

FINAL REPORT

It's B

*"Batik For —
Your Lifestyle"*

Social
Business
Entrepreneurship



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan laporan akhir untuk Mata Kuliah Kewirausahaan Sosial dengan baik. Kami selaku penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua Bapak/Ibu Dosen Mata Kuliah Kewirausahaan Sosial, para asisten ESME Laboratoriy atas masukannya, serta pihak-pihak lain yang tidak bias disampaikan satu per satu.

Kami sebagai penulis meminta maaf yang sebesar-besarnya apabila masih terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan laporan ini. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik lagi ke depannya. Demikian yang bisa penulis sampaikan, semoga laporan ini dapat menambah ilmu laporan dan bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 9 Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

EXECUTIVE SUMMARY	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Inovasi	1
1.2 Profil It's B	1
1.3 Deskripsi produk	2
1.4 Deskripsi Produk	Error! Bookmark not defined.
1.5 SBMC	Error! Bookmark not defined.
1.6 Analisa Kompetisi	Error! Bookmark not defined.
BAB II MANAJEMEN DAN ORGANISASI	6
2.1 Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
2.2 Job Description	Error! Bookmark not defined.
BAB III MARKETING	15
3.1 Analisis STP	Error! Bookmark not defined.
3.2 Analisis 4P	Error! Bookmark not defined.
3.3 Analisis Kompetitor	Error! Bookmark not defined.
3.4 Strategi Sosial Media	Error! Bookmark not defined.
BAB IV OPERASIONAL	Error! Bookmark not defined.
4.1 Lokasi Usaha	Error! Bookmark not defined.
4.2 Daftar peralatan dan fasilitas yang dibutuhkan	Error! Bookmark not defined.
4.3 Flowchart proses produksi	Error! Bookmark not defined.
4.4 Denah layout tempat produksi	Error! Bookmark not defined.
BAB V FINANCE	Error! Bookmark not defined.
5.1 Modal usaha dan alokasinya	Error! Bookmark not defined.
5.2 Laporan Keuangan	Error! Bookmark not defined.
5.3 Proyeksi keuangan 3 tahun ke depan ..	Error! Bookmark not defined.
5.4 Break Even Point (BEP)	Error! Bookmark not defined.
5.5 Payback Period	Error! Bookmark not defined.

5.6 Social Return on InvestmentError! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.
Gambar 2.
Gambar 3.
Gambar 4.
Gambar 5.
Gambar 6.
Gambar 7.
Gambar 8.
Gambar 9.
Gambar 10.
Gambar 11.
Gambar 12.
Gambar 13.
Gambar 14.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.
Tabel 2.
Tabel 3.
Tabel 4.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Inovasi

It's B adalah sebuah *brand* yang bergerak di bidang fashion dengan ciri khas yaitu mengkolaborasikan antara kain batik yang berasal dari jetis dengan *streetwear apparel* seperti *hoodie*, *bomber jacket*, *t-shirt*, *sweater*, dan sebagainya untuk menghilangkan kesan formal dari batik. *Brand* ini didirikan karena semenjak turunnya bupati Sidoarjo yaitu Drs. Win Hendrarso MSi pada tahun 2010, menyebabkan pasar batik yang berasal dari Jetis, Sidoarjo ini mulai berkurang peminatnya. Dengan berkurangnya peminat akan batik asal Jetis ini menyebabkan pendapatan pengrajin maupun penjual batik asal Jetis tersebut mulai turun.

Awal mula ide kolaborasi *streetwear apparel* dengan batik khas Indonesia berasal dari ketidak nyamanan seorang pecinta batik dikalangan milenial yang dinilai terlihat seperti menggunakan *outfit* formal dan terkesan lebih tua. Hal ini cukup membuat dirinya enggan untuk menggunakan batik sebagai *outfit* sehari-hari.

1.2 Profil It's B

- Visi
Visi dari It's B adalah *rebranding* Batik Jetis dengan sentuhan seni *streetwear* untuk mengangkat kembali batik asal Jetis dan menambah kesan bahwa batik tidak hanya untuk pakaian formal.
- Misi
 - ✓ Berkolaborasi dengan pengrajin maupun penjual Batik Jetis untuk menciptakan produk terbaru
 - ✓ Terus melakukan inovasi yang mengikuti trend terkini
 - ✓ Selalu menjaga kualitas produk agar sesuai dengan tuntutan konsumen
- Makna It's B
It's merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris yang memiliki arti "itu adalah" yang mengarah kepada suatu benda. Kami ingin menunjukkan bahwa benda yang kami jual atau produk yang kami tawarkan merupakan batik. Meskipun dari sekilas bentuknya tidak seperti batik pada umumnya yang hanya dijadikan kemeja atau pakaian biasa karena kami mengubah batik menjadi *streetwear* agar batik tak hanya menjadi *outfit* pada saat tertentu saja, tapi juga menjadi *lifestyle* masyarakat Indonesia.
B merupakan kata yang terletak setelah kata **It's** yang mewakili kata "Batik". Huruf awal dari kata batik tersebut melambangkan bahwa It's B mengkolaborasikan desain *streetwear* dengan motif batik pada tiap produknya.
- Logo It's B
rangkaian dari huruf yg ada di kata "it's b" menyerupai angka 8, karena it's b ingin terus konsisten, bertahan, dan berkembang

Gambar 4. Logo It's B



1.3 Deskripsi produk

- *. Black Mega Cloud*

Mega Cloud memiliki arti yaitu mega mendung. Motif mega mendung merupakan salah satu karya seni batik. *Arti dari motif Mega Mendung* ialah awan yang muncul ketika cuaca sedang mendung. Kolaborasi antara warna hitam dengan batik motif mega mendung untuk menekankan bahwasannya Indonesia memiliki seni yang tidak ada batasnya.



Gambar
Produk hoodie
black mega cloud

1.

- *Ukiyo Greying*
Dalam bahasa Jepang, "ukiyo" berarti "zaman sekarang". Perpaduan antara warna Grey dengan batik berwarna Orange untuk membawa kesan zaman *now* di tiap kombinasinya.

Orange



Gambar 2
.Produk hoodie ukiyo

greying orange

- *White Pavo*

Pavo - adalah salah satu dari dua marga burung merak. Marga ini terdiri dari dua spesies burung merak yang hanya ditemukan di Asia.

Kolaborasi antara warna putih dan batik motif merak, dituangkan dalam



hoodie agar tercipta perpaduan fashion yang menarik dan inovatif, dengan tujuan utama untuk memudahkan kesan “formal” yang terlanjur melekat pada batik.

Gambar 3. Produk hoodie white pavo

1.4 Peluang Pasar Segmenting

1. Geografis
 - a. Urbanization : Bertempat tinggal di daerah perkotaan.
 - b. Education and affluence : Memiliki pengetahuan tentang fashion dan ciri khas Indonesia, memiliki pendapatan menengah ke atas.
 - c. Family life cycle : Cenderung ke Young and Single (muda dan lajang) dan Newly Weeds (Baru menikah, tanpa anak).
 - d. Race and ethnicity : Warga Negara Indonesia.
2. Demografis
 - a. Age and life cycle : Kalangan muda, berusia 15-25 tahun.
 - b. Life Stage : Remaja hingga dewasa.
 - c. Gender : Laki-laki dan Perempuan.
 - d. Income : \geq Rp2.000.000
 - e. Generation : Millenials.
 - f. Social Class : Menengah ke atas.
 - g. Race and Culture : Penduduk Indonesia, pecinta produk Indonesia.
3. Psikografis
 - a. Personality Traits : Experiencers — Orang muda, antusias, impulsif yang mencari variasi dan kesenangan. Mereka yang menghabiskan proporsi pendapatan yang relatif tinggi untuk fashion, hiburan, dan bersosialisasi. Memiliki kepribadian *up to date* atau mengikuti tren, menyukai nilai-nilai budaya, dan tampil percaya diri.
 - b. Lifestyle : Gaya hidup modern (gaya hidup yang sarat dengan teknologi informasi), dan gaya hidup yang konsumtif.
 - c. Values : Memiliki pandangan bahwa produk kami memiliki nilai lebih untuk mengangkat batik sebagai ciri khas bangsa, serta

menilai bahwa menggunakan packaging yang salah satu bahan bakunya plastik memiliki manfaat untuk mengurangi sampah plastik yang mencemari lingkungan.

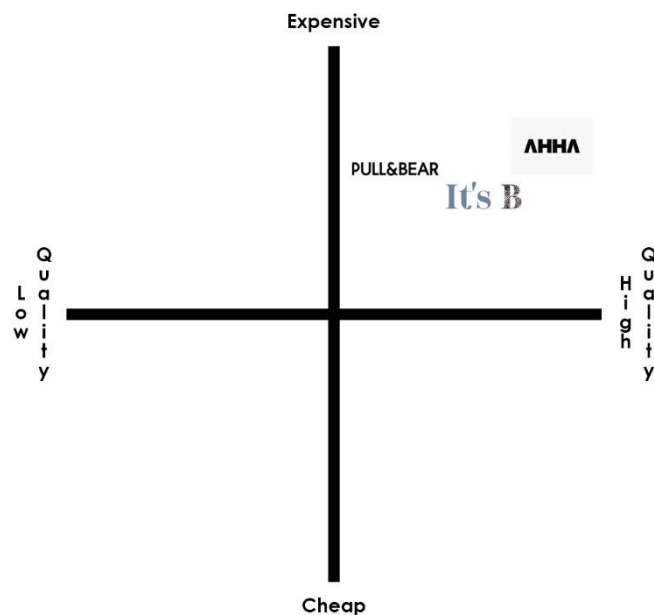
4. Perilaku

- a. Needs and Benefits : *Satisfied Sippers* (Orang-orang yang tidak terlalu mengerti tentang produk, namun ingin mencoba), *Savvy Shoppers* (Orang-orang yang mengerti tentang produk, dan mencari harga terbaik untuk produk yang mereka beli).
- b. Decision Roles : Initiator (mencari informasi), Decider (pembuat keputusan), Buyer (pembeli), dan User (pengguna).

Targeting

Penduduk Indonesia yang merupakan kaum millennial di kalangan muda, memiliki ketertarikan lebih terhadap produk yang memiliki nilai budaya, merupakan kalangan menengah ke atas, menghabiskan proporsi pendapatan yang relatif tinggi untuk fashion, hiburan, dan bersosialisasi, memiliki gaya hidup yang konsumtif, serta memiliki pandangan bahwa produk kami memiliki nilai lebih untuk mengangkat batik sebagai ciri khas bangsa.

Positioning



Gambar 6. Peta positioning It's B

1.5 Bisnis Model

(masinyari yg versi word)

1.6 SWOT

Strenght

- Produk menggunakan bahan baku berkualitas tinggi
- Desain hoodie menyesuaikan dengan tren *fashion* di Indonesia

Weakness

- Stock hoodie tidak tersedia setiap saat

Opportunity

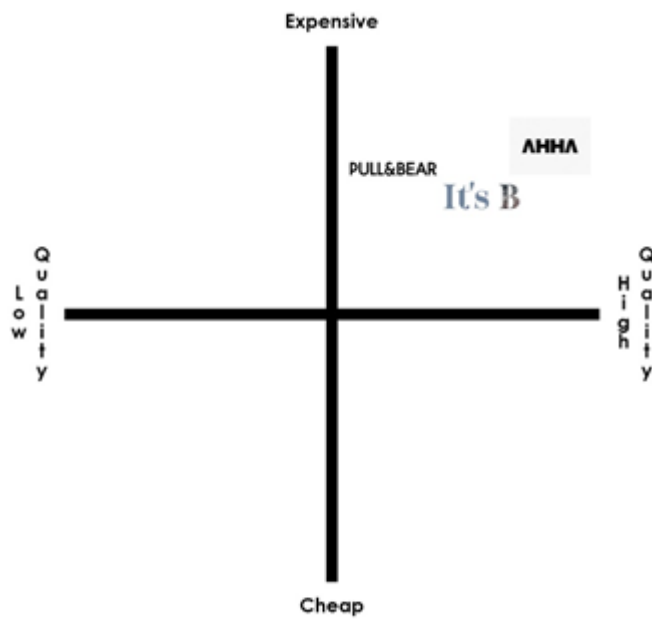
- Belum ada produk dalam negeri yang mengkombinasikan kain batik asli khas daerah di Indonesia dengan *fashion streetwear*
- Harga kompetitif, kualitas premium

Tread

- Belum mampu bersaing dengan brand hoodie lainnya

1.7 Analisa Kompetisi

- Kompetitor: Bisnis fashion yang ditetapkan menjadi kompetitor ada dua yaitu PULL&BEAR dan AHHA. kedua bisnis tersebut berfokus dalam menjual hoodie sebagaimana It's B juga menjual produk yang sama.
- Kategori kompetitor: Kategori kompetitor yang ditentukan dibagi menjadi dua tipe yaitu kompetitor primer, yaitu kompetitor yang menjual produk dan memiliki target market yang hampir sama dan kompetitor sekunder, yaitu kompetitor yang menjual produk dan memiliki target market yang salah satunya sama dan yang satunya tidak. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :
 - AHHA merupakan kompetitor primer.
 - PULL&BEAR merupakan kompetitor sekunder.
- Market positioning: Marketing positioning yang ditetapkan berdasarkan dua variabel yaitu harga dan kualitas produk.



- **Fitur lainnya:**

Nama Bisnis	Value Proposition	Website	Payment	Shipping
Its B	<ul style="list-style-type: none"> - Hoodie dengan desain streetwear menggunakan batik. - Packaging menggunakan perpaduan batik, kain dan plastik yang di-reuse. 	Segera tersedia	<ul style="list-style-type: none"> - Transfer bank - Secara tunai 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada fitur gratis ongkir - Area distribusi belum luas
PULL&BEAR	<ul style="list-style-type: none"> - Produk branded dunia yang 	Tersedia	<ul style="list-style-type: none"> - E-Commerc 	<ul style="list-style-type: none"> - Area distribusi

	stylish - Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau		e - Outlet resmi di mall	yang mendunia
AHHA	- Bisnis fashion streetwear asli dari Indonesia	Tersedia	- E-Commerce - Outlet resmi berada di kota besar Indonesia	- Adanya fitur gratis ongkir - Area distribusi seluruh Indonesia

Tabel 1. Perbandingan produk It's B dengan kompetitor

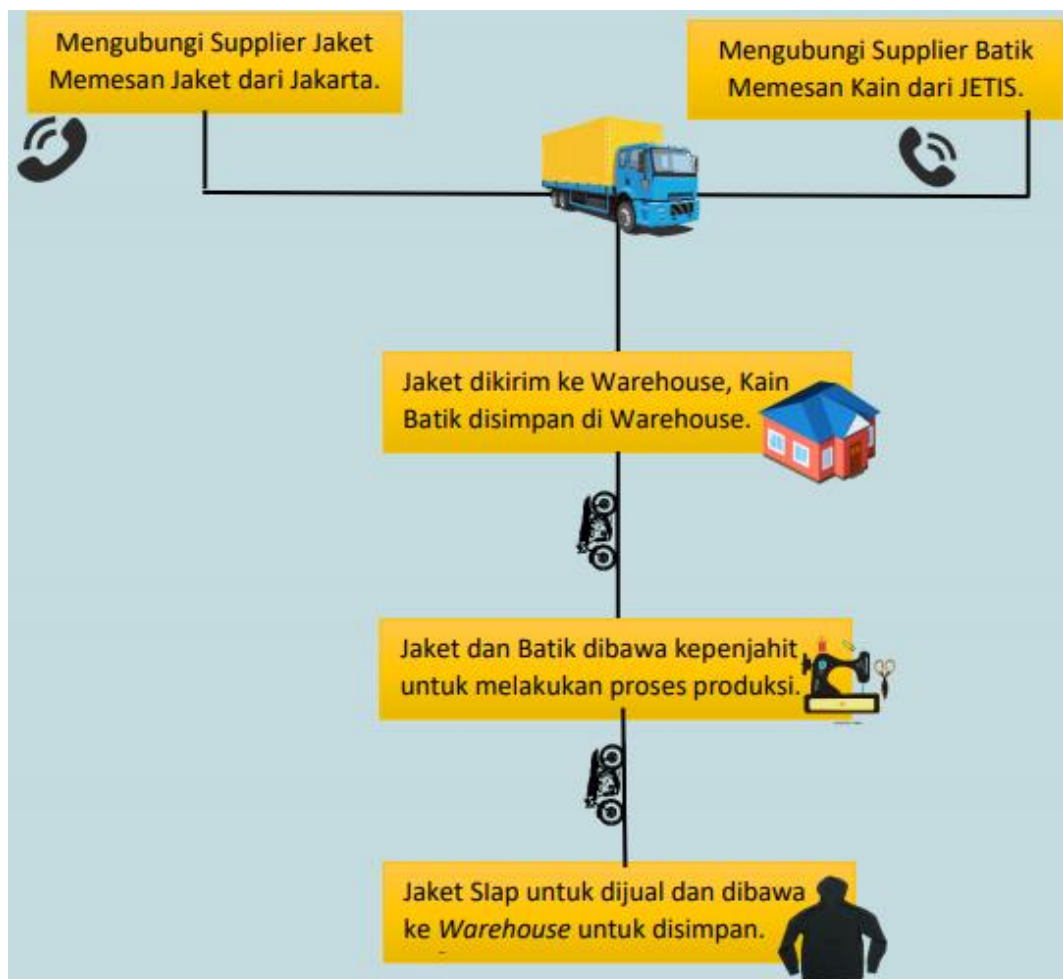
BAB II ISI

2.1 Mekanisme Produksi Barang

Dalam memproduksi produk IT'S B membutuhkan proses mulai dari *input* sampai dengan *output*. Langkah yang dibutuhkan yaitu menentukan sumber atau *supplier* bahan produksi lalu dikelola oleh penjahit dan dipasarkan ke tangan konsumen sesuai target produksi.

Rangkaian Proses

Rangkaian proses adalah kegiatan mengolah bahan baku dengan memanfaatkan peralatan sehingga menghasilkan barang atau jasa yang telah dirancang. Rangkaian proses produk IT'S B melalui tahap sebagai berikut:



Gambar 5. Rangkaian Proses Produk It's B

Dalam rangkaian di atas menjelaskan bahwa *supplier* dari IT'S B berasal dari Jakarta. Kemudian penjahit berasal dari daerah Sidoarjo jetis... Produksi yang dilakukan yaitu menambah motif dari jaket yang didapatkan dari *supplier* kemudian

motif batik yang terpilih dikombinasikan ke dalam jaket tersebut. Lalu jaket tersebut siap dijual ke tangan konsumen.

Karakteristik Proses Produksi

Berdasarkan Jangka Waktu Produksi

Produksi dilakukan secara terus menerus, yaitu produksi memakai berbagai fasilitas untuk menciptakan produk secara terus menerus. Proses ini tidak terpengaruh pada waktu dan musim tertentu. Namun produksi dilakukan dengan cara pembaruan design yang dirancang oleh tim IT'S B dengan corak batik sebagai motif produk IT'S B.

Sumber Faktor Produksi

Produk IT'S B terbuat dari jaket yang belum dimodifikasi oleh corak apapun. Jaket tersebut diperoleh dari tangan *supplier* Jakarta. Lalu jaket tersebut dimodifikasi dengan kain batik yang berasal dari *supplier* Jetis, Sidoarjo kemudian dikelola oleh penjahit untuk mengkombinasikan jaket polos dengan kain batik tertentu yang memiliki ciri khas budaya Indonesia.

Target Produksi

IT'S B telah melakukan percobaan penjualan selama 4 minggu. Pada waktu uji coba tersebut IT'S B memiliki target produksi dengan peningkatan jumlah penjualan per jenis produk menjadi 50 biji perbulan dan penambahan 20 biji pertahun untuk tahun selanjutnya. Target tersebut akan berhasil jika promosi yang dilakukan secara maksimal dengan keterlibatan media sosial.

2.2 Rencana Pemasaran

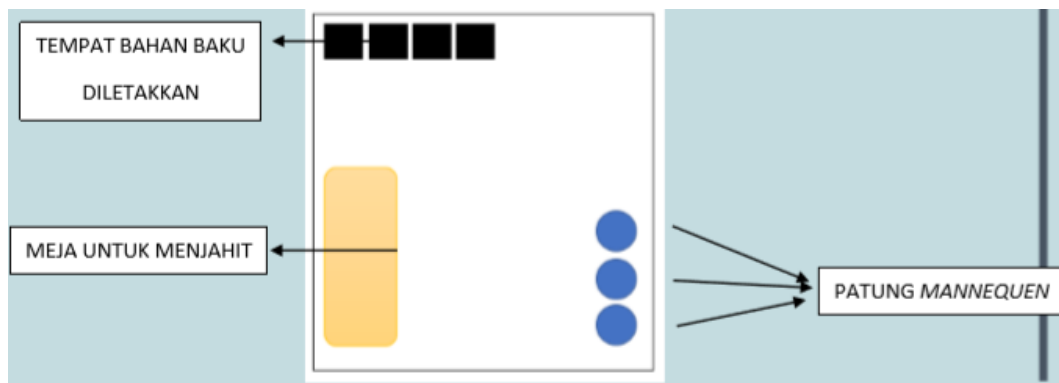
Dari rencana pemasaran yang ada, ITS'B memiliki keunggulan sebagai produk yang menimbulkan rasa percaya diri untuk menggunakan batik sebagai *life style*.

Target Market

Rencana Target *market* dari produk IT'S B adalah kaum *millennial* di kalangan muda, memiliki ketertarikan lebih terhadap produk yang memiliki nilai budaya, merupakan kalangan menengah ke atas, menghabiskan proporsi pendapatan yang relatif tinggi untuk *fashion*, hiburan, dan bersosialisasi, memiliki gaya hidup yang konsumtif, serta memiliki pandangan bahwa produk ITS'B memiliki nilai lebih untuk mengangkat seni budaya batik sebagai ciri khas bangsa.

Rencana Distribusi Maupun Penempatan Produk

Penempatan Produk



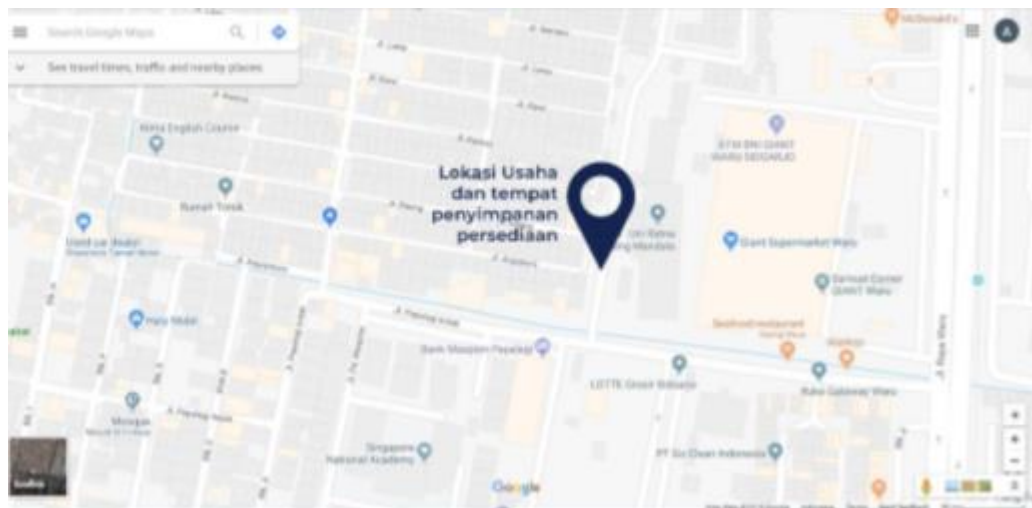
Gambar 2. Penempatan Produk IT'S B

Gambar diatas merupakan gambaran untuk penempatan produk maupun peralatan yang menunjang proses produksi IT'S B. Penentuan Lokasi Usaha Bisnis IT'S B bukan untuk melakukan kegiatan jual beli / Store melainkan lokasi usaha IT'S B merupakan Warehouse sebagai penyimpanan bahan baku maupun stok barang yang siap jual.. Lokasi Warehouse IT'S B terletak di alamat:

Jl. Argopuro No. 2 Perumahan Pepelegi Indah.

Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo.

Kode Pos : 61256



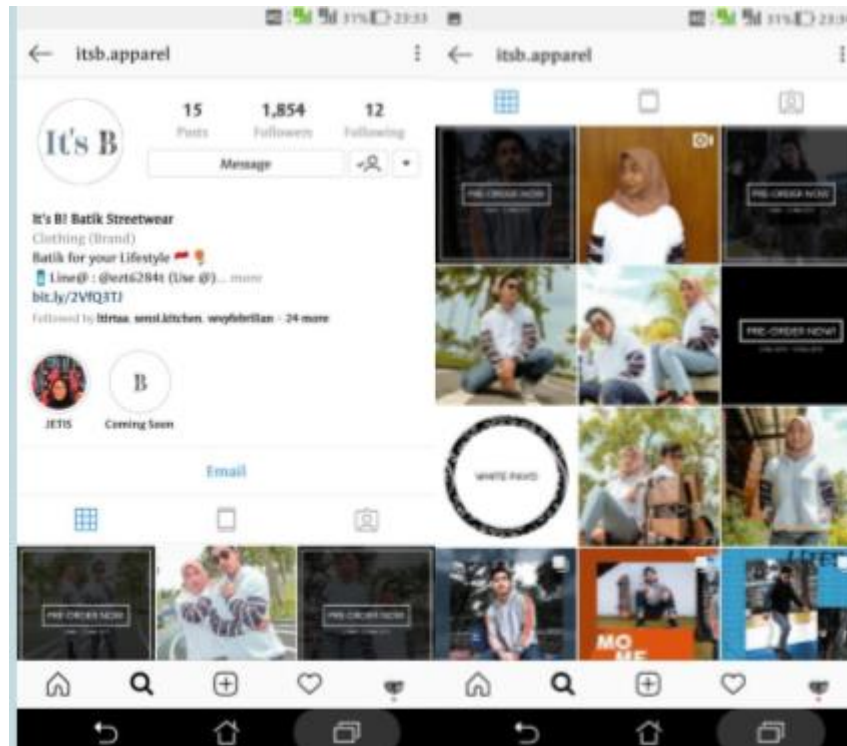
Gambar 3. Lokasi Warehouse Produk IT'S B

Distribusi

IT'S B menggunakan beberapa sosial media dalam melakukan pemasaran produknya yaitu:

1. Instagram (itsb.apparel)

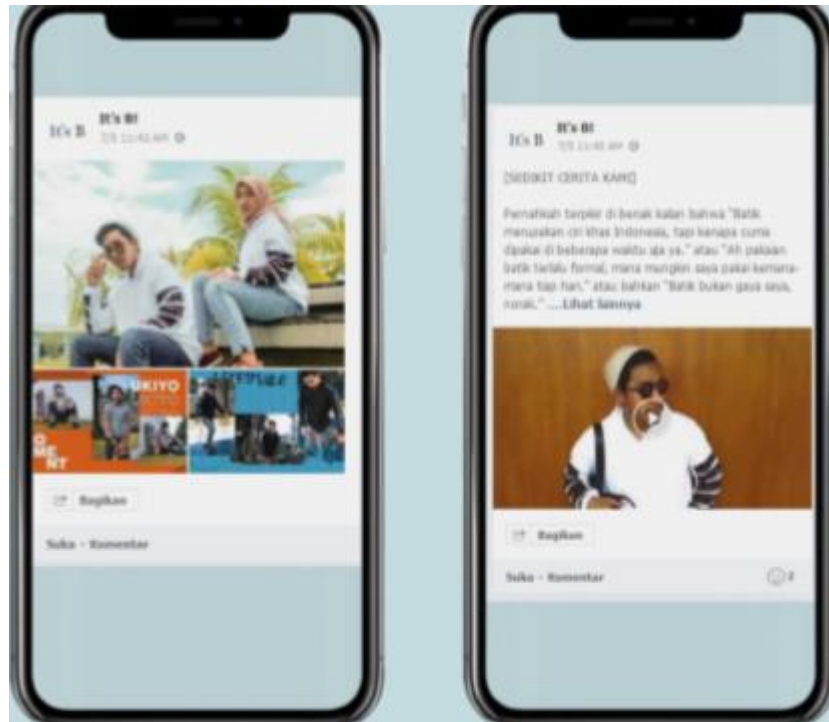
Instagram, dikenal sebagai IG atau Insta, adalah layanan jejaring sosial berbagi foto dan video yang dimiliki oleh Facebook. Instagram sangat familiar di Indonesia sehingga Instagram adalah sosial media pertama yang IT'S B buat. Konten yang IT'S B tunjukkan pada sosial media IT'S B sebagian besar postingan menggunakan visualisasi produk baik dalam bentuk foto maupun *motion* video. IT'S B menggunakan video *motion* dikarenakan visualisasi seperti ini lebih menarik daripada dalam bentuk foto.



Gambar 4. Instagram IT'S B

2. Line (@ezt6284t)

Line adalah aplikasi freeware untuk komunikasi instan pada perangkat elektronik seperti smartphone, komputer tablet, dan komputer. Pengguna dapat bertukar teks, gambar, video dan audio antar sesama. Line pada Indonesia sangat populer oleh kalangan pelajar. Id Line untuk IT'S B adalah @ezt6284t.



Gambar 5. Line IT'S B

Salah satu keunggulan menggunakan Line adalah fasilitas personal antara pelanggan yang hendak memesan produk IT'S B.

Strategi Promosi

Produk IT'S B dijual dengan harga :

BLACK MEGA CLOUD

Material : Premium Fleece

~~IDR 249.000~~

IDR 199.000



UKIYO GREYING ORANGE

Material : Premium Fleece

~~IDR 249.000~~

IDR 199.000

WHITE PAVO

Material : Premium Cotton

~~IDR 349.000~~

IDR 299.000



Dari strategi promosi yang ada IT'S B menggunakan berbagai sitem seperti

- Adanya diskon ketika *launch* produk baru, kurang lebih selama satu minggu.
- Adanya diskon ketika ada *event* tertentu, seperti hari kemerdekaan, tahun baru, dan lainnya

- Diskon yang diadakan adalah mendapatkan potongan harga 50.000 dari harga aslinya
- Adanya sistem penjualan secara *pre-order*, karena merupakan sistem yang dirasa paling sesuai dengan kondisi bisnis saat ini.
- Aktivitas promosi dilakukan di beberapa media, seperti Instagram, Line dan juga YouTube. Sebagian besar IT'S B menggunakan *video motion* dikarenakan visualisasi seperti ini lebih menarik konsumen.
- Menggunakan jasa endorse sebagai media promosi, yang akan dilakukan ke beberapa *public figure* yang memiliki dampak nyata terhadap aktivitas pemasaran.
- *Direct marketing* dilakukan dengan cara membagikan *leaflet* ke beberapa tempat khusus yang dirasa cocok untuk melakukan promosi.

Biaya Pokok Produksi dan Besaran Margin Usaha yang Diharapkan

Beban pokok penjualan

Bahan	Total	Jumlah
<i>Hoodie Premium Fleece</i>	3	Rp 270,000
<i>Hoodie Premium Cotton</i>	1	Rp 145,000
Kain Batik	2	Rp 60,250
Penjahit	4	Rp 100,000
Biaya Pengiriman Hoodie	4	Rp 33,000
Total		Rp 608,250

Kondisi di atas dilakukan, jika penjualan sejumlah 4 produk IT'S B dengan tiga *hoodie premium fleece* dan satu *hoodie premium cotton* dengan harapan terjadi keuntungan kurang lebih Rp 190.000 dari 4 produk yang terjual.

2.3 Proyeksi Keuangan

Ringkasan Kebutuhan Biaya

Daftar peralatan dan fasilitas yang dibutuhkan

Jenis Barang	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
Mesin Jahit		Rp 2,000,000	
Koneksi Internet (Wi-Fi)		Rp 300,000	
Jarum		Rp 6,000	

Benang		Rp 50,000	
Printer		Rp 700,000	
Gunting		Rp 10,000	
Alat komunikasi		Rp 2,000,000	
Laptop		Rp 5,000,000	
Alat transportasi sepeda motor		Rp 18,000,000	
Penggaris jahit		Rp 100,000	
Setrika		Rp 300,000	
Meja		Rp 500,000	
Alat kebersihan		Rp 200,000	
Lemari obat P3K		Rp 50,000	
Dispenser air minum		Rp 600,000	
Kamera		Rp 5,000,000	
X-banner		Rp 100,000	
Gantungan baju		Rp 300,000	
Total			

Sumber BukaLapak

Dari daftar tabel ringasan biaya yang dibutuhkan merupakan peralatan yang menunjang produksi produk IT'S B di tempat Warehouse yang memiliki fungsi penyimpanan bahan baku maupun stok barang siap jual.

ANALISA KEUNTUNGAN DAN KELAYAKAN USAHA

Break Even Point (BEP) Pada Tahun Uji Coba

ITS'S B	MODAL	HARGA	VARIABLE COST	BEP DALAM RUPIAH	BEP DALAM UNIT
PREMIUM FLEECE	Rp 2,100,000	Rp 250,000	Rp 153,500	Rp 5,440,414	22 hoodie
PREMIUM COTTON	Rp 2,100,000	Rp 350,000	Rp 209,830	Rp 5,243,632	15 hoodie

Analisa menggunakan BEP dengan fungsi untuk mengetahui kelayakan usaha dengan jumlah penjualan yang dilakukan. Dapat dilihat jika penjualan sejumlah 22 hoodie premium fleece akan terjadi balik modal sedangkan dari setiap jenis produk ditargetkan memproduksi sejumlah 50 Pcs perbulan. Sehingga dalam hal ini, IT'S B layak untuk dijadikan usaha karena menghasilkan laba untuk keberlanjutan usaha.

JANGKA WAKTU BALIK MODAL

Payback Period Pada Tahun Uji Coba

$$\begin{aligned}\text{Payback Period} &= \left(\frac{\text{Modal Awal}}{\text{Penjualan}} \right) \times \text{Lamanya Berjualan Uji Coba} \\ &= \left(\frac{\text{Rp } 2,100,000}{\text{Rp } 900,000} \right) \times 4 \text{ minggu} \\ &= 9.3 \text{ minggu} = 9 \text{ minggu}\end{aligned}$$

Modal akan kembali setelah penjualan dilakukan selama 9 minggu.

ANALISA LAPORAN LABA RUGI

Penjualan	Rp 900.000
Beban pokok penjualan	Rp 608.250
Laba kotor	Rp 291.750
Beban penjualan	Rp 100.000
Laba usaha	Rp 191.750

Kondisi di atas didapat dari jika hasil penjualan sejumlah 4 produk dengan mendapatkan potongan harga sebesar Rp 50.000 karena pembelian dilakukan pada saat adanya promo. Maka 4 produk yang terjual tersebut adalah tiga *hoodie premium fleece* dan satu *hoodie premium cotton* dengan total penjualan adalah Rp 900.000 dengan laba bersih sebesar Rp 191.750.

BAB III PENUTUP

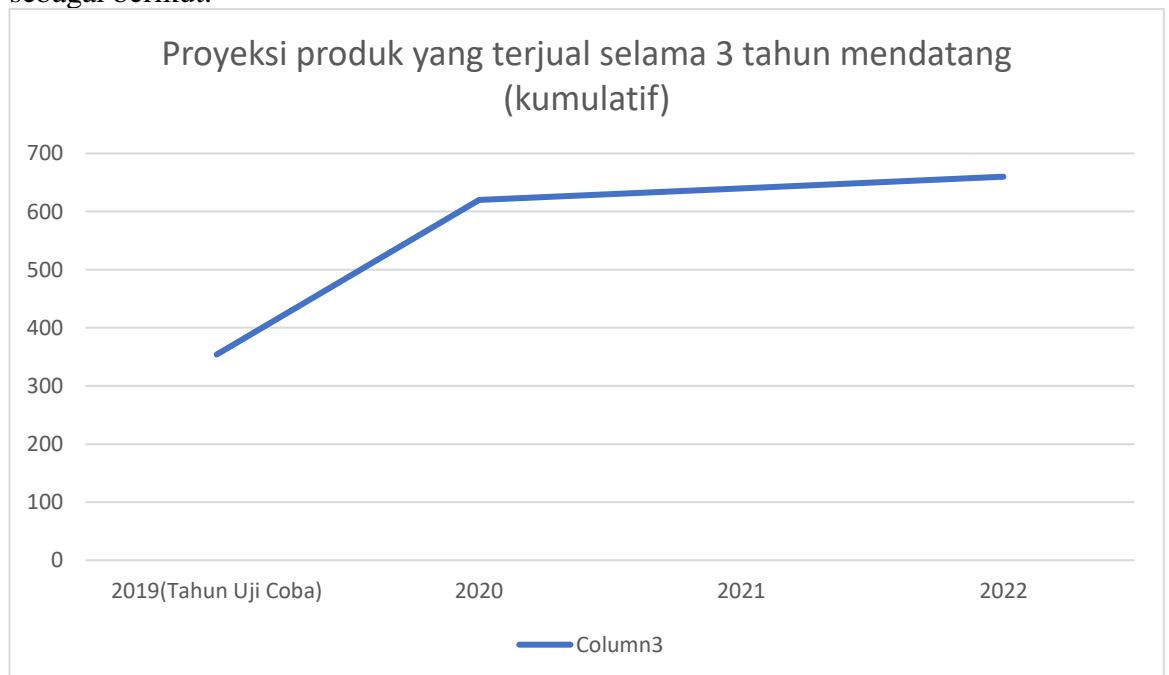
3.1 Kesimpulan

Produk IT'S B layak dijadikan usaha keberlanjutan sebab rangkaian proses telah dilakukan uji coba dan hasilnya efisien untuk menghasilkan laba bersih yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Kegiatan usaha ini, membantu untuk memperkenalkan budaya Indonesia melalui motif batik yang terpilih. Hal ini, membentuk usaha industri kreatif dari pakaian hoodie supaya kaum muda-mudi bangsa Indonesia menggunakan motif batik sebagai life style yang tidak menghilangkan unsur batik tersebut.

3.2 Proyeksi Keberlanjutan Usaha

Proyeksi Keuangan dalam 3 Tahun Ke Depan

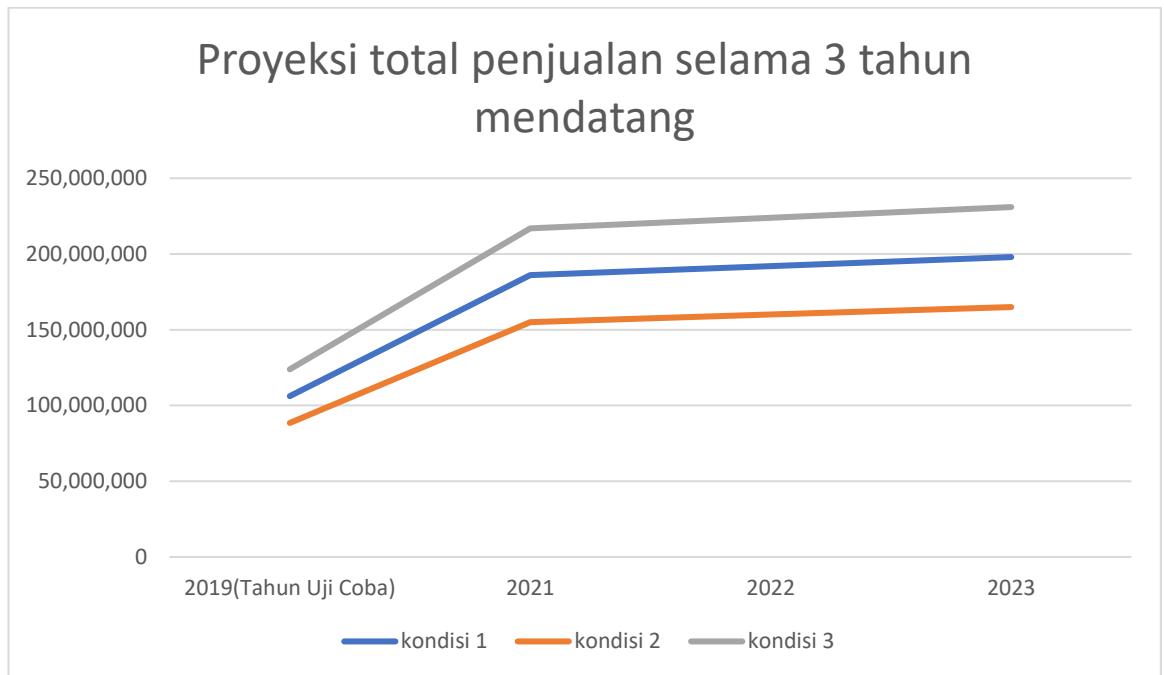
Sedikitnya jumlah penjualan produk bulan ini disebabkan oleh masih sedikitnya promosi yang IT'S B lakukan. Dengan semakin banyaknya promosi yang dilakukan, maka pada bulan-bulan selanjutnya diproyeksikan IT'S B dapat meningkatkan penjualan menjadi 50 Pcs perbulan dan tambahan 20 Pcs pertahun untuk tahun selanjutnya, maka proyeksi penjualan IT'S B adalah sebagai berikut.



Untuk proyeksi penjualan terdapat beberapa kondisi karena produk yang akan dijual IT'S B saat ini ada dua macam. Yaitu *hoodie* dengan bahan *premium fleece* seharga Rp 250.000 dan *hoodie* dengan bahan *premium cotton* seharga Rp 350.000. Pada penjualan 4 produk sebelumnya masing-masing mendapat potongan harga sebesar Rp 50.000 karena pembelian dilakukan pada saat adanya promo. 4 produk yang terjual tersebut adalah tiga *hoodie premium fleece* dan satu *hoodie premium cotton* dengan total penjualan adalah Rp 900.000.

- Kondisi 1 : jika pada bulan-bulan selanjutnya jenis produk yang terjual sama rata jumlahnya antara *hoodie premium fleece* dengan *hoodie premium cotton*.
- Kondisi 2 : jika pada bulan-bulan selanjutnya produk yang terjual hanya *hoodie premium fleece*.
- Kondisi 3 : jika pada bulan-bulan selanjutnya produk yang terjual hanya *hoodie premium cotton*.

Maka proyeksi penjualan IT'S B dalam 3 tahun ke depan adalah sebagai berikut.



3.3 Ketahanan Produk Pada Pasar

Kain dari hoodie yang dipilih memerlukan perawatan yang mudah seperti menghindari pencucian dan pengeringan dari mesin cuci. Dari ketahanan produk IT'S B segi warna, motif tidak mudah luntur. Selain itu, untuk perawatan dari motif batik yang ada jangan menggunakan pemutih pakaian dan menyetririka bagian motif tersebut.