

Strategi Pemasaran Bisnis Kemeja Big size COMFY.ID

Diajukan untuk memenuhi sebagai pesyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi islam dari program studi ekonomi islam



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daffaa Hartono', is written to the right of the logo.

acc
munaqasah 2022

Oleh :
Mochammad Daffaa Hartono
18423109

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mochammad Daffaa Hartono
NIM : 18423109
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul tugas akhir : **Strategi Bisnis Kemeja *Bigsized* COMFY.ID**
Bidang Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir kewirausahaan ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 16 Desember 2022



Mochammad Daffaa Hartono



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. fia.uii.ac.id

PENGESAHAN

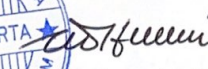
Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 11 Januari 2023
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Bisnis Kemeja Big Size COMFY.ID
Disusun oleh : MOCHAMAD DAFFAA HARTONO
Nomor Mahasiswa : 18423109

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua	: Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.	(.....)
Penguji I	: Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA	(.....)
Penguji II	: Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.	(.....)
Pembimbing	: Muhammad Iqbal, SEI, MSI	(.....)

Yogyakarta, 18 Januari 2023
Dekan,

Drs. Asmuni, MA



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan pemilik alam semesta yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam atas Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk kebaikan yang Beliau berikan kepada penulis dan penulis harapkan syafaatnya di hari pertanggungjawaban nanti. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya kepada:

Ibunda penulis, Sri Surahmi, S.E. dan Ayahanda penulis, Susila Hartana, S.E. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir untuk penulis, atas seluruh cinta dan kasih sayang yang utuh, atas semua motivasi yang penuh, atas segala dukungan dan restu yang selalu tuncurahkan, atas segala kebahagiaan yang tak pernah lelah diberikan serta atas pengorbanan dan jerih payah yang tiada habisnya.

Terimakasih banyak penulis ucapkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Muhammad Iqbal, SEI.,MSI yang sudah membantu dan memberikan usulan terhadap penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir sidang saat ini. Semoga penulis bisa mengamalkan ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen dan nantinya menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua.

Terimakasih kepada sahabat - sahabat penulis, tim *support* dan teman kelompok yaitu Mutiara Najla Khairunnisa, Raihan Muhammad Nabil, Vicky Asyafiqoh Ulya, Yassir Muhammad Irfan yang selama ini telah berjuang bersama sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir Kewirausahaan ini. Terimakasih untuk diri penulis sendiri yang telah berjuang sejauh ini dan berusaha melakukan yang terbaik demi orang - orang yang penulis sayangi dan menyayangi penulis.

LEMBAR MOTTO

Ambil resiko dan teruslah menguji karena apa yang berhasil hari ini tidak akan berhasil besok, tetapi apa yang berhasil kemarin mungkin akan berhasil lagi
-Amrita Sahasrabudhe -



NOTA DINAS

Yogyakarta, 16 Desember 2022

22 Jumadil Awal 1444 H

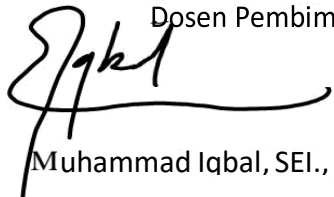
Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
D.I Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1069/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2022 tanggal 07 September 2022 M, 11 Safar 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Mochammad Daffaa Hartono
Nomor Induk Mahasiswa : 18423109
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Kemeja *Big size* COMFY.ID
Bidang Pemasaran

Setelah kami teliti adakah perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 1 (satu) eksemplar Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dimaksud.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing

Muhammad Iqbal, SEI., MSI

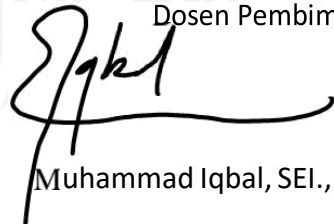
REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mochammad Daffaa Hartono
NIM : 18423109
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Kemeja Big Size COMFY.ID Bidang Pemasaran

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Kewirausahaan pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing



Muhammad Iqbal, SEI., MSI

ABSTRAK

Pakaian memiliki arti sebagai bahan tekstil berserat yang memiliki manfaat untuk menutupi tubuh kita. Tidak hanya untuk menutupi tubuh sebagai pelindung. Kebutuhan manusia untuk berpakaian akan terus berjalan seiring waktu, selain kebutuhan untuk pemenuhan makanan dan juga tempat tinggal, pakaian juga memiliki peran sebagai kebutuhan pokok manusia sebagai individu. penulis juga melakukan pengamatan dari situs belanja *online* Shopee, bahwa penulis hanya menemukan 9 (sembilan) halaman dari hasil pencarian untuk kemeja *big size*, sedangkan untuk kategori kemeja, ditemukan sebanyak 50 halaman katalog produk. Hal ini menjadi peluang utama dalam menciptakan produk kemeja *big size*, terutama bagi kalangan masyarakat dewasa bagi pria dan wanita yang ingin tetap tampil *stylish* yang tetap disertai dengan kenyamanan. Pada tugas akhir kewirausahaan kali ini, penulis dan kelompok melakukan bisnis yang berjudul strategi pemasaran bisnis kemeja *big size* COMFY.ID. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Pada laporan ini penulis melaporkan aspek pemasaran dari bisnis kemeja *big size* COMFY.ID, yaitu melakukan survei pasar, pengenalan merek dan produk, dan pembuatan ide konten pemasaran. Ada pun dalam pelaksanaannya terdapat tiga kendala yaitu kurangnya survei pasar yang dilakukan, pengenalan merek usaha via sosial media, dan pembuatan ide konten pemasaran.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Kemeja *big size*, Pemasaran

ABSTRACT

Clothing has a meaning as a fibrous textile material that has the benefit of covering our bodies. Not only to cover the body as a protector. The human need for clothing will continue over time, apart from the need for food and shelter, clothing also plays a role as a basic human need as an individual. The writer also made observations from the online shopping site Shopee, that the writer only found 9 (nine) pages of search results for big size shirts, while for the shirt category, found as many as 50 pages of product catalogs. This is a major opportunity in creating bigsize shirt products, especially for the adult community for men and women who want to look stylish while still being comfortable. In this final entrepreneurial assignment, the author and the group conducted a business entitled the COMFY.ID big size shirt business marketing strategy. Marketing is an overall system of business activities aimed at planning, determining prices, promoting and distributing goods and services that satisfy needs to existing and potential buyers. In this report the authors report on the marketing aspects of the COMFY.ID big size shirt business, namely conducting market surveys, brand and product recognition, and creating marketing content ideas. There were also three obstacles in its implementation, namely the lack of market surveys conducted, business brand recognition via social media, and creating marketing content ideas.

Keywords : *Entrepreneurship, big size shirt, marketing*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet

س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
و...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4 Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ِىَ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ِىَ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ِىَ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-attfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
 Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
 jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan penuh kelancaran. Sholawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Baginda Rasulullah SAW yang telah menjadi teladan penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan, termasuk melakukan dan menulis Tugas Akhir Kewirausahaan dengan judul “Strategi Pemasaran Bisnis Kemaja *Big Size COMFY.ID*”

Penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ayahanda Susila Hartana dan Ibunda Sri Surahmi atas segala doa, semangat, dukungan, kasih, dan sayang yang tidak terhingga sehingga menjadi sumber semangat utama penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini. Terima kasih kepada saudara kandung penulis Annisa Diffa Hartono dan Aidil Haikal Hartono yang telah memberi semangat pada proses pengerjaan Tugas Akhir ini .

Penghargaan dan terima kasih juga penulis berikan kepada:

1. Bapak Prof Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor - rektor sebelumnya.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Muhammad Iqbal, SEI.,MSI selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Kewirausahaan yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.
7. Kedua Orang Tua, serta Adik - adik yang selalu memberikan penulis semangat, doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas Kewirausahaan penulis.
8. Teman - teman penulis, Cikal, Farhan, Pintaka, Aan, Fachry, Harnum, Rijal, Rifqi, Achmad, Toha, Khalsa, Annan dan semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat kepada penulis dan informasi penting terkait syarat tugas akhir kewirausahaan.
9. Teman kelompok Najla, Vicky, Raihan, dan Yassir yang telah bekerjasama menyelesaikan Tugas Akhir Kewirausahaan ini dengan tepat waktu. Mereka juga membantu penulis memberikan informasi terkait program kerja yang sedang penulis jalani.
10. Seluruh mahasiswa program studi ekonomi islam Angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal - hal yang kurang berkenan di hati, itu semata - mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Laporan Tugas Akhir Kewirausahaan dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 16 Desember 2022



Mochammad Daffaa Hartono

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR MOTTO.....	v
NOTA DINAS.....	vi
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Capaian Target.....	6
C. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS.....	10
A. Profil Bisnis.....	10
B. Pelaksanaan Bisnis.....	12
a. Melakukan survei pasar.....	12
b. Melakukan pengenalan brand usaha via sosial media.....	14
c. Pembuatan konten pemasaran.....	16
BAB III.....	24
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH.....	24
A. Identifikasi Masalah.....	24
1. Kurangnya Suvei Pasar Yang Dilakukan.....	24
2. Pengenalan Merek Usaha Via Sosial Media.....	25
3. Pembuatan Ide Konten Pemasaran.....	25
B. Tinjauan Teoritis Tentang Pemasaran.....	26
1. Pengertian Pemasaran.....	26
2. Pengertian Strategi Pemasaran.....	26
3. Survei Pemasaran.....	26
4. Pemasaran Digital.....	27
5. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran.....	27
C. Pemecahan Masalah Pemasaran.....	28
BAB IV.....	29
KESIMPULAN DAN SARAN.....	29

A. Kesimpulan.....	29
B. Saran	30
<i>Daftar Pustaka</i>	31
<i>LAMPIRAN</i>	33
<i>Bukti Laporan Kegiatan</i>	46
<i>RIWAYAT HIDUP</i>	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1 1. Indikator Capaian Target 7

Tabel 2. 1. Tabel Plan Pemasaran 23



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Logo Comfy.id	11
Gambar 2. 2. Bukti Instagram Kompetitor.....	14
Gambar 2. 3. Bukti Pengenalan Brand Pada Feeds Instagram.....	15
Gambar 2. 4. Bukti Story Instagram	17
Gambar 2. 5. Bukti Konten Feeds Instagram.....	18
Gambar 2. 6. Bukti Konten Reels Instagram	19
Gambar 2. 7. Bukti Foto Produk Shopee	20
Gambar 2. 8. Bukti Testimoni Konsumen Shopee.....	20
Gambar 2. 9. Bukti Jangkauan Pada Profil Instagram	21
Gambar 2. 10. Bukti Interaksi Pada Profil Instagram	22
Gambar 2. 11. Bukti Interaksi Pada shopee	22



BAB I

PENDAHULUAN

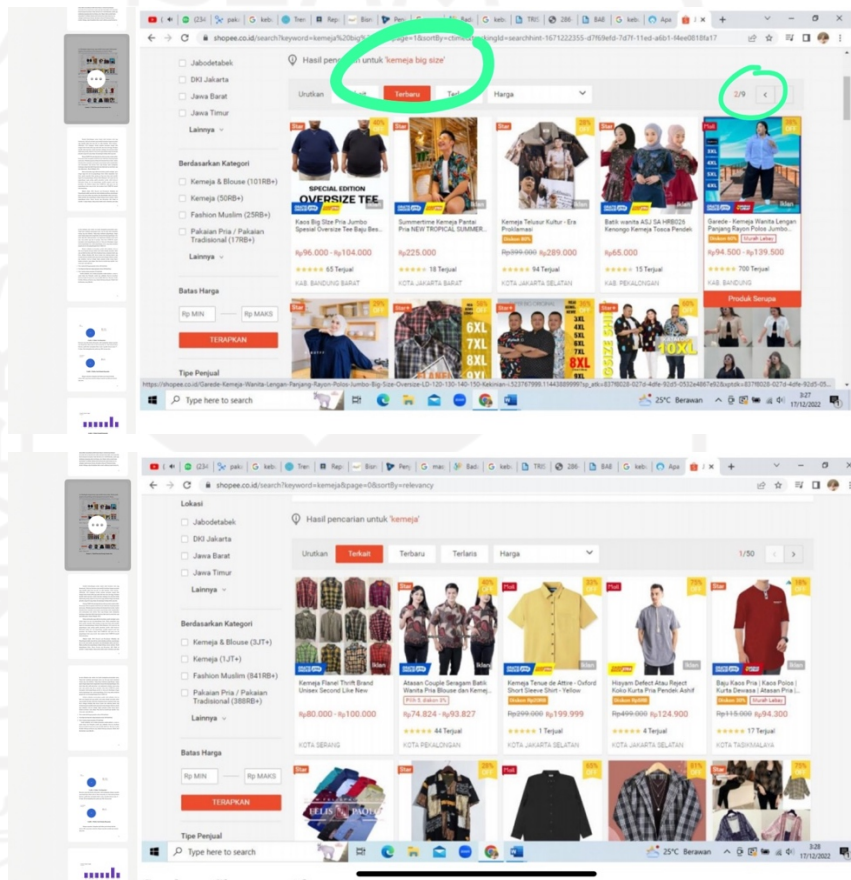
A. Latar Belakang

Pakaian memiliki arti sebagai bahan tekstil berserat yang memiliki manfaat untuk menutupi tubuh kita. Tidak hanya untuk menutupi tubuh sebagai pelindung. Kian hari pakaian pun juga memiliki peran sebagai penentu status, jabatan, ataupun kedudukan seseorang. Kategori pakaian meliputi kemeja, jaket, kaos, dan lain sebagainya.

Kebutuhan manusia untuk berpakaian akan terus berjalan seiring waktu, selain kebutuhan untuk pemenuhan makanan dan juga tempat tinggal, pakaian juga memiliki peran sebagai kebutuhan pokok manusia sebagai individu. Setiap individu memiliki kebebasan untuk berpakaian sesuai dengan apa yang ingin mereka gunakan terutama bagi masyarakat yang memiliki tubuh gemuk atau besar. Dewasa ini, masyarakat yang mempunyai tubuh besar memiliki kesulitan untuk memperoleh pakaian di pusat perbelanjaan baik secara *online* maupun *offline*.

Menurut Riset Kesehatan Dasar (RisKesDas) pada tahun 2018, mengatakan bahwa prevalensi obesitas di Indonesia khusus kalangan dewasa mengalami peningkatan hampir 2 (dua) kali lipat yang semula 19,1 persen pada tahun 2007 menjadi 35,4 persen pada tahun 2018. Hal ini membuat tingkat obesitas telah disebut sebagai epidemi global. (Sulistiawati, 2022) Hal ini menjadi peluang utama dalam menciptakan produk kemeja *big size*, terutama bagi kalangan masyarakat dewasa bagi pria dan wanita yang ingin tetap tampil *stylish* yang tetap disertai dengan kenyamanan. Selain dari hasil survei oleh RisKesDas, penulis juga melakukan pengamatan dari situs belanja *online* Shopee, bahwa penulis hanya menemukan 9 (sembilan) halaman dari hasil pencarian untuk kemeja *big size*, sedangkan untuk kategori kemeja, ditemukan sebanyak 50 halaman katalog produk. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa masih sedikitnya penjual kemeja *big size* dibandingkan dengan kemeja yang memiliki ukuran

standar. Sedikitnya penjual kemeja *big size* di shopee, menjadi alasan dari penulis untuk menjual produk pada platform tersebut. Penjualan kemeja *big size* nantinya hanya melalui platform shopee saja. Sehingga bisnis yang dijalankan COMFY.ID dapat menyesuaikan pasar di platform shopee. Berikut penulis lampirkan data pendukung dari hasil pengamatan dari platform Shopee.



Semakin berkembangnya zaman, banyak sekali fenomena sosial yang bermunculan. Salah satu fenomena yang memiliki keterkaitan dengan masyarakat yang memiliki tubuh besar atau *plus size* ialah fenomena “*Body Positivity*”. (Milatishofa, 2021) Kampanye tersebut membuat masyarakat menjadi lebih mengerti bahwa bentuk tubuh yang cantik tidak harus kurus dan tinggi. Meskipun memiliki tubuh yang besar, mereka tetap harus menghargai serta mencintai bentuk tubuh masing-masing. Selain ini, *body*

positivity juga diartikan sebagai suatu bentuk pola pikir yang positif yang terlepas dari pandangan terhadap tubuh yang ideal.

Peluang COMFY.ID untuk dapat diterima oleh masyarakat semakin terlihat. Perencanaan untuk menciptakan sebuah bisnis pun, tidak hanya bergantung kepada potensi pasar. Melainkan juga harus ditinjau dari kelayakan bisnis tersebut. Analisis kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi serta merencanakan suatu aktivitas bisnis yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, dengan hasil akhir berupa layak atau tidak layaknya suatu bisnis yang akan dilaksanakan. (Slamet Mudjijah, 2021)

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Sehingga pada dasarnya pemasaran bukan hanya sekedar fungsi bisnis namun menyangkut hal mengenai menghadapi pelanggan, memahami dan menciptakan komunikasi serta memberikan nilai serta kepuasan kepada pelanggan. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi pemasaran digital untuk melengkapi strategi pemasaran konvensional yang telah ada.

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

Berbelanja secara online telah menjadi salah satu gaya hidup dan kebiasaan masyarakat modern, seperti data dari global e-retail yang mencatat pertumbuhan pemasaran di dunia yang mencapai 2.3 triliun U.S.

dolar pada tahun 2017 dengan jumlah pertumbuhan terbesar ada di kawasan asia pasifik yang umumnya ada pada negara - negara seperti indonesia dan india, diikuti oleh Mexico dan China pertumbuhan ini diperkirakan 2018 - 2021 dapat terjadi kenaikan yang signifikan yaitu rata-rata kenaikan antara 1%-3% setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Global web index kuartal ke 2 yang dikutip oleh digital market asia, pada rentan umur 16-64 tahun yang melakukan transaksi online melalui perangkat elektronik dengan jumlah sampel responden pengguna internet sebanyak 72.529 di kawasan asia. Indonesia sendiri berada pada peringkat ke 5 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar penjualan secara online di Indonesia sendiri memiliki prospek yang cukup baik.

Marketing komunikasi pemasaran juga membantu pelaku bisnis untuk memberikan pengetahuan kepada calon konsumen seperti apa produk yang akan dipilih, bagaimana cara mendapatkan, manfaat apa yang akan didapatkan, dan semua informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan. Saat ini media sosial banyak digunakan sebagai media penggerak perekonomian bagi para pengusaha. Menjadi aplikasi yang diminati banyak orang, selain hanya untuk kebutuhan pribadi, instagram juga dijadikan peluang bisnis bagi para penggunanya. Sekarang ini, terdapat banyak pengguna akun instagram yang memanfaatkan aplikasi instagram untuk memasarkan dan menjual produk/jasa, melalui share foto-foto produk pemasar. Dalam studi yang dilakukan oleh simply measured, terungkap bahwa 54 persen perusahaan dengan brand ternama dunia kini menggunakan instagram.

Pada tugas akhir kewirausahaan ini penulis memiliki pengalaman dalam bidang pemasaran pada beberapa bisnis yang sudah dijalankan dari hal tersebut penulis di amanahkan untuk mengelola bidang pemasaran pada bisnis kemeja *big size* COMFY, ID. Pada bisnis ini penulis menggunakan strategi pemasaran melalui online dikarenakan peluangnya besar dan luas. Serta pada pelaksanaanya penulis juga memiliki target pemasaran seperti

membuat postingan story instagram seminggu 2-3 kali, membuat feed instagram seminggu 2 kali dan penjualan 6 pcs perbulan.

Sebelum melakukan kewirausahaan, penulis telah melakukan observasi baik secara langsung dan juga melalui sosial media yang memiliki keresahan untuk bebas berpakaian karna mempunyai tubuh yang besar, sehingga terkadang tidak merasa nyaman dan cenderung pakaian yang tersedia di pasaran memiliki model yang monoton dan tertinggal. Selain itu, penulis juga melakukan observasi terhadap tingkat penjualan produk kemeja *bigsize* melalui *marketplace* yaitu, Shopee. Pada observasi tersebut kami memilih 3 toko secara acak, yang terdiri dari :

1. Toko sumberizki8 dengan penjualan sebesar 506 buah/bulan
2. Toko Bigissimo.bigissimo dengan penjualan sebesar 660 buah/bulan
3. Venttshop dengan penjualan 279 buah/bulan

Setelah melakukan observasi dan juga riset tersebut, penulis memiliki ide untuk membuat suatu inovasi kemeja yang nyaman dan tentunya tetap *stylish* untuk kalangan dewasa baik pria dan juga wanita yang memiliki tubuh besar. Berdasarkan hal tersebut, penulis kemudian menciptakan 3 variasi kemeja *big size*, tersedia dalam 3 ukuran yang terdiri dari (dalam satuan centimeter)

1. Large (L) : 57 cm X 75 cm
2. XL (Extra Large) : 62 cm X 78 cm
3. XXL (Extra Extra Large) : 65 cm X 82 cm

Selain dengan standarisasi ukuran besar. Selain dengan menciptakan produk yang nyaman, pemasaran produk juga akan dilakukan secara online seperti di facebook, situs web dan juga Instagram. Sedangkan untuk penjualan, penulis memilih untuk melakukan penjualan online melalui *marketplace* pada platform shopee. Inovasi tersebut penulis lakukan agar konsumen yang memiliki tubuh besar bisa tetap berpakaian dengan nyaman

dan juga *stylish*, sehingga besar harapan agar konsumen lebih percaya diri dalam berpakaian.

Dalam menjalankan tugas akhir perintisan kewirausahaan ini, penulis telah memiliki tim kelompok yang memiliki latar belakang serta peran dalam bidangnya masing-masing. Sebelum berjalannya bisnis kemeja ini, terlebih dahulu dilakukan diskusi internal antara anggota kelompok sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Hal tersebut didasarkan untuk mengelola bisnis kemeja *big size COMFY.ID* sesuai dengan kriteria yang dapat mendukung kebutuhan nantinya

Berdasarkan pertimbangan internal tim, kelompok bisnis kemeja *big size COMFY.ID* saat ini terdiri 5 orang anggota kelompok yang terdiri dari:

1. Daffa Hartono : Bagian Pemasaran
2. Mutiara Najla : Bagian Riset dan Pengembangan
3. Vicky Asyafiqoh Ulya : Bagian Keuangan
4. Yassir Muhammad Irfan : Bagian Produksi
5. Raihan Muhammad Nabil : Bagian Desain Grafis

B. Capaian Target

Pada pelaksanaan perintisan bisnis ini, ada beberapa capaian target yang akan kami laksanakan, diantaranya yaitu :

- a) Penulis mampu melakukan survei pasar pada bisnis kemeja *big size COMFY.ID*
- b) Penulis mampu membuat ide konten pemasaran melalui sosial media pada bisnis kemeja *big size COMFY.ID*
- c) Penulis mampu melakukan pengelolaan merek usaha via media sosial pada bisnis kemeja *big size COMFY.ID*

Tabel 1 1. Indikator Capaian Target

No	Indikator Capaian Program	Realisasi	Capaian
1.	Melakukan Survei Pasar Pada bisnis kemeja big size COMFY.ID	Melakukan pengamatan pada media sosial instagram dan platform shopee dengan melakukan pengamatan jenis produk, strategi pemasaran, dan model konten	penulis sudah melakukan survey pasar dengan melihat beberapa kompetitor melalui shopee salah satu akun kompetitor sumberizki8 dan Bigisimo.bigisimo serta pada instagram kompetitor salah satu nama akun kompetitornya @wgb.katalog dan flanellaating. Serta pada pelaksanaannya penulis menggunakan strategi pemasaran online melalui media sosial dan marketplace.
2.	Mampu membuat ide	Mencari ide untuk konten – konten	Pada pelaksanaannya

	konten pemasaran melalui sosial media pada bisnis kemeja big size COMFY.ID	sosial media yang nantinya akan di buat oleh bagian desain grafis. penulis memiliki target pada sosial media instagram yaitu dengan membuat postingan feeds instagram 2 postingan perminggu dan 2-3 postingan pada story instagram.	penulis sudah membuat konten pada instagram yang pada capaiannya penulis dapat membuat 16 postingan feeds instagram, 28 postingan story dan 3 reels instagram.
3.	Mampu melakukan pengelolaan merek usaha via media sosial pada bisnis kemeja big size COMFY.ID	Melakukan pembuatan akun sosial media dan marketplace pada bisnis COMFY.ID serta mengelolanya	Penulis sudah membuat membuat akun sosial media seperti instagram, facebook whatsapp bisnis dan marketplace shopee serta sudah di oprasikan dengan baik.

C. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi

menjadi empat bagian yakni Bab I, II, III, dan IV. Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan.

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan.

Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Pakaian adalah suatu kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari. Manusia membutuhkan pakaian, karena pakaian menawarkan berbagai kebaikan dan manfaat bagi pemakainya. Berdasarkan uraian di atas, pakaian yang digunakan oleh seseorang haruslah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada, agar tidak menyebabkan masalah bagi dirinya maupun lingkungannya di sekitarnya. Ada beberapa fungsi pakaian diantaranya untuk menutupi aurat, pelindung tubuh, penunjuk identitas. Tidak hanya itu saja pakaian juga menjadi *trend* yang membuat sebagian masyarakat untuk terlihat stylish dan trendy. Hal tersebut juga menjadi salah satu latar belakang penulis munculnya ide untuk membuat bisnis pakaian.

Bisnis COMFY.ID merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang retail pakaian dengan titik fokus untuk menawarkan jenis pakaian *bigsize* dengan tujuan target pasarnya ialah masyarakat dewasa yang memiliki ukuran tubuh besar. Nama COMFY.ID diperoleh dari kata *Confident* dan *Comfortable* dalam Bahasa Inggris yang memiliki arti nyaman dan percaya diri jika diartikan dalam Bahasa Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa harapannya jika konsumen yang bertubuh besar tetap merasa nyaman dan percaya diri untuk mengekspresikan pakaian ke dalam tubuh mereka.

Dalam proses pembuatannya, penulis memilih untuk menciptakan suatu produk kemeja *big size* mulai dari mencari bahan katun rayon premium dengan melakukan survei ke beberapa toko kain di jalan Solo – Jogja. Akan tetapi dikarenakan tingkat harga katun rayon premium di

wilayah jogja cukup tinggi, maka penulis memilih untuk membeli kain katun rayon langsung di tempat konveksi pakaian yang akan menjait produk kemeja *big size* COMFY.ID. Dengan mempertimbangkan hal tersebut maka proses penjahitan produk kemeja *big size*, penulis memilih menggunakan jasa konveksi yang berlokasi di kabupaten Rembang, Jawa Tengah untuk melakukan produksi massal dikarenakan harga jasa konveksi yang ditawarkan sudah sesuai dengan *budget* yang telah penulis tetapkan.

Sebagai identitas utama dalam menciptakan suatu brand, penulis memilih untuk menggunakan kata *comfortable* dan *confident* sebagai kata kunci. Salah satu identitas suatu brand adalah dengan menciptakan logo brand yang menarik dan memiliki arti, berikut logo brand COMFY.ID.



Sumber : Penulis

Gambar 2. 1. Logo Comfy.id

B. Pelaksanaan Bisnis

Dalam bisnis comfy.id telah memulai bisnis terhitung dari bulan Agustus 2022 hingga saat ini. Saat proses bisnis, penulis memilih fokus pada bagian pemasaran produk. Analisis pelaksanaan pemasaran sebagai berikut :

1. Tinjauan Bagian Pemasaran

Aspek yang akan penulis bahas pada bisnis ini yaitu aspek pemasaran. Aspek pemasaran yang dilakukan pada bisnis ini digunakan untuk mengetahui berbagai saluran serta strategi yang digunakan dalam mengembangkan brand bisnis yang akan dijalankan

Dalam melaksanakan tugas akhir kewirausahaan penulis memiliki beberapa program kerja yang telah dirancang untuk dilaksanakan sesuai dengan penyusunan tugas akhir kewirausahaan. Pada awalnya penulis membuat suatu tabel agenda kegiatan yang berisikan timeline kegiatan penulis yang nantinya menjadi acuan penulis dalam menjalankan kegiatan bisnis tugas akhir kewirausahaan ini. Akan tetapi pada pelaksanaannya ada yang berjalan sesuai dengan agenda dan juga ada yang tidak serta banyak juga yang tambahan. Pada setiap kegiatan yang penulis jalankan terdapat nilai atau unsur islami, diantaranya seperti membuat konten yang tidak berbau sara, tidak menjelek – jelekkan produk kompetitor, mendeskripsikan produk sesuai dengan kenyataannya tidak dilebih – lebihkan, menentukan harga produk sesuai dengan harga pasaran tidak merugikan konsumen, dan bertanggung jawab pada setiap kegiatan – kegiatan yang dijalankan.

Ada tiga program kerja yang akan dijalankan pada bisnis COMFY.ID khususnya pada bidang pemasaran, program – program tersebut diantaranya yaitu :

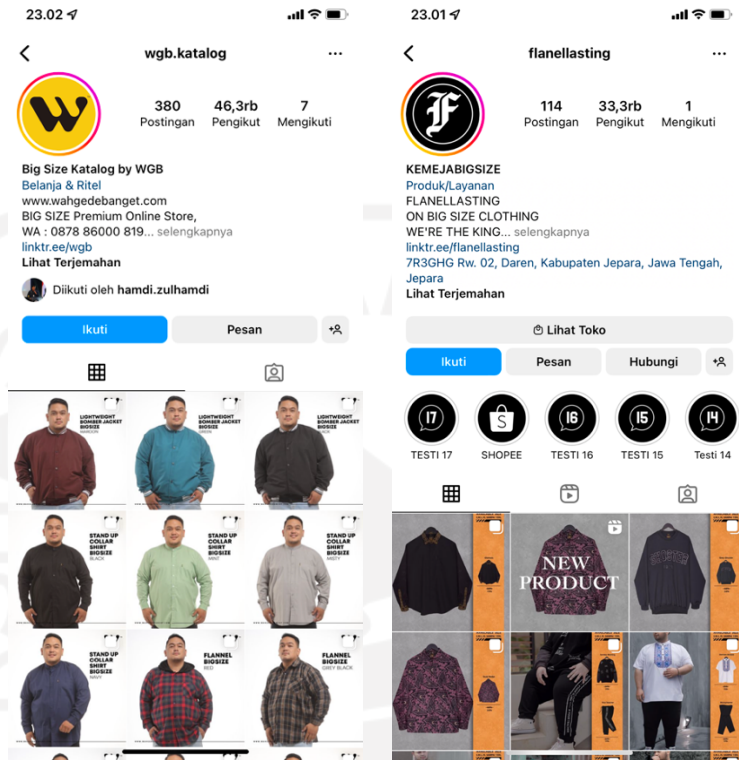
a. Melakukan survei pasar

Riset pasar dilakukan dengan berbagai tujuan penting antara lain dapat mengeksplorasi tingkat penerimaan pasar atas

kualitas produk yang dipasarkan utamanya dari segmen dan target pasar tertentu. Berbagai informasi terkait penerimaan pasar atas produk yang dipasarkan dapat diperoleh dari kegiatan riset pasar. Berbagai metode dapat dipilih pengusaha untuk melakukan riset pasar. Terutama pada saat ini fasilitas untuk melakukan survei melalui *online* semakin mudah walaupun belum semua pengusaha berminat dan memiliki pengetahuan yang cukup (Junita, Indrafana , & Fauzan, 2020).

Dalam melakukan survei pasar, comfy.id telah melakukan beberapa langkah yang menekankan bahwa survei pasar menggunakan sosial media akan lebih meningkatkan efektifitas dan efisiensi hasil survei. Maka dari itu penulis menggunakan sosial media pada instagram dan shopee untuk melakukan survey pasar yang berfokus pada produk dan harga.

Dalam survei melalui instagram penulis mendapatkan beberapa akun instagram yang menjual produk sejenis contoh akun yang ditemui oleh penulis sebagai berikut :



Sumber : Penulis

Gambar 2. 2. Bukti Instagram Kompetitor

Pada survei pasar melalui instagram ada 3 akun yang menjadi acuan untuk penulis yaitu akun @flanellasting @wgb.katalog @bigbroo.id yang ketiga dari akun tersebut sudah memiliki pengikut lebih dari 20.000 followers dan juga sudah memiliki banyak jenis produk fashion big size. Dari ketiga fashion tersebut sudah cukup banyak penjualannya. Selain dari instagram penulis juga melakukan observasi melalui shopee ada beberapa akun shopee yang menjadi observasi penulis.

b. Melakukan pengenalan brand usaha via sosial media

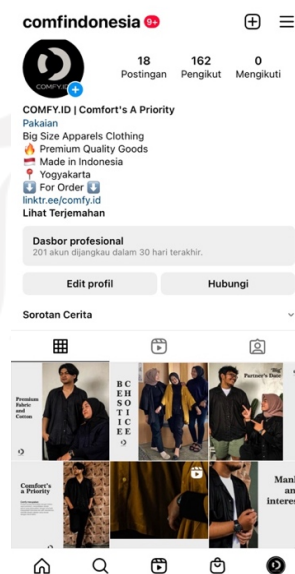
Pada proses pengenalan brand via sosial media yang dilakukan, penulisan dan tim menggunakan media sosial selain memiliki akun khusus yaitu @comfindonesia kita juga menggunakan akun media sosial masing-masing dikarenakan

akun instagram comfy masih baru saja dibuat. Sehingga dengan menggunakan akun media pribadi diharapkan dapat meningkatkan brand awareness pada akun media sosial comfy. Penulis menggunakan dua media sosial dalam pemasarannya yaitu melalui instagram dan shopee dengan detail di bawah ini :

1) Instagram

Instagram adalah suatu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh kaum remaja. Maraknya penggunaan media sosial ini membuat mayoritas kalangan muda tidak bisa terlepas dari penggunaan sosial media instagram. Dalam memperluas jangkauan pasar, penulis menggunakan instagram pada salah satu pemasarannya. Ada beberapa aktivitas yang dilakukan pada pengenalan merek produk yaitu melalui story, feeds, video reels.

Dengan memanfaatkan beberapa fitur yang sudah disediakan oleh instagram diharapkan dapat mampu menambah jangkauan pasar dan proses pengenalan brand yang maksimal.



Sumber : Penulis

Gambar 2. 3. Bukti Pengenalan Brand Pada Feeds Instagram

2) Shopee

Shopee merupakan salah satu e-commerce berbasis aplikasi mobile yang saat ini sangat berkembang di Indonesia. Shopee didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li dan diluncurkan pertama kali di Singapura tahun 2015. Pada tahun 2018 Shopee telah meraih 1,5 juta transaksi dalam waktu 24 jam, ini merupakan rekor baru bagi marketplace *e-commerce* di Indonesia. (Nasution & Limbong, 2020). Dalam merealisasikan program pemasaran, penulis melakukan pengenalan merek produk via Shopee melalui berbagai fitur seperti promo toko, voucher ikuti toko, harga coret dan naikan produk. Dengan memanfaatkan fitur yang ada pada Shopee diharapkan jangkauan yang diperoleh bisa menghasilkan pembelian pada produk kemeja big size COMFY.ID yang dipasarkan.

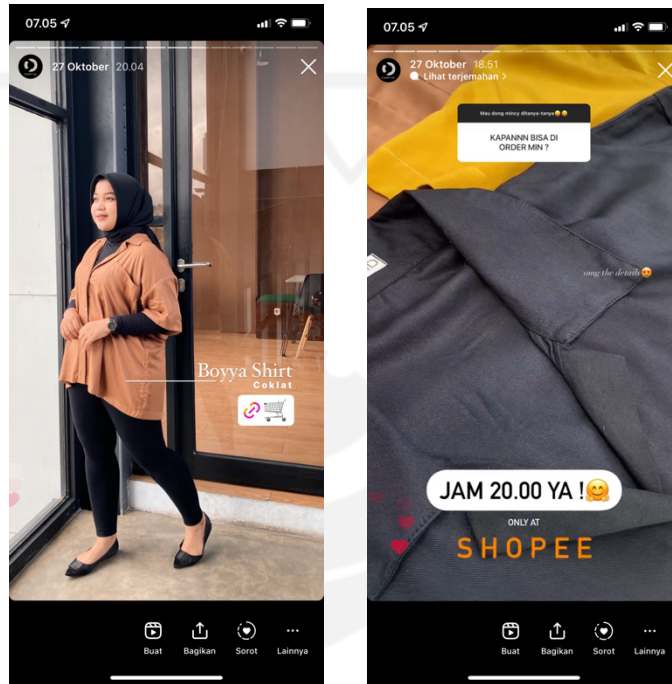
c. Pembuatan konten pemasaran

Pada sektor bisnis, mudahnya penyebaran informasi tidak terlepas dari peran media sosial sebagai wajah dalam mempertemukan konsumen dengan target pasar. Guna membuat konten pemasaran yang sesuai dengan target, penulis menggunakan beberapa fitur yang ada pada aplikasi Instagram dan Shopee sebagai mediasinya, dengan rincian pelaksanaan sebagai berikut :

1) Konten Instagram Story

Dalam melakukan pengelolaan konten Instagram *story*, penulis mempertimbangan waktu untuk mengunggah konten. Waktu yang pas menurut penulis dan juga sesuai dengan survei adalah di jam 17.00 – 19.00 WIB karena di jam tersebut orang memiliki waktu yang cukup senggang dan digunakan untuk membuka hp. Sehingga dinilai dapat menghasilkan engagement rate yang bagus. Pada pembuatan konten *story* Instagram, penulis menggunakan foto-foto

produk yang tersedia untuk dijadikan bahan dalam melakukan pemasaran.



Gambar 2. 4. Bukti Story Instagram

2) Konten *Feeds* Instagram

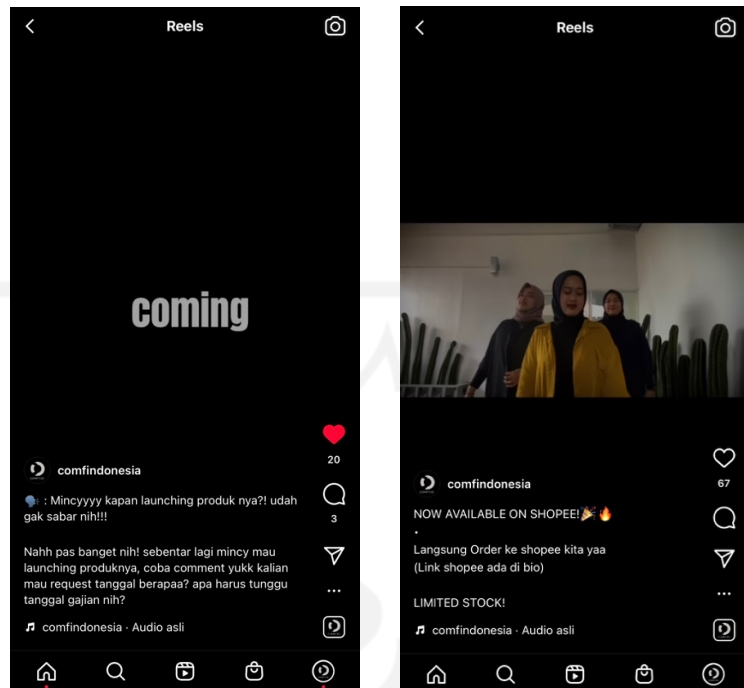
Pada proses pembuatan konten *feeds* instagram penulis membuat jadwal untuk *upload feeds* terbaru setiap minggu minimal 1 postingan. Konten *feeds* yang dibuat penulis memuat berbagai konten pemasaran dan kata-kata motivasi yang ditujukan untuk seseorang yang memiliki ukuran badan yang cukup besar. Dalam pemilihan warna pada konten *feeds* penulis menyesuaikan pada warna logo dari comfy.id sendiri yaitu menggunakan warna dasar abu-abu dan juga setiap postingan pada *feeds* instagram diberikan kata-kata sebagai pemanis dengan harapan ketika orang melihat instagram comfy tidak hanya foto-foto produk saja.



Gambar 2. 5. Bukti Konten Feeds Instagram

3) Konten Reels Instagram

Pada pembuatan konten reels instagram penulis menjadwalkan posting dua minggu sekali yang di unggah pukul 17.00 – 19.00 WIB sama seperti postingan story instagram dengan harapan mendapatkan *viewers* yang banyak. Ada salah satu reels instagram kita yang mendapatkan jangkauan penonton yang cukup luas hampir 10.000 penonton pada video tersebut. Adapun bentuk konten yang dibuat memanfaatkan dokumentasi yang sudah dibuat khususnya pada proses foto produk dalam kontennya penulis lebih berfokus kepada style seseorang pada saat menggunakan produk dari COMFY.ID dan juga detail dari produk kami.

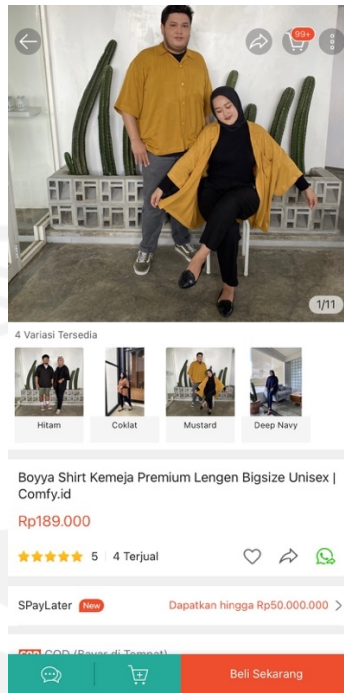


Sumber : Penulis

Gambar 2. 6. Bukti Konten Reels Instagram

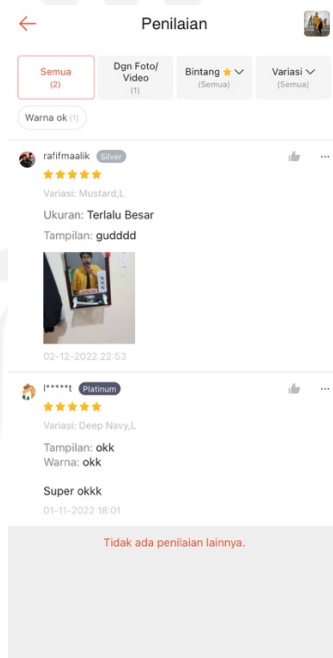
4) Konten Foto Produk Pada Akun Shopee

Pada penjualan produknya penulis menggunakan e-commerce shopee dengan tujuan mempermudah konsumen dalam pembayarannya karena sekarang sudah banyak orang yang lebih percaya transaksi jual beli produk melalui shopee dan juga bisa mendapatkan free ongkir. Dalam bio instagram kami juga dicantumkan link shopee ketika konsumen mau order langsung order melalui shopee. Pada shopee kami juga sudah mendapatkan penilaian yang bagus dari konsumen.



Sumber : Shopee.co.id

Gambar 2. 7. Bukti Foto Produk Shopee



Sumber : Penulis

Gambar 2. 8. Bukti Testimoni Konsumen Shopee

Dari beberapa konten pemasaran yang telah dibuat penulis mencoba melakukan analisis terhadap efektivitas konten pemasaran yang telah dibuat. Dari hasil pembuatan konten feeds instagram, diperoleh beberapa data jangkauan yang menunjukkan efektivitas pada feeds instagram dalam memperoleh *interest* konsumen. Dari total 16 konten feeds pada instagram yang dibuat, penulis mencoba menganalisis kinerja pada profil instagram COMFY.ID dari bulan September – Desember 2022 akun yang di jangkau ada 8.404 akun instagram kota terbanyak yaitu Yogyakarta, rentan usia 18 – 24 tahun terdapat 72,8%, jenis kelamin 52% Perempuan 47% Laki – laki.

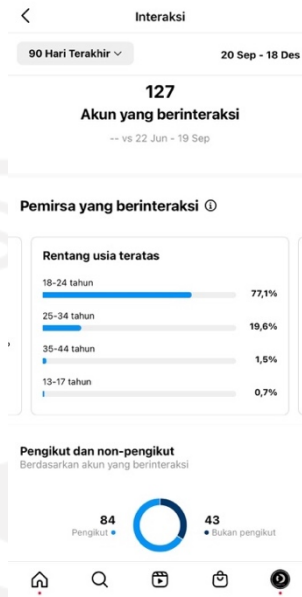


Sumber : Penulis

Gambar 2. 9. Bukti Jangkauan Pada Profil Instagram

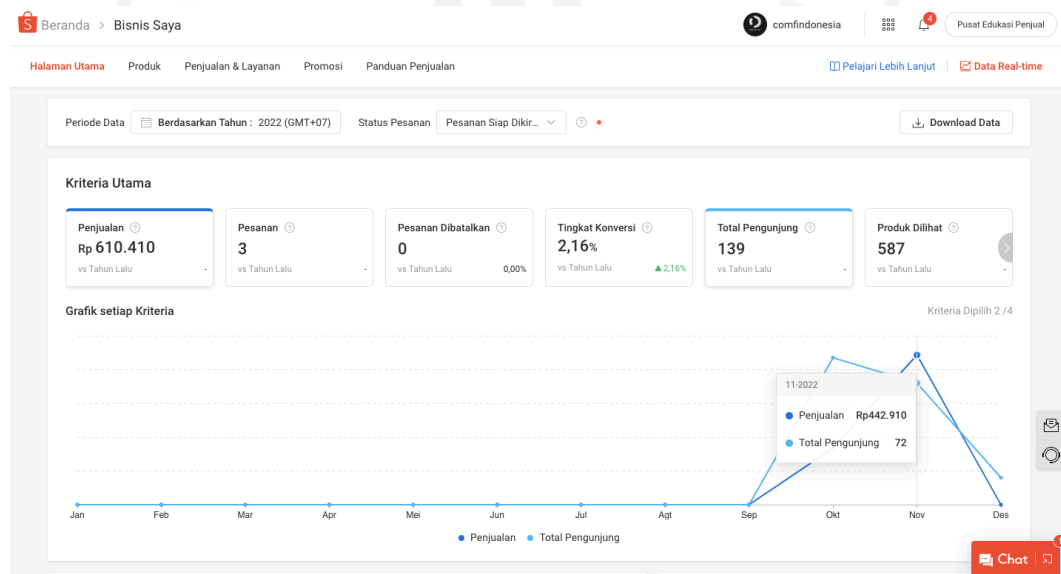
Adapun akun yang berinteraksi terdapat 127 akun instagram kota terbanyak yaitu Yogyakarta, rentan usia 18 – 24 tahun terdapat 77,1%, jenis kelamin 54,9% perempuan 45% laki – laki. Dapat disimpulkan dari jangkauan dan interaksi pada akun instagram COMFY.ID kota asal terbanyak Yogyakarta rentan usia 18 – 24 tahun dan jenis kelamin terbanyak adalah perempuan. Pada tindak lanjut yang dilakukan oleh penulis dengan cara memposting story dan feeds instagram dengan lebih giat lagi serta meminta bantuan kepada teman kelompok dan teman penulis untuk

mempromosikan akun instagram comfy.id pada story instagram pribadi mereka.



Gambar 2. 10. Bukti Interaksi Pada Profil Instagram

Adapun analisis dari *e-commerce* shopee terhadap produk yang sudah dipasarkan pada platform tersebut. Sebagai berikut :



Gambar 2. 11. Bukti Interaksi Pada shopee

Pada tabel tersebut bisa penulis analisis pada penjualan di *e-commerce* shopee dari bulan September – Desember 2022 terdapat 587 akun yang melihat produk COMFY.ID, serta terdapat 139 akun yang klik untuk mengunjungi produk, dari 139 akun tersebut ada 3 akun yang membeli produk dan 1 akun membeli 2 produk jadi total penjualan ada 4 pcs produk yang terjual. Dapat dilihat penjualan terbanyak pada bulan November terdapat 3 pcs yang terjual. Pada bulan tersebut penulis menggunakan strategi promosi 11.11 dengan membuat harga promo menjadi Rp149.000 perpcs. Pada strategi promosi ini berjalan cukup efektif karena terdapat penjualan yang signifikan dari bulan sebelumnya. Tindak lanjut yang penulis lakukan agar shopeenya menjadi lebih rame dengan cara mencantumkan link shopee comfy.id pada story instagram jadi nantinya jika ada konsumen yang tertarik hanya tinggal klik saja dan langsung masuk ke postingan produk pada shopee tidak harus mencari - cari lagi di shopee dan membuat promo dengan memberi harga produk yang lebih murah.

Dalam menjalankan ketiga program – program tersebut penulis juga sudah membuat plan sebelum menjalankan bisnis ini berikut tabel dari *plan* yang sudah penulis buat :

Tabel 2. 1. Tabel Plan Pemasaran

No	Kegiatan	Sub-Kegiatan	
1	Instagram	a	Membuat akun
		b	Membuat feed instagram
		c	Membuat story instagram
		d	Membuat reels instagram
2	Shopee	a	Membuat akun
		b	Memposting produk
		c	Mengaktifkan iklan ads
3	Facebook	a	Membuat akun
		b	Membuat halaman facebook
		c	Mengaktifkan facebook ads
4	Email bisnis	a	Membuat akun

5	Whatsapp bisnis	a	Membuat akun
---	-----------------	---	--------------

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Dalam menjalankan suatu perencanaan kewirausahaan, tentu banyak hambatan dan kendala pada prosesnya. Mulai dari masalah insidental hingga masalah fundamental yang kerap kali ditemukan pada praktiknya. Penulis meyakini adanya permasalahan dalam proses pelaksanaan perencanaan kewirausahaan ini dapat menjadi pengalaman serta pembelajaran untuk kedepannya. Adapun berikut beberapa kendala dan masalah yang penulis temui di lapangan :

1. Kurangnya Suvei Pasar Yang Dilakukan

Survey yang dilakukan hanya melalui sosial media dan internet yang menyebabkan kurangnya info yang didapatkan. Data yang didapatkan hanya sekedar dari data tertulis tidak berdasarkan pengalaman seseorang yang memiliki tubuh besar jadi penulis tidak mengetahui apa saja masalah yang dihadapi oleh seseorang yang memiliki tubuh besar. Penulis berinisiasi bersama dengan bagian riset dan pengembangan untuk membuat kuisisioner yang ditujukan kepada orang yang memiliki tubuh besar hasil yang didapatkan

2. Pengenalan Merek Usaha Via Sosial Media

a) Minimnya pembelian produk

Sedikitnya transaksi pembelian pada media sosial seperti di instagram jumlah followers yang tidak banyak dan di shopee jumlah penjualan yang tertera hanya sedikit dan jauh dari target yang sudah penulis buat target penulis dapat menjual 6 pcs perbulannya tetapi pada realisasinya hanya terjual 4 pcs jika di akumulasikan perbulannya hanya menjual 1 pcs saja. Sehingga konsumen kurang menyadari akan kehadiran produk kemeja *big size* COMFY.ID hal tersebut juga menurunkan kepercayaan konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian. Oleh karenanya dalam menindaklanjuti hal tersebut, perlu membangun interaksi secara organik pada akun instagram COMFY.ID agar penjualan di shopee dapat meningkat. Membuat konten yang up to date juga menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas instagram COMFY.ID

b) Facebook ads yang tidak beroperasi

Salah satu usaha untuk melakukan promosi yaitu melalui facebook ads dengan iklan melalui aplikasi ini diharapkan dapat penjualan yang banyak. Penulis berniat untuk menggunakan domain atau website bonus dari penggunaan pribadi agar meminimalisir *budget*, akan tetapi setelah proses persiapan website yang sudah dipersiapkan 50% ternyata bonus yang diberikan sudah habis masa berlakunya. Sehingga planing ini tidak dapat dijalankan dengan baik.

3. Pembuatan Ide Konten Pemasaran

Kurangnya konsisten dalam pembuatan konten memberikan impact pada proses pengenalan dan pemasaran produk yang cenderung monoton, sehingga belum bisa menarik minat konsumen secara maksimal. Hal ini tentu menjadi masalah yang cukup berpengaruh dalam hasil dari pemasaran yang sudah dilakukan. Oleh karenanya, penulis berinisiasi untuk kedepannya membuat ide konten – konten lebih terorganisir dan menarik.

Pembuatan konten pemasaran yang kerap kali tidak sesuai dengan jadwal, terkhusus pada pengunggahannya. Hal ini disebabkan karena pembuatan konten yang membutuhkan waktu cukup lama. Penulis juga perlu mencari referensi, menentukan caption atau copywriting hingga proses merealisasikan pada media sosial khususnya instagram.

B. Tinjauan Teoritis Tentang Pemasaran

Guna mempermudah pembaca untuk memahami konteks yang tertulis pada identifikasi masalah terhadap beberapa teori dan definisi tertentu, penulis menegaskan beberapa tinjauan teoritis berkaitan dengan pemasaran, diantaranya adalah :

1. Pengertian Pemasaran

Dalam islam, pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholder-nya. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada tuhan sang maha pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. (Fadilah, 2020)

2. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran – sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan upaya perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. (Chakti , 2019)

3. Survei Pemasaran

Dengan adanya sistem, maka diharapkan dapat membatasi *cost* karena aktivitas survei melibatkan banyak pelanggan dari berbagai

wilayah indonesia. Website dipilih sebagai bentuk implementasi sistem survei yang dikembangkan. Website dapat diterapkan secara langsung dalam kondisi berbagai sistem. Untuk kebutuhan banyak informasi yang diinginkan tanpa batas waktu, data yang masuk dapat diakses dan setiap saat informasi dapat berubah. Google form merupakan salah satu contoh aplikasi gratis yang memuat informasi setiap responden. (Azhar, Brata Hendra Adam, & Brata , 2019)

4. Pemasaran Digital

Pemasaran digital memiliki hubungan yang sangat erat dengan kewirausahaan, dimana kedua item tersebut memiliki target yang sama. Kemudian pemasaran digital merupakan bagian dari aktivitas kewirausahaan. Pemasaran digital memiliki peluang yang sangat besar dalam pengembangan dunia usaha mulai saat ini hingga dimasa depan dimana target pasar sudah bertransformasi ke platform digital. (Hendarsyah , 2020)

5. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Menurut buku strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi (Iskandar , Erlangga, Nurjaya, & Sunarso, 2021) secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

1. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
2. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
3. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
4. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

6. Karakteristik Pemasaran Syariah

Konsep pemasaran islam haruslah didasari oleh filsafat dasar islam. Dan konsep dasar filsafat islam adalah tauhid. Dari konsep dasar ini kemudian akan melahirkan karakteristik pemasaran islam.

Menurut Muhammad Syakir sula dan Hermawan Kartajaya pemasaran islam memiliki empat karakteristik (Handayani & Fathoni, 2019)

1. Spiritualitas. Setiap kegiatan pemasaran harus sesuai dengan ajaran al – quran dan hadits. Seorang pemasar islam harus menyakini bahwa hukum islam adalah hukum terbaik yang harus dipakai dalam menjalankan aktivitas pemasaran.
2. Etika. Etika islam yang bersumber dari Al-quran dan Hadits harus dijalankan oleh setiap pemasar islam. Dengan selalu menjaga etika bisnis yang sesuai dengan ajaran islam, maka akan terbangun budaya kerja islami yang dapat menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat.
3. Realistik. Realistik disini lebih pada sikap lentur dalam menyikapi permasalahan pemasaran di lapangan. Seorang pemasar Islam harus memiliki inovasi dan mampu berimprovisasi dalam batasan – batasan Islam.
4. Humanistik. Dalam menyusun konsep dan strategi pemasaran, pemasar Islam harus memperhatikan tanggung jawab sosial yang merupakan representasi dari sikap humanistik.

C. Pemecahan Masalah Pemasaran

Dapat dilihat dari bagian identifikasi masalah, ditemukan beberapa masalah baik secara operasional dan non operasional pada saat pelaksanaan tugas akhir berjalan. Penulis berusaha untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan menggunakan manajemen resiko. Penulis merekomendasi beberapa solusi sebagai penyelesaian masalah, sebagai berikut ini:

1. Melakukan survei kembali dengan lebih rinci dan komprehensif. Perlunya melakukan survei kembali untuk membuat database dengan tujuan agar data yang diperoleh dapat ditindaklanjuti sebagai calon konsumen.

2. Dalam pemasaran melakukan perluasan pangsa pasar potensial secara terencana dan terukur dengan mengoptimalkan sosial media. Dengan memaksimalkan fitur yang sudah ada pada setiap platform, diharapkan mampu mencapai target pasar baru secara signifikan dan luas yang tentunya dilakukan secara konsisten.
3. Pembuatan konten pemasaran secara konsisten dan terjadwal. Pentingnya akan pembuatan konten pemasaran secara rutin dan *up to date* menjadi kunci utama dalam menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam pelaksanaan tugas akhir kewirausahaan, penulis dan tim mendapatkan wadah pembelajaran baru. Penerapan ilmu yang sudah dimiliki serta dapat mempelajari permasalahan dilapangan dan bagaimana pemecahannya yang menjadi bekal penulis untuk menjalankan bisnis kedepannya. Adapun program kerja penulis meliputi aktivitas pemasaran seperti melakukan survei pasar, mengenalkan brand dan produk, membuat ide konten pemasaran, mengelola sosial media seperti instagram, facebook dan shopee serta berkoordinasi dengan bidang riset dan pengembangan, desain grafis, keuangan dan produksi.

Pada realisasinya muncul berbagai permasalahan dalam proses pelaksanaan tugas akhir kewirausahaan. Permasalahan yang ditemukan diantaranya yaitu hasil survei yang dinilai belum tepat. Kurangnya konsistensi pada pembuatan konten pemasaran, pembuatan konten pemasaran yang masih kurang menarik dan tidak terealisasinya penggunaan facebook ads. Solusi yang penulis berikan pada berbagai permasalahan yang

ada pada pelaksanaan tugas akhir kewirausahaan yaitu melakukan survei kembali yang lebih rinci dan komprehensif, melakukan perluasan pangsa pasar potensial secara terencana dan terukur dengan mengoptimalkan penggunaan sosial media, membuat konten secara konsisten dan terjadwal,

B. Saran

Perlunya melakukan evaluasi terhadap tugas akhir kewirausahaan ini secara terjadwal dan konsisten tentu dapat menjadi evaluasi kita untuk kedepannya apa yang kurang dan salah serta perlu diperbaiki. Peningkatan pada kapasitas usaha menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan perintisan bisnis.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk efektivitas pelaksanaan tugas akhir kewirausahaan pada bidang pemasaran kedepannya yaitu pengelolaan media pemasaran secara maksimal dan terukur seperti pembuatan konten media sosial dengan menyesuaikan *trend* konsumen, *up to date* dan menarik, meningkatkan interaksi secara rutin dan berkelanjutan, peningkatan kuantitas pemasaran dalam membangun *brand*, serta melakukan pengelolaan target pasar potensial secara maksimal serta membuat database konsumen.

Daftar Pustaka

- Sulistiawati, D. (2022). *Obesitas di Indonesia Meningkat dengan Angka Mengkhawatirkan*. Jakarta: REPLUBLIKA.CO.ID.
- Junita, A., Indrafana, I., & Fauzan, M. (2020). strategi riset pasar untuk mengembangkan usaha mikro wanita di kelurahan pakan labuhan kecamatan medan. *Survei pasar online*, 205 - 214.
- Chakti, G. (2019). *Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep dan Strategi Pemasaran Syariah.
- Azhar, R., Brata Hendra Adam, & Brata, C. (2019). Pengembangan Sistem Survei Pelanggan Berbasis Website. *Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Common*, 72.
- Nasution, S. L., & Limbong, C. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pada E-Commerce Shopee. *Ecobisma*, 43.

Milatishofa, K. W. (2021). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro. *Linimasa* , 174-185.

Slamet Mudjijah, T. A. (2021). Pendampingan Kewirausahaan Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Ciledug Kota Tangerang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 120-121.

Iskandar , A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarso, D. (2021). *Strategi Pemasaran konsep, teori dan implementasi*. Tangerang Selatan: Pacal Book.

Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam*. Jakarta: CV Budi Utama.



LAMPIRAN

A. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Pemasaran COMFY.ID

No	Tanggal	Aktivitas	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
		Pekan 1 :			
1	Selasa 06/09/2022	Membuat nama email bisnis	Membeli kartu perdana di konter hp dan mengaktifkan kartunya sekalian	30 Menit	IDR 7.000,00
			Berdiskusi dengan bagian riset & pengembangan untuk nama email	1 jam	
			Memasuk"an data yang diperlukan untuk kebutuhan pendaftaran email	20 menit	
2	Selasa 06/09/2022	Membuat Whatsapp bisnis	<i>Mendownload</i> aplikasi WA Business pada play store	5 Menit	
			Melengkapi data-data yang di perlukan untuk mendaftar	30 Menit	
			Merapikan profil pada wa bisnis	10 Menit	
3	Selasa 06/09/2022	Membuat akun instagram bisnis	Mengisi data-data yang diperlukan untuk mendaftar	20 Menit	
			Merapikan profil pada instagram	5 Menit	
			Mendaftarkan instagram menjadi akun bisnis	15 Menit	
4	Kamis 08/09/2022	Mencari Referensi untuk penulisan bio instagram	Melakukan riset kepada beberapa akun instagram yang menjual produk serupa untuk mencari referensi	2 Jam	

5	Jumat 09/09/2022	Melakukan survei lapangan untuk membeli bahan	Melakukan survei lapangan untuk memilih bahan kemeja bigsize dengan pertimbangan harga dan kualitas	5 Jam	
6	Sabtu 10/09/2022	Membuat situs web untuk di bio instagram	Mencari beberapa rekomendasi akun instagram untuk isi dari apa saja yang dicantumkan pada web	1 jam 30 menit	
			Mencari nama web yang cocok digunakan setelah meriset akhirnya menggunakan linktree	1 jam	
			Memasukkan link - link sosial media pada linktree	15 Menit	
7	Sabtu 10/09/2022	Mencari 3 akun instagram untuk acuan desain feed instagram	Mencari beberapa akun instagram dibantu dengan bagian desain dan kita mendapatkan 3 akun instagram yang menurut kami bisa menjadi acuan yaitu : @bigbroo.id, @uno.co.id, @flanellasting	3 Jam	
8	Sabtu 10/09/2022	Membuat halaman facebook	Halaman Facebook dengan nama comfy.id	30 Menit	
			Menyambungkan WA bisnis dengan halaman facebook	5 Menit	
TOTAL WAKTU & BIAYA				21 Jam 50 Menit	

		Pekan 2 :			
1	Kamis 15/09/2022	Mendiskusikan template <i>story</i> untuk testimoni konsumen	Melakukan diskusi dengan bagian desain dengan mencari beberapa contoh sebagai acuan	2 Jam	
			Membantu mendesain untuk template <i>story</i> instagram	1 Jam	
2	Kamis 15/09/2022	Membuat sosial media planner untuk memposting <i>story</i> dan feed instagram	Melakukan diskusi dengan bagian riset dan pengembangan serta dengan bagian desain grafis perihal media planner	4 Jam	

3	Selasa 13/09/2022	Melakukan diskusi dengan bagian keuangan mengenai biaya iklan	setelah melakukan riset dan menghitung kebutuhan dengan bagian keuangan di putuskan untuk biaya iklan Rp.10.000/pcs	1 jam	
4	Jumat 16/09/2022	Membuat postingan pada halaman facebook	Melakukan diskusi dengan bagian desain untuk postingan pertama kita putuskan untuk membuat desain "Coming soon"	30 Menit	
5	Jumat 16/09/2022	Mempersiapkan konten untuk instagram reels	Melakukan diskusi dengan bagian desain kita mendapatkan beberapa contoh yang akan dijadikan konten reels untuk konten yang pertama, kita akan membuat video tentang detail dari produk	1 Jam 30 Menit	
TOTAL WAKTU & BIAYA				10 Jam	

		Pekan 3 :			
1	Senin 19/09/2022	Mencari situs web yang berpotensi untuk digunakan sebagai domain dan hosting	Setelah di riset untuk domain dan hostingnya kami menggunakan niagahoster	2 Jam	
2	Selasa 20/09/2022	Melakukan diskusi dengan bagian riset dan pengembangan	Merancang bahan persiapan konten pemasaran pada kemeja bigsize	3 Jam	
			Melakukan pengamatan konten reels pada akun instagram kompetitor	1 Jam 30 Menit	
			Melakukan diskusi untuk copywriting pada postingan instagram	40 Menit	
3	Kamis 22/09/2022	Berdiskusi dengan bagian desain grafis untuk postingan instagram minggu ini	Hasil dari diskusi dengan bagian desain grafis karena produk dari kita blm ada jadi kita bikin postingan gambar atau sketsa dari produk kita	2 Jam	

TOTAL WAKTU & BIAYA			9 Jam 10 Menit	
--------------------------------	--	--	-----------------------	--

Pekan 4 :					
1	Selasa 27/09/2022	Berdiskusi dengan bagian desain grafis untuk perihal postingan instagram minggu ini	Hasil dari diskusi dengan bagian desain grafis untuk postingan minggu ini adalah quotes	2 Jam	
			Membantu membikin postingan	1 Jam 35 Menit	
2	Rabu 28/09/2022	Mengupload postingan pada feed instagram	Membuat copywriting untuk postingan	30 Menit	
			Mengupload postingan terbaru pada instagram	10 Menit	
3	Rabu 28/09/2022	Melakukan diskusi perihal persiapan launching produk bersama bagian desain dan riset pengembangan	Diskusi konsep yang akan digunakan untuk launching produk kemeja comfy	3 Jam	
4	Jumat 30/09/2022	Melakukan diskusi dengan bagian keuangan mengenai penjualan di tempat event	Menentukan harga jual, target penjualan produk dan barang - barang yang perlu di sediakan saat event	2 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				9 Jam 15 Menit	

Pekan 5				
----------------	--	--	--	--

1	Selasa 04/10/2022	Memposting konten pada akun instagram	Memikirkan ide konten yang akan dibuat untuk postingan mingguan	1 Jam 30 Menit	
			Membantu bagian desain grafis untuk membuat desain dari postingan	2 Jam	
			Membuat copywriting	30 Menit	
			Mengupload pada instagram	10 Menit	
2	Kamis 06/08/2022	Membantu bagian produksi melakukan quality control pada produk contoh	Melakukan revisi terhadap ukuran produk kemeja	2 Jam 30 menit	
3	Jumat 07/08/2022	Diskusi dengan kelompok untuk foto produk	Melakukan riset terkait pria & wanita yang cocok untuk dijadikan model foto produk dan tempat untuk foto produk	2 Jam	
4	Kamis 06/08/2022	Membuat akun Shopee	Melakukan Pendaftaran untuk membuat akun	10 Menit	
			Merapikan Profil akun shopee	5 Menit	
TOTAL WAKTU & BIAYA				8 Jam 55 Menit	

		Pekan 6			
1	Minggu 09/10/2022	Melakukan Photo produk	Membantu bagian desain grafis untuk foto produk di Retter coffe	5 Jam	
2	Kamis 13/10/2022	Melakukan diskusi dengan bagian desain grafis perihal	Mencari Referensi melalui instagram dari beberapa akun kompetitor	1 Jam	

		postingan terbaru instagram			
3	Kamis 13/10/2022	Melakukan diskusi dengan bagian desain grafis perihal reels instagram	Mencari Referensi melalui tiktok untuk pembuatan instagram reels dari beberapa akun kompetitor	1 Jam 30 Menit	
4	Kamis 13/10/2022	Memposting konten pada akun instagram	Membuat <i>copywriting</i> dengan mencari referansi melalui beberapa instagram yang postingannya serupa	1 jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				8 Jam 30 Menit	

Pekan 7					
1	Senin 17/10/2022	Melakukan pencarian untuk selogan dari brand Comfy.id dibantu dengan bagian riset dan pengembangan	Mencari referensi melalui google dan beberapa akun instagram yang bergerak dibidang fashion	1 Jam	
2	Rabu 19/10/2022	Melakukan pengecekan hasil dari foto produk	Melakukan sortir foto" yang akan digunakan untuk feed instagram	20 Menit	
3	Kamis 20/10/2022	Melakukan perbaikan pada akun shopee	Mencari referensi desain untuk feed instagram	1 jam 30 Menit	
4	Kamis 20/10/2022	Melakukan Upload produk pada shopee	Mendesain profil agar terlihat menarik oleh konsumen	30 Menit	
			Mensortif foto-foto yang akan digunakan untuk postingan shopee	20 Menit	
			Mencari beberapa referensi untuk membuat keterangan produk pada postingan	1 Jam	

			Mengisi beberapa data sebagai persyaratan mengupload produk	10 Menit	
TOTAL WAKTU & BIAYA				4 Jam 50 Menit	

Pekan 8					
1	Senin 24/10/2022	Melakukan diskusi dengan bagian desain grafis perihal postingan terbaru	Mencari referensi dari beberapa akun instagram untuk Konten reels	30 Menit	
			Mencari referensi dari beberapa akun instagram untuk Konten feed instagram	30 Menit	
			Mencari referensi dari beberapa akun instagram untuk Konten story instagram	30 Menit	
2	Rabu 26/10/2022	Melakukan Upload feed instagram	Membuat copywriting untuk postingan feed instagram	2 Jam 30 Menit	
			Mengupload beberapa postingan ke instagram	1 Jam	
3	Kamis 27/10/2022	Update toko Shope	Melakukan perbaikan beberapa konten dan keterangan pada produk untuk persiapan launching produk	1 Jam 30 Menit	
4	Kamis 27/10/2022	Berdiskusi dengan bagian keuangan perihal harga produk	Berdiskusi untuk mencari harga fix dan harga promo pada saat launching produk	30 Menit	
TOTAL WAKTU & BIAYA				7 Jam	

		Pekan 9			
1	Senin, 31/10/2022	Memposting feed instagram terbaru	Membuat copywriting untuk postingan feed instagram	20 Menit	
2	Senin, 31/10/2022		Mencari referensi untuk konsep pada web comfy di adslibrary.com	2 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				2 Jam 20 Menit	

		Pekan 10			
1	Rabu, 09/11/2022	Persiapan Promo 11.11	Mencari beberapa referensi pada kompetitor untuk model promo 11.11	2 Jam	
2	Kamis, 10/11/2022	Persiapan pembuatan wab	Melakukan pengecekan pada website yang ingin digunakan	3 Jam	
3	Kamis, 10/11/2022	Berdiskusi dengan bagian desain grafis perihal persiapan konten untuk promo 11.11	Mencari beberapa referensi pada instagram kompetitor untuk membuat story instagram	1 Jam 30 Menit	
4	Jumat, 11/11/2022	Berdiskusi dengan bagian keuangan	Mempertimbangkan diskon dan harga untuk promo 11.11	30 Menit	
5	Jumat, 11/11/2023	Membuat promo di aplikasi shopee	Membuat promo 11.11 pada tautan produk dengan periode 11 November - 15 November 2022	20 Menit	

TOTAL WAKTU & BIAYA					6 Jam 20 Menit

Pekan 11					
1	Selasa, 15/11/2022	Orderan pada shopee	Melakukan pengecekan orderan pada produk dan mengatur waktu pengiriman barang kepada ekspedisi	30 Menit	
2	Kamis, 17/11/2022	Mengupload konten pada instagram	Membuat konten untuk story instagram	10 Menit	
			Membuat copywriting dan upload feed baru pada story instagram	30 Menit	
3	Senin - Minggu, 14 - 20/11/2022	Melakukan Pengecekan pada aplikasi shopee	Cek orderan	1 Jam 5 Menit	
			Menaikkan produk	1 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA					3 Jam 15 Menit

		Pekan 12			
1	Rabu, 23/11/2022		Survey ke beberapa tempat percetakan untuk cetak stiker dan <i>thanks you card</i>	4 jam	
2	senin - minggu, 21- 27/11/2022		Melakukan naikkan produk pada aplikasi shopee	1 jam 30 menit	
3		Melakukan Pengecekan pada aplikasi shopee	Cek orderan	1 Jam 5 Menit	
			Menaikkan produk	1 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				7 Jam 35 Menit	

		Pekan 13			
1		Melakukan diskusi dengan bagian riset	Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
			Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
2	senin - minggu, 21- 27/11/2022	Melakukan Pengecekan pada aplikasi shopee	Cek orderan	1 Jam 5 Menit	

			Menaikkan produk	1 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				4 Jam 5 Menit	

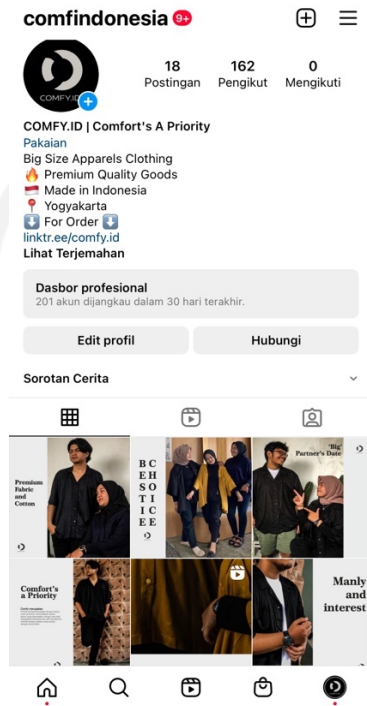
		Pekan 14			
1		Melakukan diskusi dengan bagian riset	Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
			Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
2	Rabu 07/12/2022	Melakukan upload instagram	Upload postingan terbaru pada feeds instagram	20 Menit	
3	senin - minggu, 21-27/11/2022	Melakukan pengecekan pada aplikasi shopee	Cek orderan	1 Jam 5 Menit	
			Menaikkan produk	1 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				4 Jam 25 Menit	

		Pekan 15			
1		Melakukan diskusi dengan bagian riset	Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
			Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
2	Rabu 14/12/2022	Melakukan upload instagram	Upload postingan terbaru pada feeds instagram	20 Menit	
3	senin - minggu, 21- 27/11/2022	Melakukan pengecekan pada aplikasi shopee	Cek orderan	1 Jam 5 Menit	
			Menaikkan produk	1 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				4 Jam 25 Menit	

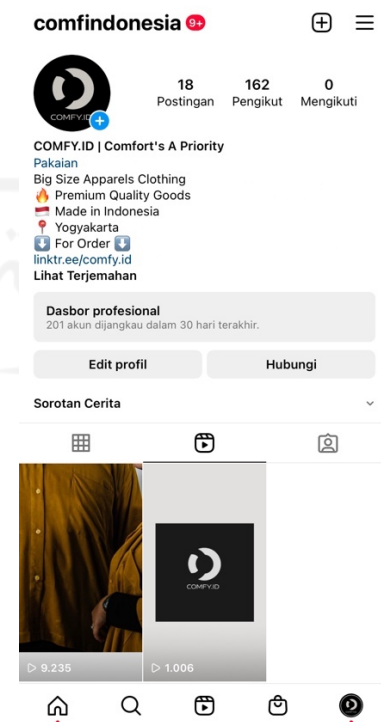
		Pekan 16			
1		Melakukan diskusi dengan bagian riset	Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
			Melakukan diskusi untuk membuat copywriting bersama bidang digital marketing	1 Jam	
2	senin - minggu, 21-27/11/2022	Melakukan Pengecekan pada aplikasi shopee	Cek orderan	1 Jam 5 Menit	
			Menaikkan produk	1 Jam	
TOTAL WAKTU & BIAYA				4 Jam 5 Menit	

Bukti Laporan Kegiatan

1. Instagram comfy.id



2. Konten Reels Instagram



3. Feeds Instagram & Copywriting



Lihat Insight

Promosikan postingan

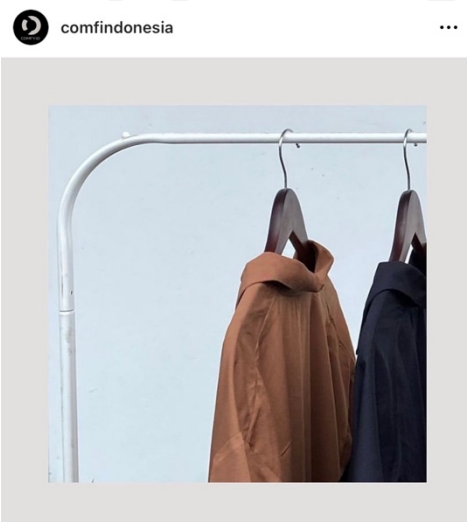


9 suka

comfindonesia Ada yang bilang tak kenal maka tak nyaman. kenalan yuk siapa tau jadi nyaman 😊

Nih mincy spill sample desain dari salah satu produk kita, kerenkan? Pasti dong!

Coba tulis di comment deh kira-kira ada warna apa aja?



Lihat Insight

Promosikan postingan



10 suka

comfindonesia Mincy kasih bocoran warnanya satu lagi deh.

24 Oktober



Lihat Insight

Promosikan postingan



11 suka

comfindonesia Mincy spill sedikit detail dari produk kita.

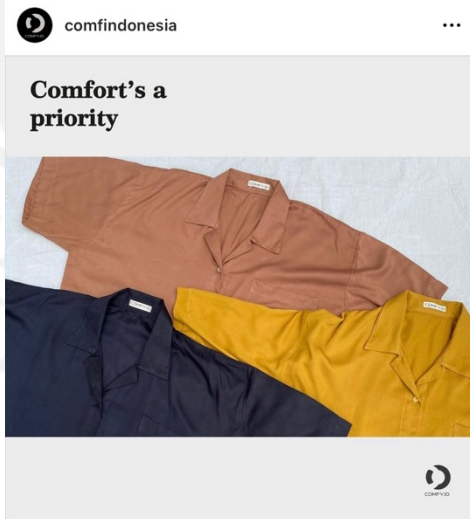
.

.

.

Jaitannya aja rapih bgt.

Pokoknya mincy bakalan kasih kualitas Premium buat kalian!!



Lihat Insight

Promosikan postingan

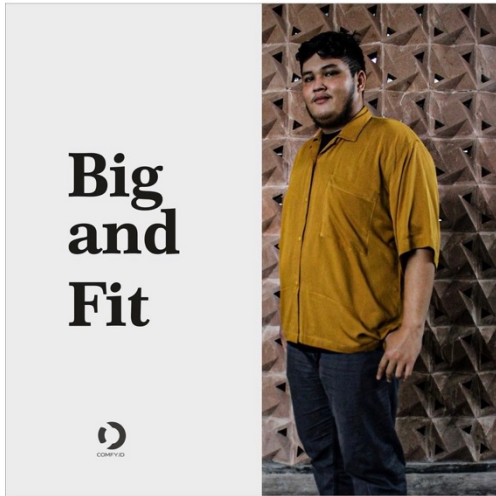


23 suka

comfindonesia Niatnya mincy mau ngajak basa basi dulu. Tapi ini kenapa udh pada kepanasan duluan 😊

Tampilkan semua 4 komentar

27 Oktober



Lihat Insight

Promosikan postingan

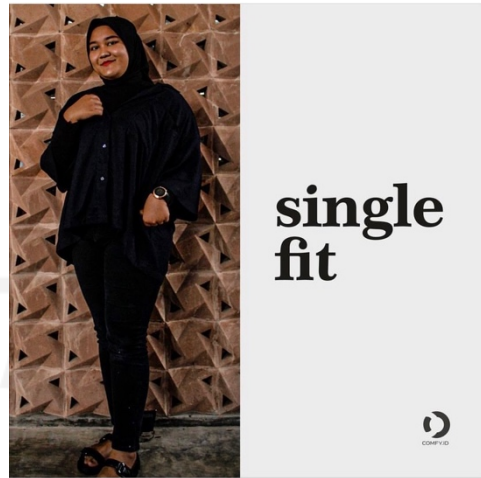


25 suka

comfindonesia Tampil Cool Dan Elegan.

Gimana udah pada gajian semuanya? Tapi mincy masih bingung nih mau launching kapan 😊. Menurut kalian kapan ya?

Tampilkan semua 3 komentar



Lihat Insight

Promosikan postingan



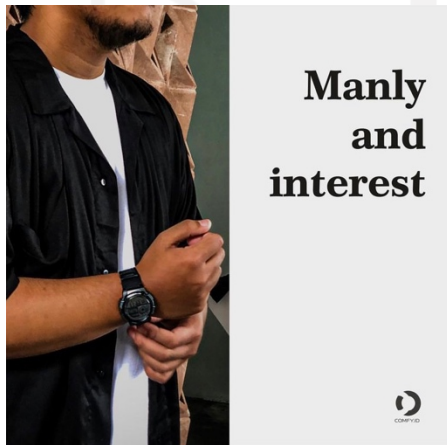
18 suka

comfindonesia : Mincy ini kemjanya cuma buat cowo doang yaa??

Etsss siapa bilang. Nih buktinya buat cewe juga bisa loh. Tetap keliatan cantik dan juga feminim 😊

Udh makin ga sabar yaa? Oke deh, karena kalian sudah makin kepanasan.

KITA LAUNCHING MALAM INI !!!



Lihat Insight

Promosikan postingan



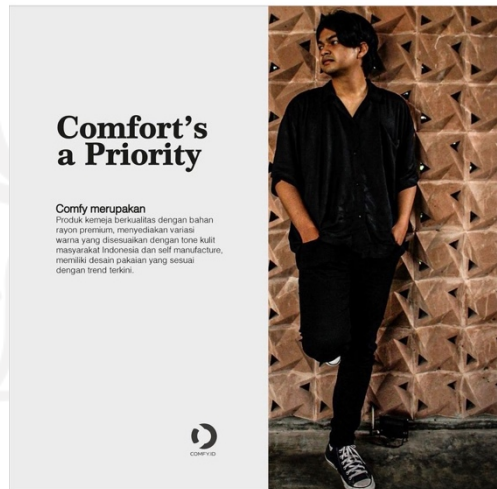
12 suka

comfindonesia Manly And Interest.

Mincy bawa kabar gembira nih. Yang kalian semua tunggu-tunggu. Ada yang udh bisa nebak kira-kira apaa?

lyap benar sekali.
KITA LAUNCHING JAM 20.00 WIB

Pantauin terus yaa jangan sampe kalian kehabisan!!



Lihat Insight

Promosikan postingan



17 suka

comfindonesia Mincy terharu banget liat antusias kalian yang sangat luar biasa.

Yang kemaren ga kebagian sekarang bisa cek di @shopee_id kita ya. Masih harga Launching!

comfindonesia

'Big' Partner's Date

Lihat Insight Promosikan postingan

25 suka

comfindonesia Untuk ngantor, nyantai dirumah, kuliah dan ataupun hangout bareng teman/ngdate bareng pacar, Boyya Shirt Premium siap nemenin semua aktivitasmu!

17 November

comfindonesia

BESTIE CHOICE

Lihat Insight Promosikan postingan

15 suka

comfindonesia • BESTIE CHOICE •

7 Desember · Lihat terjemahan

comfindonesia

Premium Fabric and Cotton

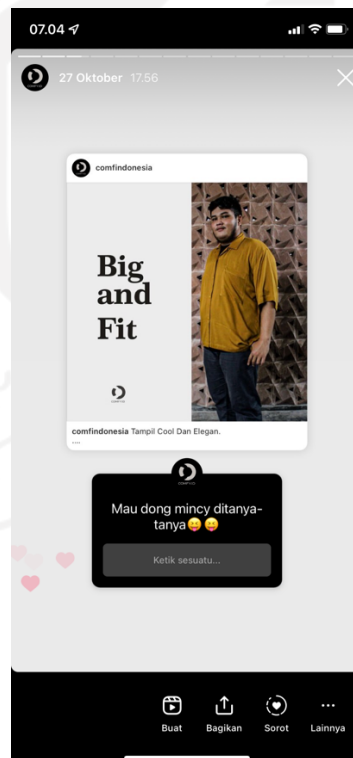
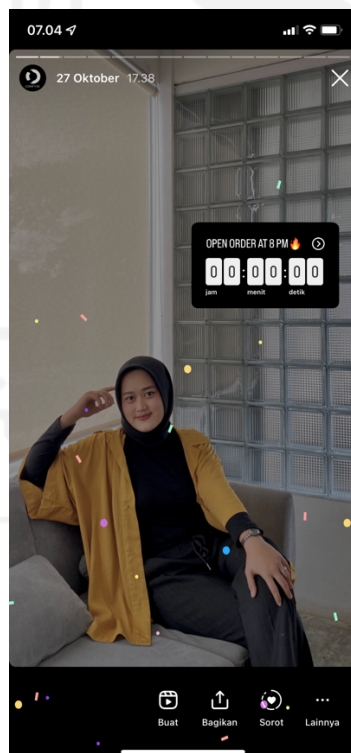
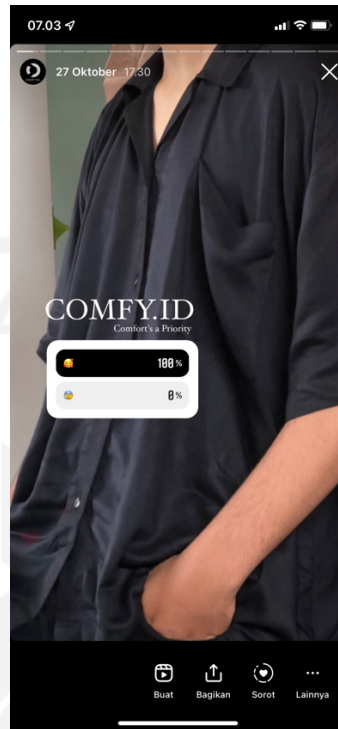
Lihat Insight Promosikan postingan

20 suka

comfindonesia PREMIUM FABRIC AND COTTON

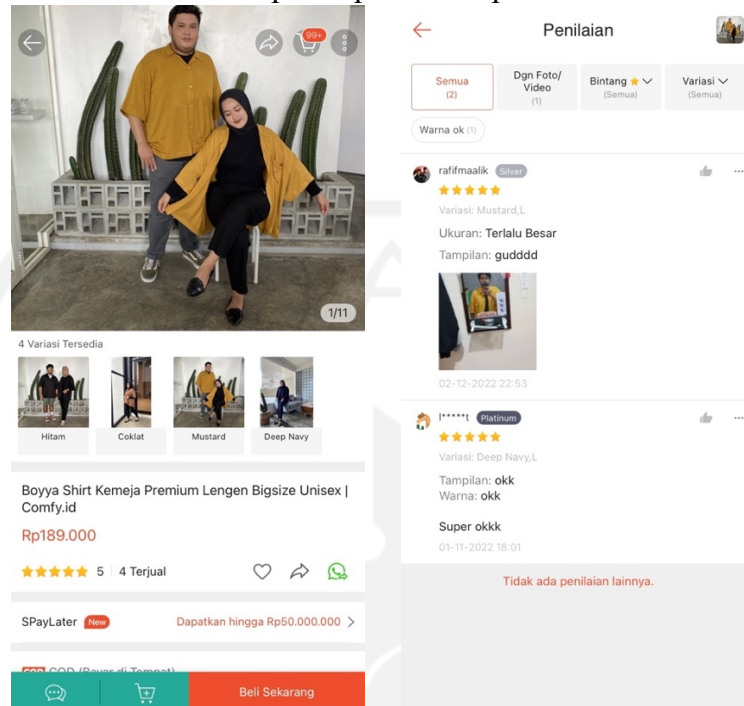
4 hari yang lalu · Lihat terjemahan

4. Story Instagram





5. Bukti dan testimoni pada aplikasi shopee



6. Bukti Saat Foto Produk & Model Produk



7. Melakukan survei lapangan untuk memilih bahan kemeja *big size* dengan pertimbangan harga dan kualitas



8. Melakukan survey harga dan jenis kertas ke beberapa percetakan



9. Melakukan foto produk bersama bagian desain grafis



10. Melakukan *quality control* pada produk contoh





RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 28 Februari 2000 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Susila Hartana dan Sri Surahmi. Saat ini beliau bertempat tinggal di Jl. Sinai Timur no 28 RT 001 RW 015, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Banten. HP : 081290210410 Alamat Email : daffahartono20@gmail.com. Pendidikan Terakhir di SMA Islamic Village, lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2018 penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Penulis aktif mengikuti organisasi kampus yaitu Forum Kajian Ekonomi Islam (FKEI) dan organisasi di luar kampus Himpunan Mahasiswa Tangerang (HIMATA). Saat ini penulis sedang aktif bekerja di CV. Centra Grafindo di Yogyakarta.

