

LAMPIRAN

Lampiran 1 Analisa Matrik SWOT

Faktor	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Internal	1. Desain produk unik 2. Memiliki bahan berkualitas tinggi 3. Free kirim dalam kota 4. Fleksibilitas dalam Produksi 5. Eksklusivitas produk 6. Model bisnis (D2C)	1. Brand Awareness masih rendah 2. Modal terbatas 3. Ketergantungan pada pemasaran digital 4. Kurang eksposur fisik
Faktor Eksternal		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	S – O	W – O
1. Tren Fashion Lokal yang Meningkat 2. Perluasan Pasar Melalui E-commerce 3. Kolaborasi dengan Influencer 4. Peningkatan kesadaran terhadap <i>sustainability</i>	1. Memanfaatkan kekuatan desain produk unik dan kualitas tinggi untuk memanfaatkan tren fashion local yang meningkat 2. Kolaborasi dengan influencer yang sesuai dengan target pasar guna meningkatkan kesadaran brand dan memanfaatkan kekuatan model bisnis <i>Direct-to-consumer</i> (D2C)	1. Memperbaiki <i>Brand Awareness</i> dengan memanfaatkan peluang ko-Laborasi influencer serta perluasan pasar melalui e-commerce. 2. Memanfaatkan peluang dalam pengembangan event offline seperti pop up store untuk memperluas jangkauan dan Memberikan eksposur Fisik pada produk
Ancaman (<i>Threats</i>)	S – T	W – T
1. Persaingan yang Ketat 2. Perubahan Tren Fashion yang Cepat 3. Ketergantungan pada	1. Menggunakan kekuatan <i>Fleksibilitas</i> dalam produksi dan <i>Eksklusivitas</i> produk untuk meng-	1. Diversifikasi strategi pemasaran melalui media offline seperti event atau

Media Sosial 4. Kondisi Ekonomi	atasi ancaman persaingan yang ketat di industry fashion 2. Mengandalkan kualitas bahan yang tinggi dan strategi free delivery Dalam kota untuk mengatasi ancaman perubahan	bazar
------------------------------------	---	-------

Lampiran 2 SWOT Dari “Unrestrained”

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan(Strengths) 1. Desain produk unik 2. Memiliki bahan berkualitas tinggi 3. Free kirim dalam kota 4. Fleksibilitas dalam Produksi 5. Eksklusivitas produk 6. Model bisnis (D2C)	Peluang(Opportunities) 1. Tren Fashion Lokal yang Meningkat 2. Perluasan Pasar Melalui E- commerce 3. Kolaborasi dengan Influencer 4. Peningkatan Kesadaran Terhadap Sustainability
Kelemahan(Weakness) 1. Brand Awareness masih rendah 2. Modal terbatas 3. Ketergantungan pada pemasaran digital 4. Kurang eksposur fisik	Ancaman(Threats) 1. Persaingan yang Ketat 2. Perubahan Tren Fashion yang Cepat 3. Ketergantungan pada Media Sosial 4. Kondisi Ekonomi

Lampiran 3 Analisis SWOT (IFAS & EFAS) Dan Grand Matriks Strategy

No.	Faktor Internal Perusahaan	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (Strength)			
1.	Desain Produk Yang Unik	0,155	4,5	0,6975
2.	Memiliki Bahan Berkualitas Tinggi	0,145	4,4	0,638
3.	Free Kirim Dalam Kota	0,125	4,3	0,5375
4.	Fleksibilitas Dalam Produk	0,095	4,2	0,399
5.	Eklusivitas Produk	0,105	4,4	0,462
6.	Model Bisnis (D2C)	0,095	4,1	0,3895
	Total Kekuatan	0,72		3,1235
NO	Kelemahan (Weakness)	Bobot	Rating	Skor

1.	Brand Awareness	0,03	2	0,06
2.	Modal Terbatas	0,045	1,5	0,0675
3.	Ketergantungan Pada Pemasaran Digital	0,055	1	0,055
4.	Kurang Eksposur Fisik	0,05	2	0,1
Total Kekuatan		0,18		0,2825
Total Keseluruhan		1,08		3,406

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang (Opportunity)			
1	Tren Fashion Lokal Yang Meningkat	0,18	4	0,72
2	Perluasan Pasar Melalui E-Commerce	0,16	3,8	0,608
3	Kolaborasi Dengan Influencer	0,15	3,6	0,54
4	Peningkatan Terhadap Sustainability	0,14	3,5	0,49
Total Kekuatan		0,63		2,358
NO	Ancama (Threats)	Bobot	Rating	Skor
1	Persaingan Yang Ketat	0,13	3	0,39
2	Perubahan Tren Fashion Yang Cepat	0,07	1,8	0,126
3	Ketergantungan Pada Media Sosial	0,09	2	0,18
4	Kondisi ekonomi	0,08	1,5	0,12
Total Kekuatan		0,37		0,816
Total Keseluruhan		1		3,174

Faktor	Strength (S)	Weakness (W)
Internal		
Faktor Eksternal		
Opportunity (O)	$SO = S + O$ $SO = 3,12 + 2,35$ $SO = 5,47$	$WO = W + O$ $WO = 0,28 + 2,35$ $WO = 2,63$
Threats (T)	$ST = S + T$ $ST = 3,12 + 0,81$ $ST = 3,93$	$WT = W + T$ $WT = 0,28 + 0,81$ $WT = 1,09$

Lampiran 4 Bussines Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas

KEY PARTNERS -Vendor kain dan bahan baku -Platform marketplace -Influencer -Vendor logistik	KEY ACTIVITIES -Pengembangan produk -Pemasaran digital -Manajemen operasional -Kerjasama dengan influencer. KEY RESOURCES -Desain kreatif -Tim kreatif dan produksi -Vendor -Platform digital	VALUE PROPOSITIONS -Desain unik -Kualitas premium -Eksklusivitas produk yang dirilis dalam jumlah terbatas, menciptakan kesan eksklusif bagi pelanggan.	CUSTOMER RELATIONSHIP -Interaksi langsung melalui media sosial -Layanan purna jual yang responsif -Kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan brand awareness CHANNEL -E-commerce -Media Sosial: Instagram dan TikTok digunakan untuk promosi, interaksi dengan pelanggan, dan penjualan langsung. -Event Offline	CUSTOMER SEGMENTS -Anak muda yang berusia 18-30 tahun, yang tertarik pada fashion streetwear. -Pecinta gaya hidup urban yang menginginkan kebebasan berekspresi melalui fashion. -Komunitas kreatif dan individu yang mencari pakaian dengan desain unik dan orisinal.
COST STRUCTURE -Biaya produksi -Biaya pemasaran -Biaya operasional. -Pengembangan produk			REVENUE STREAM -Penjualan langsung produk melalui e-commerce dan media sosial. -Kolaborasi dengan brand lain atau influencer -Penjualan merchandise eksklusif untuk komunitas loyal.	

Lampiran 5 Hasil Penjualan “Unrestrained”

Tanggal	Entitas	Keterangan	Harga
11/05/2024	Persediaan modal awal		RP.1.500.000
20/05/2024	Pembelian	Sample T-shirt	RP. 85.000
25/05/2024	Pembelian	Stiker,Packaging,Biaya Operasi	RP. 140.000
01/06/2024	Pembelian	14Pcs T-shirt	RP. 1.190.000
07/06/2024	Penjualan	2Pcs T-shirt	RP. 220.000
15/06/2024	Penjualan	5Pcs T-shirt	RP. 550.000
18/06/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
19/06/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
25/06/2024	Penjualan	3Pcs T-shirt	RP. 330.000
29/06/2024	Penjualan	2Pcs T-shirt	RP. 220.000
30/06/2024	Pembelian	14Pcs T-shirt	RP. 1.190.000
01/07/2024	Penjualan	2Pcs T-shirt	RP. 220.000
07/07/2024	Penjualan	2Pcs T-shirt	RP. 220.000
10/07/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
11/07/2024	Pembelian	Biaya Operasi Bulanan	RP. 70.000
12/07/2024	Penjualan	4Pcs T-shirt	RP. 440.000
02/08/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
18/08/2024	Penjualan	3Pcs T-shirt	RP. 330.000
30/08/2024	Penjualan	2Pcs T-shirt	RP. 220.000
31/08/2024	Pembelian	Biaya Operasi Bulanan	RP. 70.000
02/09/2024	Pembelian	11Pcs T-shirt	RP. 935.000
10/09/2024	Penjualan	2Pcs T-shirt	RP. 220.000
12/09/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
15/09/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
16/09/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
20/09/2024	Penjualan	3Pcs T-shirt	RP. 330.000
20/09/2024	Pembelian	Biaya Operasi Bulanan	RP. 70.000
22/09/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
25/09/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
29/09/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
05/10/2024	Pembelian	10Pcs T-shirt	RP. 850.000
07/10/2024	Penjualan	2Pcs T-shirt	RP. 220.000
10/10/2024	Penjualan	5Pcs T-shirt	RP. 550.000
10/10/2024	Pembelian	Biaya Operasi Bulanan	RP. 70.000
20/10/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
25/10/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000
31/10/2024	Penjualan	1Pcs T-shirt	RP. 110.000

Lampiran 6 Laporan Laba Rugi “Unrestrained”

Keterangan	Jumlah
Penjualan	
T-shirt (50 pcs x Rp110.000)	Rp.5.500.000
Total Laba Kotor	Rp.5.500.000
Dikurangi	
Biaya Produksi per baju (50 pcs x Rp.85.000)	Rp.4,250.000
Biaya Operasional (5 Bulan)	Rp.70.000x5 = Rp.350.000
Laba Bersih	
Total Penjualan - (Biaya Produksi + Biaya Operasional)	Rp.5.500.000 - (Rp.4.250.000 + Rp.350.000
Total Laba Bersih	Rp.900.000

Lampiran 7 Hasil Turnitin

STRATEGI PEMASARAN USAHA FASHION DENGAN ANALISIS SWOT UNTUK MENDAPATKAN DAYA SAING PADA BRAND UNRESTRAINED

ORIGINALITY REPORT		
18%	16%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
		9%
		STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES		
1	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	2%
2	jurnal.pnj.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Mulawarman Student Paper	2%
4	nanopdf.com Internet Source	1%
5	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
6	so04.tci-thaijo.org Internet Source	1%
7	e-journal.hamzanwadi.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Tadulako Student Paper	1%
	repository.unibos.ac.id	
9	Internet Source	1%
10	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
11	journal.csspublishing.com Internet Source	1%
12	proceedings.unisba.ac.id Internet Source	1%
13	ojs.diniyah.ac.id Internet Source	1%
14	jurnal.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
15	Submitted to Udayana University	1%

Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Pst 140&141 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

SEMESTER
Gasal / Genap
2020 / 2021

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa / NBI : Esik Leonardo / 1212.100279

Nama Pembimbing : Prof. Dr. Sibi Mulyanah, MM

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN USAHA FASHION DENGAN ANALISIS SWOT UNTUK MENDAPATKAN DAYA SAING PADA BRAND UNRESTRAINED

Mulai Program Skripsi : Semester 7 **Thn. Ak.** 2021 **Selesai Bimbingan Tanggal**

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	Sel, 17-09-2020	Judul	Usaha "Wira Usaha Unrestrained" Bisnis Clothing Brand <u>Acc</u>	<u>✓</u>
2	Rabu, 02-10-2020	Bab 1-3	Proposal	<u>✓</u>
3	Sel, 08-10-2020	Proposal	Revisi	<u>✓</u>
4	Senin 19-10-2020	Proposal	<u>Acc</u>	<u>✓</u>
5	Kamis 21-11-2020	BAB 4	BAB 4 REVISI	<u>✓</u>
5	Juman 6-12-2020	BAB 4 & 5	BAB 4 dan 5 Revisi	<u>✓</u>
6	Senin 9-12-2020	BAB 1-5	Revisi	<u>✓</u>
7	Sel 10-12-2020	Bab 1-5	<u>Acc</u>	<u>✓</u>

Perpanjangan I

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kajar : _____

Surabaya,

Prof. Dr. Sibi Mulyanah
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)