ini memberika peluang peningkatan bagi pelaku usaha *online*.

Analisis SWOT dan Strategi

Analisis SWOT dan strategi dilakukan untuk menentukan strategi bisnis yang tepat berdasarkan hasil dari analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi usaha. Analisis SWOT ini diidentifikasi dengann melihat pada *customer profile*, *business model eksisting* dan analisis lingkungan bisnis. Berikut merupakan hasil analisis SWOT dan strategi bisnis usulan.

1. Bidang *value propositions*

Setelah proses analisis dilakukan, dirumuskan strategi usulan pada bidang *value propositions* adalah menciptakan produk dengan model yang simpel, casual dan *timeless*. Lalu, menambah variasi ukuran dan warna, menciptakan model pakaian yang inovatif dan kreatif, membuat produk berdasarkan permasalahan pelanggan, memberikan informasi detail produk.

2. Bidang *cost/revenue*

Strategi yang dapat diusulkan untuk meminimasi biaya dan meningkat pendapatan adalah dengan melakukan penjualan produk secara *offline* seperti mengikuti bazar dan pameran. Lalu, menggunakan *supplier* tangan pertama untuk bahan baku kain, menambah saluran pendapatan dengan membukan penjualan *business to business*.

3. Bidang *infrastructure*

Bidang ini menjelaskan kunci-kunci yang dapat mempermudah proses bisnis. Berdasarkan hasil analisis, strategi usulan yang dapat menunjang *infrastructure* MFD Studio adalah melakukan kolaborasi produk bersama *key opinion leader*, membangun kerjasama jangka panjang bersama *supplier* bahan baku kain, penambahan SDM pada produksi dan pemasaran, mencari pemasok bahan baku yang dekat dengan tempat produksi dan menjaga hubungan baik dengan *stakeholders* (mitra).

4. Bidang *customer interface*

Strategi usulan yang diusulkan untuk meningkatkan hubungan antar pelanggan adalah dengan melakukan penambahan saluran *marketplace* (Tokopedia), memaksimalkan fitur-fitur promo *marketplace*, menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok untuk meningkatkan *brand awareness*, membuat program *product tester* bagi pelanggan tetap, memperluas peluang pasar dengan penawaran *business to business*.

Value Propositions Canvas

Value propositions canvas menggambarkan bagaimana kesesuaian antara produk atau jasa yang ditawarkan dengan kebutuhan atau keinginan pasar. *Value proposition canvas* diidentifikasi menggunakan *value map* dengan tiga poin utama yaitu *pain relievers*, *gains creatos* dan *products*.

1. *Pain relievers*

Pain relievers menjelaskan bagaimana produk yang ditawarkan dapat mengurangi kesulitan pelanggan dalam menyelesaikan *jobs*. Usulan yang ditawarkan adalah menambah variasi ukuran, penambahan detail informasi produk, memperbanyak pilihan ukuran dan menciptakan model produk yang inovatif.

2. *Gain creators*

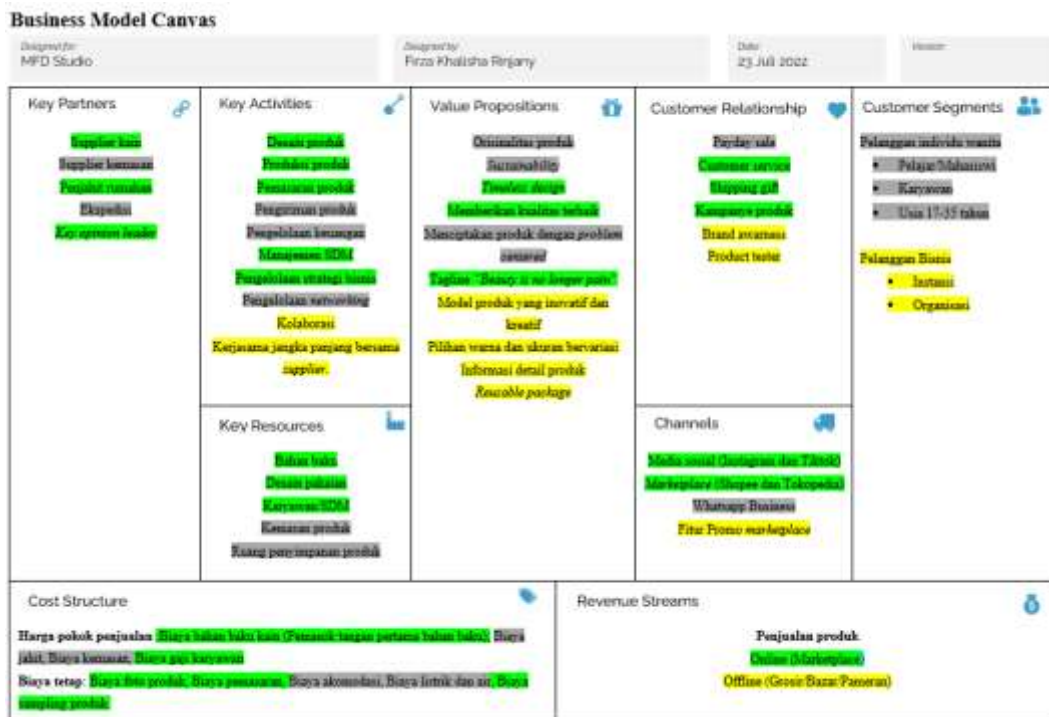
Gain creators merupakan gambaran bagaimana produk dapat meningkatkan keuntungan pelanggan. Strategi usulan yang diusulkan seperti menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan solutif, produk dengan ukuran *all size*, meningkatkan kualitas produk, kemasan ramah lingkungan dan produk yang inovatif.

3. *Products and services*

Usulan produk yang dirancang disusun berdasarkan *pain relievers* dan *gain creators* yang telah ditentukan sebelumnya. Usulan yang ditawarkan adalah produk memiliki variasi warna dan ukuran yang lebih banyak, informasi produk yang lebih lengkap, *reusable packaging*, kualitas produk yang terbaik, dan layanan pelanggan yang responsif.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, perumusan strategi dan hasil dari perancangan *value propositions canvas* maka dapat dilakukan analisis usulan *business model canvas* MFD Studio. Berikut merupakan *business model canvas* usulan MFD Studio.



Gambar 2. *Business Model Canvas* Usulan

Keterangan : Tetap, Ditingkatkan/Pengurangan biaya, Diciptakan

1. *Customer segments*

Saat ini, MFD Studio hanya memiliki pelanggan individu wanita. Namun, berdasarkan hasil analisis SWOT dan strategi usulan, MFD Studio dapat memperluas segmen pelanggan dengan memasuki segmen *business to business*. Dimana MFD Studio dapat menjadi penyedia pakaian bagi instansi ataupun organisasi yang membutuhkan pakaian seragam.

2. *Customer relationships*

MFD Studio memiliki beragam strategi yang sudah cukup baik dalam mengelola hubungan dengan pelanggan. Terdapat beberapa strategi yang harus ditingkatkan performanya seperti *customer service*, *shipping gift* dan memberikan kampanye produk yang kreatif. Selain itu, MFD Studio dapat meningkatkan *customer relationship* dengan menciptakan strategi untuk meningkatkan *brand awareness* dan membuat *product tester* bagi pelanggan tetap.

3. *Value propositions*

Pada *value propositions* yang telah ditawarkan oleh MFD Studio, terdapat beberapa nilai yang perlu ditingkatkan seperti *timeless design*, kualitas terbaik yang harus ditingkatkan, serta penyebaran informasi *tagline* “*beauty is no longer pain*”. Lalu, untuk meningkatkan performa bisnis, MFD Studio dapat menciptakan *value proposition* model produk yang inovatif dan kreatif, pilihan warna dan ukuran bervariasi, informasi produk yang lengkap, serta menggunakan *reusable package*.

4. *Channels*

MFD Studio dapat menambah saluran penjualan *marketplace*, tidak hanya di Shopee tetapi di Tokopedia. Selain itu, MFD Studio dapat meningkatkan *brand awareness* dengan memaksimalkan media sosial Instagram dan membuka saluran Tiktok, mengingat saat ini Tiktok sedang populer dikalangan anak muda. MFD Studio harus memaksimalkan fitur-fitur promo yang telah ada di *marketplace.w*

5. *Revenue streams*

MFD Studio dapat meningkatkan penjualan secara *online* dengan menambah saluran *online* yaitu Tokopedia. Lalu, MFD Studio berpeluang untuk dapat mengikuti bazar atau pameran *fashion* yang dapat menjadi saluran pendapatan.

6. *Key resources*

MFD Studio memiliki sumber daya-sumber daya utama dalam mengembangkan bisnis yang harus ditingkatkan. Adapun sumber daya yang harus ditingkatkan adalah bahan baku, desain produk, dan melakukan penambahan karyawan/SDM pada bidang yang krusial yaitu produksi dan pemasaran.

7. *Key activities*

Dalam *business model canvas* usulan, diusulkan strategi kolaborasi produk bersama *key opinion leader (influencer)* serta melakukan kerjasama jangka panjang bersama *supplier*. Selain itu, MFD Studio dapat meningkatkan aktivitas pada desain produk, produksi produk dan pemasaran produk. Hal ini penting dilakukan untuk meningkatkan *value* produk. Lalu, MFD Studio perlu melakukan peningkatan

manajemen SDM dan meningkatkan pengelolaan strategi bisnis untuk meningkatkan peluang perkembangan bisnis.

8. *Key partnerships*

MFD Studio meningkatkan kerjasama bersama *supplier* kain dengan mencari *supplier* kain tangan pertama seperti pabrik kain. Selanjutnya, melakukan peningkatan jumlah mitra penjahit rumahan agar proses produksi dapat berjalan lebih cepat. Serta meningkatkan kerjasama bersama *key opinion leader* agar dapat menjangkau lebih banyak *audience*.

9. *Cost structure*

Dengan adanya penambahan-penambahan strategi pada berbagai aktivitas tentunya memberikan dampak pada biaya secara keseluruhan. Dengan adanya kerjasama bersama pemasok tangan pertama maka biaya produksi dapat ditekan karena bahan baku kain akan lebih murah. Penambahan karyawan pada bidang produksi dan karyawan akan menambah biaya gaji karyawan. Serta perlu dilakukannya penambahan biaya atau *budgeting* pada biaya foto produk, biaya pemasaran dan biaya *sampling* produk untuk menunggang *key activities* dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kualitas produk yang akan berakibat pada peningkatan *value* dan *sales* produk.

KESIMPULAN

MFD Studio merupakan salah satu toko online *fashion* wanita yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat. MFD Studio memiliki target konsumen pelanggan individu wanita serta memiliki *value proposition* produk yang orisinal dengan *timeless design* dan *sustainability value*. MFD Studio membangun hubungan dengan pelanggan menggunakan strategi *payday sale*, *customer service*, *shipping gift* dan kampanye produk. Hal ini disampaikan menggunakan bermacam saluran yaitu media sosial Instagram, *marketplace* dan Whatsapp Business. Untuk memproduksi produknya MFD Studio melakukan : desain produk, produksi produk, pemasaran, dan pengiriman produk serta melakukan pengelolaan keuangan, manajemen SDM, pengelolaan strategi bisnis dan pengelolaan *networking* untuk mengembangkan bisnis. Dalam rangka mendukung aktivitas-aktivitas tersebut, MFD Studio melakukan kerjasama bersama beragam kemitraan diantaranya *supplier* kain, *supplier* kemasan, penjahit rumahan, ekspedisi dan *key opinion leader*. Dari keseluruhan proses tersebut dibutuhkan biaya tetap dan biaya variabel serta MFD Studio memiliki pendapatan dari hasil penjualan produk.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan perlu adanya peningkatan dan penambahan strategi bagi MFD Studio. Diantaranya adalah menambah pelanggan bisnis seperti instansi dan organisasi, memperbanyak variasi ukuran dan warna, memberikan informasi detail terkait produk. Selain itu, MFD Studio dapat meningkatkan *brand awareness* dengan memaksimalkan media sosial Instagram dan TikTok. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, MFD Studio dapat melakukan program *product tester* kepada pelanggan tetap. MFD Studio juga dapat meminimasi biaya dengan melakukan kerjasama bersama pemasok tangan pertama bahan baku. Serta dapat meningkatkan

pendapatan dengan melakukan penjualan secara offline seperti mengikut bazar dan pameran. Strategi pemasaran juga dapat ditingkatkan dengan melakukan kolaborasi produk bersama *influencer*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, B., Wilopo, & Nuralam, I. P. (2017). Impelemntasi Value Proposition dalam Penetapan Strategi Pemasaran (Studi Kasus pada Produk TabunganKu di Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vo.53 No.1, 24-29.
- Alex Osterwalder, Y. P. (n.d.). *Value Proposition Design*. Strategyzer.
- Antara News. (2021). *Pandemi COVID-19 ciptakan tren baru di industri fesyen*. Jakarta.
- Badan Standardisasi Nasional. (2019). *SKEMA PENILAIAN KESESUAIAN TERHADAP STANDAR NASIONAL INDONESIA SEKTOR INDUSTRI TEKSTIL DAN PAKAIAN*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional Republik Indonesia.
- Chatamy, M. (2022). *INDUSTRI TEKSTIL TERTEKAN KENAIKAN HARGA BAHAN BAKU DAN PRODUK IMPOR*. Jakarta: IDX Channel.
- CNN Indonesia. (2022). *Investor Ritel Pasar Modal Tembus 8,62 Juta per April 2022*. Jakarta: Trans Media.
- J.Bland, D., & Osterwader, A. (2014). *Testing Business Ideas*. 31-39: Wiley.
- Johansson, H. (2017). Finding The Product Market Fit. *Business Administration-Marketing*, 14-18.
- Kamarudin. (2020). *Poppy Dharsono Paparkan Kerugian Indonesia Akibat Tak Punya Standar Ukuran Pakaian*. Jakarta: Liputan6.
- Katadata Insight Center . (2020). *Produk Busana Paling Diburu Konsumen E-Commerce*. Jakarta: Katadata.
- Kompas. (2021, 11 21). *Jabar Jadi Provinsi dengan Transaksi E-commerce Terbesar di Indonesia*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/11/24/161719626/jabar-jadi-provinsi-dengan-transaksi-e-commerce-terbesar-di-indonesia?page=all>
- KOMPAS.com. (2021). *Eksis di Luar Negeri, Ini Brand Fashion Lokal yang Tembus Pasar Dunia*. Jakarta: PT.Kompas Cyber Media.
- KOMPAS.com. (2022). *Ini Tren Fashion di 2022 yang Dipengaruhi oleh Perkembangan Teknologi*. Jakarta: PT. Kompas Cyber Media.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Harlow, England: Pearson.
- Krismawan, D. A. (2021). FAST FASHION DALAM KONTEKS HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 284-286.
- L.Mothersbaugh, D., I.Hawkins, D., & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Maurya, A. (2012). *Running Lean*. United States: O'Reilly Media,Inc.
- Ngantung, D. (2022). *5 Tren Fashion 2022 yang Diprediksi Bakal Hits*. Jakarta: PT.Trans Corporation (Detik.com).

- P.Smith. (2022). *Global apparel market - statistics & facts*. United States: Statista.
- Payne, A. (2005). *Handbook Of CRM : Achieving Excellence in Customer Management*. United Kingdom: Elsevier's Science and Technology Rights
- Pigneur, A. O. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley&Sons,Inc.
- Populix. (2022). *Looking at Fashion Trends & Economy Revival*. Jakarta: PT.Populix Informasi.
- Siregar, E. (2019). *Buat yang Jualan Toko Online Kini Wajib Ada Izin Usaha*. Jakarta: CNBC Indonesia.
- Thomas, L. (2021). *Cotton prices just hit a 10-year high. Here's what that means for retailers and consumers*. London: CNBC.