

Evaluasi Hubungan Mitra Strategis dalam Perkembangan Bisnis DK Studio Konveksi

Muhammad Rifqi Risqullah*, Rezi Muhammad Taufik Permana, Nindya Saraswati

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Rifki.mr30@gmail.com, rezimuhamadtaufik@unisba.ac.id, nindya.saraswati@unisba.ac.id

Abstract. This final business report research aims to evaluate strategic partner relationships in the development of DK Studio Konveksi's business. This study uses a qualitative analysis method with data obtained through interviews and direct observation in the field. The results show that DK Studio Konveksi has successfully established strong partnerships with various suppliers and other business partners, which contribute significantly to the company's stability and growth. Although faced with challenges such as fluctuating raw material prices and intense competition, DK Studio Konveksi can overcome these problems by implementing the right strategies. Product innovation and adaptation to market changes are key to the company's success. Investments in modern production equipment and employee training improve productivity and product quality. Utilization of social media platforms, marketplaces, online advertising, and websites help increase audience reach and sales. DK Studio Konveksi has a long-term development plan, including increased production capacity, product diversification, and market expansion. The next five-year timeline shows the company's commitment to continuously grow and adapt to market dynamics. Suggestions include diversifying suppliers, investing in production technology, strengthening online promotion, integrating financial systems, and improving customer relations

Keywords: *Strategic Partner, Convection Business, DK Studio Konveksi.*

Abstrak. Penelitian laporan akhir bisnis ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan mitra strategis dalam perkembangan bisnis DK Studio Konveksi. Studi ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DK Studio Konveksi telah berhasil menjalin kemitraan yang kuat dengan berbagai pemasok dan mitra bisnis lainnya, yang berkontribusi signifikan terhadap stabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku dan persaingan yang ketat, DK Studio Konveksi mampu mengatasi masalah tersebut dengan menerapkan strategi yang tepat. Inovasi produk dan adaptasi terhadap perubahan pasar menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Investasi dalam peralatan produksi modern dan pelatihan karyawan meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Pemanfaatan platform media sosial, marketplace, iklan online, dan website membantu meningkatkan jangkauan audiens dan penjualan. DK Studio Konveksi memiliki rencana pengembangan jangka panjang, termasuk peningkatan kapasitas produksi, diversifikasi produk, dan ekspansi pasar. Timeline lima tahun ke depan menunjukkan komitmen perusahaan untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan dinamika pasar. Saran yang diberikan meliputi diversifikasi pemasok, investasi dalam teknologi produksi, penguatan promosi online, pengintegrasian sistem keuangan, dan peningkatan hubungan dengan pelanggan.

Kata Kunci: *Mitra Strategis, Bisnis Konveksi, DK Studio Konveksi.*

A. Pendahuluan

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) merupakan industri padat karya yang berkontribusi penting serta menjadi tulang punggung kepada perekonomian. Indonesia sekarang menjadi produsen tekstil ke-21 di seluruh dunia, dengan China, Bangladesh, Vietnam, Pakistan, dan India di urutan teratas. Menurut (Huong, 2022) dalam Sebuah penelitian tentang industri tekstil (TPT) di China, Bangladesh, Vietnam, Pakistan, dan India menemukan bahwa industri tekstil di lima negara pertama ini melakukan inovasi dengan menggabungkan penggunaan dan penerapan teknologi baru untuk mengembangkan produk.

(Pusdatin Kementerian Industri RI, 2021) menyatakan bahwa secara umum di dalam industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia dibagi menjadi tiga bagian. Pertama, Industri hulu (*upstream*) adalah industri yang memproduksi serat dan benang dari hasil pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan, dan tambang yang menghasilkan berbagai macam bahan baku serat untuk kebutuhan tekstil. Kedua, sektor industri antara (*midstream*) merupakan sektor yang mengolah serat benang menjadi kain setengah jadi. Ketiga, sektor industri hilir (*downstream*) merupakan sektor yang memproduksi barang jadi tekstil untuk dikonsumsi oleh masyarakat (Rachmi Oktora Citra Rahayu & Hendrati Dwi Mulyaningsih, 2022).

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) merupakan salah satu industri prioritas karena sebagai penopang kinerja industri secara keseluruhan. Dengan kemampuan untuk menyerap tenaga kerja yang besar seperti menurut (BPS, 2022) sektor industri manufaktur di Indonesia paling besar diserap oleh industri makanan sebanyak 3,86% tenaga kerja, disusul oleh industri pakaian jadi menyerap 2% tenaga kerja, lalu jika dibandingkan dengan industri tekstil hanya mampu menyerap sebanyak 0,82% tenaga kerja. dari seluruh sektor industri manufaktur di Indonesia menyerap tenaga kerja sebanyak 14,17%.

Bisnis konveksi adalah salah satu industri yang sangat populer di Indonesia (Digjaya Nata Nagara & Hendrati, 2022). Konveksi adalah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pembuatan pakaian (Sari & Hamidy, 2021) atau sering disebut juga dengan industri rumahan (Sabaruddin *et al.*, 2020). Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Filbert *et al.*, 2018) bahwa industri pembuatan pakaian biasanya dilakukan dengan sistem bisnis perseorangan dan dalam pembuatannya dilakukan secara kekeluargaan.

Selain itu, para pengusaha konveksi harus selalu peka terhadap permintaan pasar agar tidak kalah dalam persaingan (Salsa Agnia *et al.*, 2023). Konveksi pun memegang peranan penting dalam industri fashion dan tekstil karena bertanggung jawab dalam produksi pakaian dalam jumlah besar untuk menciptakan lapangan kerja dan revitalisasi perekonomian negara. Berikut merupakan beberapa data peluang dari bisnis konveksi yang dapat di manfaatkan (Data Pokok Kemendikbud, 2023) menunjukkan bahwa jumlah siswa di Kota Bandung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun ajaran 2021–2022, ada 482.566 siswa, tahun ajaran 2022–2023, ada 484.733 siswa, dan tahun ajaran 2023–2024, ada 486.692 siswa. Serta, (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2022) menunjukkan bahwa subsektor fashion memiliki pelaku usaha tertinggi, dengan 530 pelaku usaha. Total pelaku ekonomi kreatif adalah 2.778 di Kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan berbagai metode untuk menganalisis masalah dan pencapaian bisnis, termasuk Analisis SWOT, Five Forces Porter, Balanced Scorecard, Target and Performance, dan BCG Matrix.

Dengan Analisis SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam lingkungan internal dan eksternal.

Five Forces Porter digunakan untuk menganalisis dampak lingkungan kompetitif terhadap pemasaran produk, membantu memahami keunggulan posisi kompetitif saat ini dan di masa depan.

Balanced Scorecard diterapkan untuk menetapkan dan mengevaluasi berbagai indikator kinerja, termasuk keuangan, pelanggan, proses internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan, memastikan strategi bisnis yang seimbang dan berkelanjutan.

Metode Target and Performance digunakan untuk menilai apakah nilai-nilai yang ada memberikan kualitas dan kuantitas yang baik, sehingga menghasilkan output yang baik dan

mencapai target berdasarkan business model canvas yang telah dibuat.

Terakhir, BCG Matrix membagi pasar berdasarkan tingkat pertumbuhan relatif dan pangsa pasar, menghasilkan empat kuadran: Cash cow, Stars, Question marks, dan Dogs, sehingga perusahaan dapat mengetahui posisi bisnisnya.

Dengan metodologi ini, Peneliti dapat mengevaluasi dan mengembangkan serta membantu perusahaan menghadapi tantangan di masa yang akan datang.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

SWOT Analisis

Berikut adalah penelitian mengenai analisis SWOT “DK Studio Konveksi”. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. SWOT Analysis DK Studio Konveksi

<i>Factor</i>	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Internal & External</i>	1) High grade material and product 2) Product customization 3) Tenaga kerja berpengalaman 4) Memiliki legalitas 5) Reputasi hubungan dengan pelanggan yang kuat 6) Tersedia di online store dan marketplace	1) Ketergantungan pada supplier bahan baku 2) Ketergantungan pada jasa lobang kancing, bordir, dan sablon. 3) Proses produksi yang terbatas. 4) Kurangnya pemanfaatan promosi pada iklan online. 5) Laporan keuangan belum terintegrasi dengan rapi.
	<i>Opportunity (O)</i>	<i>Threat (T)</i>
	1) Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk pakaian lokal berkualitas tinggi. 2) Meningkatnya permintaan masyarakat untuk produk khusus. 3) Permintaan yang tinggi pada kanal <i>business to business (B2B)</i> 4) Perkembangan teknologi sangat cepat. Tersedianya pameran fashion.	1) Persaingan bisnis yang sangat ketat 2) Perubahan tren dan mode yang cepat 3) fluktuasinya harga bahan baku 4) Dampak ekonomi yang tidak menentu terhadap daya beli masyarakat. 5) Tingginya permintaan pada produk pakaian bekas.

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa bisnis DK Studio Konveksi dapat merumuskan beberapa strategi dalam mencapai tujuan dan visinya. Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh DK Studio Konveksi adalah:

1. **SO Strategy:** Strategi yang memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.
Melakukan pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi dapat menjadi strategi jangka panjang untuk meningkatkan citra brand, memanfaatkan pengalaman tenaga kerja untuk memberikan kebebasan inovasi pada produk yang diinginkan konsumen, membuka program mitra strategis produk distribusi untuk melakukan kerja sama berkelanjutan pada permintaan *business to business (B2B)*, serta memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan sosial commerece untuk melakukan ekspansi bisnis.
2. **WO Strategy:** Strategi yang meminimalkan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
Melakukan diversifikasi jaringan supplier untuk memastikan bahan baku berkualitas tinggi, kelemahan pada ketergantungan pihak ketiga dapat menjadi diatasi dengan melakukan penambahan investasi pada peralatan dan membuka lapangan pekerjaan untuk meningkatkan kinerja, serta meningkatkan brand dengan dengan berkampanye

- menggunakan konten yang berkualitas di platform media sosial.
3. **ST Strategy:** Strategi yang memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal.
Melakukan identifikasi dan mengelola manajemen rantai pasoka yang efektif untuk memastikan kelancaran operasional, menghadapi persaingan bisnis yang ketat dengan melakukan diferensiasi produk yang memiliki kualitas tinggi untuk mengatasi ancaman, serta menjaga loyalitas pelanggan dengan strategi bundling produk dan diskon kuantitas untuk mendukung pertumbuhan dan hubungan jangka panjang.
 4. **WT Strategy:** Strategi yang meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.
Dalam meminimalkan kelemahan internal yang dapat mengurangi daya saing perusahaan dengan menjalin kemitraan bersama supplier untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif dan memanfaatkan teknologi digital untuk menemukan supplier baru, melakukan kolaborasi dengan penyedia jasa pihak ketiga untuk memastikan kualitas dan waktu yang konsisten, serta meningkatkan kapasitas produksi untuk menjaga dari keterlambatan pengiriman produk kepada konsumen yang telah di tentukan.

Porter Five Forces

Berikut adalah analisis Five Forces Porter pada bisnis DK Studio Konveksi:

1. Ancaman Pendaatang Baru (*Threat of new entrants*): Sedang. Potensi ancaman dari banyaknya pendatang baru dapat meningkatkan persaingan yang semakin ketat. Pendatang baru dapat menawarkan harga yang lebih rendah untuk menarik pelanggan sehingga dapat menurunkan margin keuntungan.
2. Daya Tawar Pemasok (*Bargaining power of suppliers*): Rendah. DK Studio Konveksi menghadapi ancaman rendah dari sisi dominasi dan alternatif pemasok, serta kualitas produk yang diterima. Tingkat dominasi pemasok berada pada tingkat rendah karena banyaknya alternatif lain yang dimiliki. Alternatif pemasok juga tergolong rendah, DK Studio Konveksi tidak bergantung pada satu pemasok, sehingga memiliki fleksibilitas dalam pemilihan pemasok.
3. Daya Tawar Pembeli (*Bargaining power of buyers*): Rendah. Karena DK Studio Konveksi memiliki jenis produk pakaian formal dan non formal sehingga konsumen menjadi beraneka ragam dari berbagai umur dan kalangan. Dari segi kualitas harga DK Studio Konveksi memiliki tingkat ancaman sedang karena harga yang diberikan masih tergolong kompetitif dan dapat meningkatkan daya tawar menawar kepada pembeli.
4. Ancaman Produk Pengganti (*Threat of substitutes*): Sedang. DK Studio Konveksi menghadapi ancaman dari harga produk, manfaat produk, dan ketersediaan produk substitusi. menghadapi ancaman signifikan dari produk substitusi, seperti pedagang produk pakaian bekas yang memiliki harga tidak jauh beda, manfaat yang sama, dan ketersediaan yang terus berkembang.
5. Persaingan dengan Kompetitor Sejenis (*Rivalry among existing competitors*): Tinggi. DK Studio Konveksi menghadapi ancaman signifikan dari jumlah pesaing yang cukup tinggi di Kota Bandung karena mudah ditiru. Serta, menurunnya pertumbuhan industri tekstil dapat menambah tingkat persaingan. Meskipun, DK Studio Konveksi memiliki diferensiasi produk formal dan non formal, akan tetapi perlu terus berinovasi dan meningkatkan nilai tambah untuk bersaing dalam pasar yang kompetitif ini.

Balanced Scorecard

Berikut adalah analisis balanced scorecard “DK Studio Konveksi” hasil pengujian dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Balanced Scorecard DK Studio Konveksi

Perspektif	Objektivitas	Tujuan	Indikator	Inisiatif	Score
Keuangan	Pengembalian investasi yang dihasilkan	Meningkatkan Profitabilitas	Laporan keuangan bisnis	Membuat kampanye yang interaktif	25%
Pelanggan	Meningkatkan visibilitas bisnis dan menjangkau konsumen yang lebih luas.	Pelanggan yang melakukan pembelian ulang	Survei dan umpan balik pelanggan.	Membuka program mitra strategis	30%
Proses Internal	Mengidentifikasi dan menghilangkan hambatan dalam proses produksi.	Meningkatkan efisiensi proses produksi dan menjaga kualitas produk.	Persentase produk yang lulus <i>quality control</i> .	Mengembangkan prosedur <i>quality control</i> yang ketat	25%
Pembelajaran dan Pertumbuhan	Menciptakan budaya kerja yang mendorong kreativitas dan inovasi	Mengembangkan keterampilan kinerja karyawan	Survei kepuasan karyawan yang mengukur lingkungan kerja dan kesejahteraan karyawan.	Memberikan insentif dan penghargaan untuk kinerja karyawan yang luar biasa.	20%
Total					100 %

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

1. **Perspektif Keuangan**
Dalam perspektif ini tujuan dari DK Studio Konveksi yaitu, Meningkatkan profitabilitas dengan melakukan investasi kembali dari modal yang dimiliki kedalam peralatan produksi dapat meningkatkan keuntungan.
2. **Perspektif Pelanggan**
Dalam perspektif ini tujuan dari DK Studio Konveksi yaitu, konsumen melakukan pembelian ulang. Untuk mencapai hal ini, DK Studio Konveksi membuka program mitra strategis untuk membantu meningkatkan visibilitas bisnis dan menjangkau konsumen yang lebih luas.
3. **Perspektif Proses Internal**
Dalam perspektif ini tujuan DK Studio Konveksi yaitu, Meningkatkan efisiensi proses produksi dan menjaga kualitas produk. Dengan melakukan identifikasi dan menghilangkan hambatan dalam proses produksi dapat menjaga produk dari gagal produksi
4. **Pembelajaran dan Pertumbuhan**
Dalam perspektif ini tujuan dari DK Studio Konveksi yaitu Mengembangkan keterampilan kinerja karyawan. Maka, dengan menciptakan budaya budaya kerja yang mendorong kreativitas dan inovasi melalui program pengajuan ide, sehingga bagi

karyawan yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan proses atau produk akan diberikan insentif dan penghargaan

Target and Performance

Berikut adalah analisis Target and Performance “DK Studio Konveksi” hasil pengujian dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 3. Balanced Scorecard DK Studio Konveksi

Category	Objective	Indicator	Target	Actual	Variance
<i>Customer Segment</i>	Target pelanggan adalah pria dan wanita usia 14-60 tahun, dibagi menjadi B2C dan B2B yang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia.	Data konsumen yang telah melakukan pemesanan	100%	95%	-5%
<i>Value Proposition</i>	Memberikan layanan edukatif, kemudahan produk custom, dan konsistensi hasil dari produk.	Persentase konsumen yang melakukan pembelian kembali	100%	100%	-
<i>Channel</i>	Mengembangkan program mitra strategis, menjangkau konsumen menggunakan platform media sosial, marketplace, dan website	Adanya Mitra Strategis, Media sosial Instagram, Tiktok, Website, Whatsapp Bisnis.	100%	85%	-15%
<i>Customer Relationship</i>	Membangun hubungan baik untuk menjalin hubungan jangka panjang.	<i>Feedback</i> yang diberikan oleh pelanggan.	100%	90%	-10%
<i>Revenue Streams</i>	Membantu melakukan estimasi omset dan profit.	Laporan keuangan	100%	90%	-10%
<i>Key Resources</i>	Menawarkan dan menyampaikan <i>value proposition</i> .	Waktu yang diperlukan untuk mengubah bahan kain mentah menjadi produk pakaian jadi.	100%	100%	-
<i>Key Activities</i>	Menjalankan dan mempertahankan <i>Value Proposition</i>	Efisiensi waktu dalam proses produksi.	100%	100%	-
<i>Key Partners</i>	Mencapai key activity dan menyampaikan value ke pelanggan	Data jumlah Supplier yang dimiliki	100%	100%	-
<i>Cost Structure</i>	Pengelompokan biaya kedalam elemen-elemen manajemen	Laporan keuangan	100%	100%	-

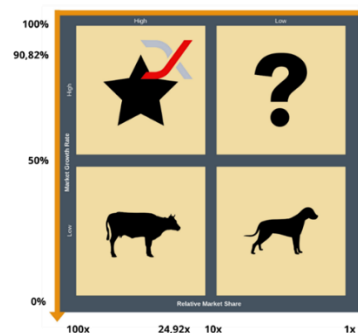
Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Dari hasil analisis Business Model Canvas Sate Taichan Bang Deeps mendapatkan nilai rata-rata sebesar 95,5%. Hal ini menyatakan bahwa target and performance dari DK Studio Konveksi hampir sempurna, oleh karena itu perlu adanya peningkatan produktivitas dan

keberlanjutan bisnis agar tujuan dapat sempurna.

BCG Matrix

Berikut adalah analisis BCG Matrix “DK Studio Konveksi” hasil pengujian dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1. BCG Matrix DK Studio Konveksi

Maka dapat disimpulkan bahwa analisis Boston Consulting Group (BCG). DK Studio Konveksi menempatkan posisi di kuadran I yaitu Stars (Bintang) yang memiliki karakteristik posisi pasar yang kuat dan membutuhkan investasi yang signifikan untuk meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasar.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Proyek bisnis ini dilakukan untuk meningkatkan bisnis dari DK Studio Konveksi.
2. Penelitian pada pasar dan competitor dengan analisis SWOT, Balanced scorecard, Five forces porter, Target and Performance dan BCG Matrix memberikan pemahaman tentang posisi perusahaan, dan membuka pikiran untuk mengembangkan perusahaan.
3. Penerapan evaluasi hubungan mitra strategis dalam perkembangan bisnis DK Studio Konveksi.

Acknowledge

Tugas Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat untuk menyelesaikan derajat sarjana (S-1) di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung. Saya tidak akan pernah melupakan penyelesaian tugas ini. Terima kasih banyak kepada semua orang yang telah berpartisipasi peran mereka dalam proses penyelesaian. Terima kasih kepada:

1. Bapak PROF. DR. H. Edi Setiadi, S.H., M.H. selaku Rektor Universitas Islam Bandung
2. Ibu Prof. Dr. Nunung Nurhayati, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
3. Bapak Dr. Handri, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung
4. Bapak Rezi Muhamad Taufik Permana, S.E., M.A.B. Selaku Dosen Pembimbing Ke-1 Dalam Penulisan Tugas Skripsi ini, sekaligus mentor dalam bisnis QTani Urban Farming.
5. Ibu Nindya Saraswati, S.E., M.B.A. Selaku Dosen Pembimbing Ke-2 Dalam Penulisan Tugas Skripsi ini.
6. Ibu Dr. Hendarti Dwi Mulyaningsih, S.E., M.M., CT., CECP, Selaku Dosen Wali Manajemen di Universitas Islam Bandung.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
8. Kedua orang tua-ku, Bapak Dadang Kuswaya dan Ibu Lina Handayani yang telah membesarkan saya juga memberikan semangat, motivasi, dan mendoakan di setiap

- langkah yang saya ambil.
9. Kedua Adik saya, Alinda Luthfiah Zahra dan Alifa Nayla Nurtalita yang selalu menemani dan memotivasi untuk saya.
 10. Keluarga besar Alm kakek Edi Maman dan nenek Euis Kuswati yang senantiasa mendoakan, menguatkan, memberikan dukungan dan semangat untuk saya.
 11. Keluarga besar Alm kakek Lili dan Alm nenek Oting Tintin yang senantiasa mendoakan, menguatkan, memberikan dukungan dan semangat untuk saya.
 12. Kepada teman terdekat saya, Wilma Nuratul Zanah yang senantiasa selalu menemani, memberi motivasi, dan dukungan selama perkuliahan serta masa-masa sulit selama menjalani bisnis DK Studio Konveksi.
 13. Seluruh Tim QTani Urban Farming, Rafi, Rifqi, Adam, dan Ryan yang telah berjuang bersama untuk mendapatkan prestasi selama perkuliahan.
 14. Sahabat EB, Rakha, Faza, Arsy, dan Ngakan yang senantiasa membantu, mengingatkan, dan saling menguatkan selama proses perkuliahan.
 15. Seluruh rekan mitra strategis, yang tercantum dalam laporan tugas akhir ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu senantiasa telah memberikan dukungan serta motivasi dalam mengembangkan bisnis DK Studio Konveksi.

Semoga apa yang disajikan dalam tugas skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis terus berdoa dan bersyukur kepada Allah SWT atas rahmat dan ridho-Nya yang tak terhingga kepada penulis. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Daftar Pustaka

- [1] Kementerian Industri. (2021). Mendorong Kinerja Industri Tekstil dan Produk Tekstil.
- [2] Badan Pusat Statistik (2022) Proporsi Tenaga Kerja pada Sektor Industri Manufaktur. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTIxNyMy/proporsi-tenaga-kerja-pada-sektor-industri-manufaktur--persen-.html>.
- [3] Sari, R., & Hamidy, F. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Perhitungan Harga Pokok Produksi Pda Konveksi SJM Bandar Lampung. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, 2(1), 65–73. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- [4] Sabaruddin, R., Juniarti, M., & Nugraha, W. (2020). Pengembangan Sistem Informasi Perusahaan Konveksi dan Sablon Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall. In *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi* (Vol. 01, Issue 01). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/justian>
- [5] Filbert, E., Nidhomuz Zaman, A., Rahman Prabowo, A., Nabila, F., & Dilla Chalifah, R. (2018). Seminar dan Konferensi Nasional IDEC Kajian Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi “SCOUT SHOP” Di Cibubur.
- [6] Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (2023) Data Pokok Pendidikan, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah. <https://dapo.kemdikbud.go.id/pd/2/026000>
- [7] Digjaya Nata Nagara, & Hendrati. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 55–61. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i1.1001>
- [8] Rachmi Oktora Citra Rahayu, & Hendrati Dwi Mulyaningsih. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>
- [9] Salsa Agnia, Dede R. Oktini, & Rezi Muhamad Taufik Permana. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skincare Merek Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 41–46. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i1.2041>