

ANALISIS HASIL KEGIATAN MBKM KEWIRAUSAHAAN: *SUSPECT STAINS*

Hetty Karunia Tunjungsari¹, Hernando Jerico², Farrel Ernesto³, Jacky Heryanto⁴
& Rifaldo Hardion⁵

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: hetty@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: hernando.115210051@stu.untar.ac.id

³Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: farrel.115210050@stu.untar.ac.id

⁴Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: jacky.115210057@stu.untar.ac.id

⁵Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: rifaldo.115210294@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

The Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) entrepreneurship program aims to develop students' business skills through practical experience. This paper evaluates the outcomes of the MBKM program, focusing on the oversized t-shirt business of the Suspect Stains brand. The methods used include direct observation of business activities and sales analysis. The results show that participation in this program enhances students' understanding of marketing, financial management, and production. Suspect Stains' oversized t-shirts successfully attract consumers through creative designs and high-quality materials, contributing to increased sales. Challenges such as supply chain issues and market competition were also identified. Overall, the MBKM program is effective in equipping students with entrepreneurial skills and knowledge. Recommendations for further development include increased mentor support and access to business networks.

Keywords: Clothing, Life Style, Art

ABSTRAK

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) kewirausahaan bertujuan mengembangkan keterampilan bisnis mahasiswa melalui praktik langsung. Makalah ini mengevaluasi hasil program MBKM dengan fokus pada bisnis kaos oversize dari merek Suspect Stains. Metode yang digunakan mencakup observasi langsung kegiatan usaha, dan analisis penjualan. Hasilnya, partisipasi dalam program ini meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang pemasaran, manajemen keuangan, dan produksi. Kaos oversize Suspect Stains berhasil menarik konsumen melalui desain kreatif dan kualitas bahan yang baik, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan. Tantangan seperti pasokan dan persaingan pasar juga teridentifikasi. Secara keseluruhan, program MBKM efektif dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan dan pengetahuan kewirausahaan. Rekomendasi untuk pengembangan mencakup peningkatan dukungan mentor dan akses jaringan bisnis.

Kata Kunci: Pakaian, Gaya Hidup, Seni

1. PENDAHULUAN

Di dalam kehidupan sehari-hari, manusia memiliki 3 (tiga) jenis kebutuhan untuk menunjang kehidupannya. Kebutuhan tersebut berupa kebutuhan primer, sekunder, dan tersier (Nailufar, 2022). Kebutuhan akan sandang merupakan salah satu hal yang termasuk ke dalam kebutuhan pokok manusia sehingga kebutuhan akan sandang harus dipenuhi. Disekitar kita, sudah banyak beredar brand-brand besar yang bergerak di industri pakaian dan menyajikan berbagai macam model dan desain yang menarik untuk ditawarkan kepada pasar sasaran yang dituju. Produk dari fashion lokal pun saat ini sudah tidak dapat diragukan kualitasnya, hal ini bisa dilihat dari

Pencapaian salah satu Industri *Fashion* lokal Indonesia yang masuk ke dalam New York Fashion Week.

Banyaknya kompetitor dalam bidang *fashion*, membuat pemain baru dalam industri ini selain menjaga kualitas dari produknya, sebaiknya produk yang dihasilkan harus memiliki value added agar dapat memiliki daya saing kompetitif. Umumnya, para pelaku usaha di bidang *fashion* hanya menjadikan unggulan material bahan baku pakaian yang memiliki kelebihan terasa sejuk sehingga menjadi nyaman untuk dipakai.

Tentunya untuk mempunyai daya saing, diperlukan nilai tambah dari suatu produk. Sesuai dengan segmen pasar yang kami tuju yaitu anak muda dimana ketertarikan mereka terhadap industri pakaian yang memiliki design yang unik. melihat pada potensi tersebut, produk dari Suspect Stains diciptakan agar menjadi brand clothing dengan design kreatif yang Imajinatif sebagai Unique Value Proposition dalam strategi keberlanjutan usaha ini.

Produk dari Merek Suspect Stains mengusung tema desain “StreetWear” agar dapat masuk ke pasar segmen yang kami tuju yaitu anak muda. Kami yakin produk kami mampu bersaing dipasar, karena pada produk kompetitor umumnya tidak memiliki desain yang menarik dan hanya menjual design yang bertemakan casual. tetapi kami yakin bahwa produk dari Suspect Stains bisa bersaing dalam pasar karena memiliki variasi design imajinatif sesuai dengan beberapa segmentasi pasar dan selera konsumen dipasaran. Design Produk Suspect Stains merupakan pengembangan inovasi dari brand kompetitor yang kami improve sehingga memiliki diferensiasi tersendiri yang dapat menjadi value added bagi produk kami agar dapat menjangkau pasar yang kami targetkan. Pasar yang menjadi segmen kami adalah anak muda yang berusia 15-30 tahun. Menyesuaikan dengan pasar sasaran, maka kami menyediakan desain dengan berbagai macam design baju sesuai dengan trend pasar yang dituju.

Tujuan Analisis Kegiatan :

- 1) Mengidentifikasi dan Memahami Target Pasar
 - Tujuan: Menganalisis karakteristik demografis dan psikografis dari pasar sasaran untuk produk t-shirt oversize Suspect Stains.
 - Luaran yang Diharapkan: Menghasilkan profil pasar secara rinci untuk mengarahkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, serta meningkatkan targeting konsumen dan Re-targeting.
- 2) Menilai Dampak Program MBKM terhadap Pengembangan Merek
 - Tujuan: Mengevaluasi sejauh mana program MBKM Wirausaha dari Universitas Tarumanagara berkontribusi terhadap peningkatan kapabilitas bisnis, brand awareness, dan penjualan merek Suspect Stains.
 - Luaran yang Diharapkan: Menyediakan data empiris yang menunjukkan efektivitas program MBKM dalam mendukung pertumbuhan wirausaha mahasiswa dan perkembangan merek.
- 3) Evaluasi Strategi Pemasaran dan Brand Positioning
 - Tujuan: Menilai efektivitas strategi pemasaran dan brand positioning Suspect Stains, termasuk penggunaan media sosial, dan Riset Pasar
 - Luaran yang Diharapkan: Pengoptimalan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan engagement dan loyalitas pelanggan.

4) Analisis Desain Produk dan Preferensi Konsumen

- Tujuan: Meneliti pengaruh berbagai desain pada t-shirt oversize terhadap minat dan keputusan pembelian konsumen.
- Luaran yang Diharapkan: Mengidentifikasi desain yang paling diminati oleh konsumen dan tren desain yang sesuai dengan preferensi pasar, serta implikasi produk untuk pengembangan produk di masa depan.

Dengan merumuskan tujuan-tujuan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai dampak program MBKM Wirausaha terhadap perkembangan merek Suspect Stains dan kesuksesan produk t-shirt oversize, serta memberikan panduan efisien untuk pengembangan bisnis kami di masa depan.

Permasalahan Mitra

Sebelum mengikuti Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), Suspect Stains, sebuah usaha yang fokus pada produk kaos oversize, Suspect Stains menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat pertumbuhannya. Salah satu masalah utama adalah kurangnya konsistensi dalam pembuatan dan pengelolaan konten soft selling yang ditujukan kepada pasar. Konten yang tidak konsisten dan kurang strategis menyebabkan usaha kami kesulitan dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan konsumen. Dampaknya, kesadaran dan minat pasar terhadap produk Suspect Stains tetap rendah.

Permasalahan berikutnya adalah minimnya penjualan yang terjadi akibat ketidakkonsistenan dalam menjalankan usaha. Tanpa strategi pemasaran yang jelas dan manajemen operasional yang efektif, usaha ini kesulitan untuk mencapai target penjualan. Kurangnya keteraturan dalam penyediaan dan pemeliharaan kualitas produk juga turut menyumbang pada rendahnya performa bisnis.

Dengan adanya program MBKM, Suspect Stains diharapkan dapat membawa perubahan signifikan melalui penerapan strategi pemasaran yang lebih terencana dan manajemen bisnis yang lebih solid. Program MBKM memberikan platform untuk pengembangan keterampilan praktis mahasiswa, yang pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan konsistensi operasional dan efektivitas pemasaran Suspect Stains. Hasilnya, diharapkan terjadi peningkatan penjualan dan penguatan posisi merek di pasar, mengatasi tantangan yang sebelumnya menghambat pertumbuhan usaha ini.

Solusi Permasalahan Untuk Mitra

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menawarkan solusi yang terfokus untuk mengatasi tantangan utama yang dihadapi oleh Suspect Stains sebelumnya. Pertama, dengan adanya program ini, Suspect Stains akan mengembangkan konten pemasaran yang lebih konsisten dan strategis. Mitra akan fokus dalam menciptakan konten soft selling yang menarik dan relevan, disesuaikan dengan tren pasar dan preferensi konsumen. Penyebaran konten ini melalui platform media sosial akan memperkuat brand awareness dan interaksi dengan pelanggan potensial. Kedua, program MBKM akan memperkenalkan sistem manajemen operasional yang lebih terstruktur. Termasuk perencanaan yang lebih baik untuk produksi, distribusi, dan pemasaran produk. Dengan jadwal yang teratur dan pemantauan yang aktif, kualitas produk akan terjaga dan ketersediaan di pasar akan lebih dapat diandalkan. Dukungan dari dosen pembimbing serta tim juga akan menjadi kunci sukses dalam program ini. Dosen pembimbing akan memberikan panduan praktis dalam

pengembangan produk, dan strategi pasar. Akses ke jaringan bisnis yang lebih luas melalui program ini akan membuka peluang untuk kolaborasi dan ekspansi lebih lanjut. Dengan kombinasi strategi pemasaran yang efektif, manajemen operasional yang terstruktur, dan dukungan dosen pembimbing yang berpengalaman, Suspect Stains diharapkan dapat mengatasi tantangan ini, meningkatkannya penjualan, dan memperkuat posisi di pasar. Program MBKM memberikan kesempatan berharga bagi Suspect Stains untuk berkembang dan sukses dalam dunia bisnis yang kompetitif.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengumpulan Data:

1. Studi Literatur:
 - a) Deskripsi: Langkah pertama dalam mengevaluasi kegiatan MBKM wirausaha Suspect Stains adalah dengan mendalami pengetahuan dari sumber-sumber literatur terpercaya. Ini meliputi tinjauan terhadap riset-riset terbaru dalam bidang kewirausahaan, inovasi produk, dan pemasaran.
 - b) Langkah-langkah: (a) Mengidentifikasi topik penelitian yang relevan dan kata kunci terkait; (b) Menyelidiki jurnal, artikel, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan topik fashion; dan (c) Memilih literatur yang paling relevan dan terkini untuk memperjelas analisis.
2. Data Internal Usaha:
 - a) Deskripsi: Selain itu, data internal dari Suspect Stains akan menjadi sumber penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kinerja usaha. Ini mencakup data penjualan, umpan balik pelanggan, dan evaluasi performa produk.
 - b) Langkah-langkah: (a) Mengidentifikasi jenis data yang diperlukan, seperti data penjualan per periode, umpan balik pelanggan, dan evaluasi performa produk; (b) Mengumpulkan data dari sistem manajemen usaha Suspect Stains; dan (c) Melakukan analisis awal untuk menggali tren dan pola yang mungkin terkandung dalam data internal.

Dengan pendekatan ini, penelitian akan memperoleh pemahaman tentang kegiatan MBKM wirausaha Suspect Stains, mengintegrasikan wawasan dari literatur dan data internal untuk memberikan kontribusi yang berarti bagi pemahaman praktik kewirausahaan.

Gambar 1.

Beberapa produk dari Suspect Stains



1. Persiapan:
 - a) Identifikasi Brand: Menentukan konsep dan identitas brand, termasuk nama brand, logo, dan tagline yang mencerminkan tema streetwear.
 - b) Desain Produk: Merancang berbagai model pakaian oversize yang menggabungkan elemen seni jalanan. Proses desain ini melibatkan kolaborasi dengan designer lokal untuk menciptakan motif dan gambar yang unik.
 - c) Sumber Material: Mencari dan memilih bahan yang ramah lingkungan, seperti katun organik dan bahan daur ulang, untuk memastikan keberlanjutan produk.
2. Pelaksanaan:
 - a) Produksi: Pembelian kaos polos oversize serta melakukan perancangan design dan menetapkan jenis sablon yang sesuai agar hasil gambar design pakaian bisa teraplikasikan dengan baik.
 - b) Pemasaran dan Promosi: Membuat konten pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok serta event pameran Entrepreneur Week Universitas Tarumanagara kampus.
 - c) Penjualan: Mengadakan platform e-commerce untuk memasarkan produk kepada Konsumen seperti Tiktok Shop dan Tokopedia.
3. Evaluasi dan *Loyalty Program* Konsumen:
 - a) *Feedback* Konsumen: Mengumpulkan umpan balik dari konsumen melalui komentar konten karena konsumen kami lebih interaktif pada sosiam media dan survei juga kurang efektif pada produk kami serta untuk menilai kepuasan terhadap produk Sustain dan memperbaiki produk serta terus melakukan pengembangan produk.

Penggunaan Dana Alokasi Usaha

Dalam menjalankan program MBKM Wirausaha, Suspect Stains mengalokasikan dana usaha dengan proporsi yang strategis untuk mendukung berbagai aspek penting dalam pengembangan bisnis. Berikut adalah alokasi dana yang kami alokasikan:

1. Pengembangan Produk dan Riset (24%):
 - a) Deskripsi: Alokasi dana ini digunakan untuk penelitian dan pengembangan produk t-shirt oversize yang berkualitas tinggi. Termasuk di dalamnya adalah pengujian bahan, cuttingan pola baju, dan sample desain baru.
 - b) Implementasi: (a) Melakukan riset untuk menemukan bahan yang nyaman dan tahan lama; (b) Mengembangkan desain yang inovatif dan sesuai dengan selera konsumen; dan (c) Melakukan uji coba produk untuk memastikan kualitas sebelum dipasarkan.
2. Produksi (46%):
 - a) Deskripsi: Sebagian besar dana dialokasikan untuk produksi, mencakup biaya bahan baku dan proses produksi t-shirt oversize.
 - b) Implementasi: Optimalisasi proses produksi untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya.
3. Legalitas dan Sertifikasi (25%):
 - a) Deskripsi: Dana ini dialokasikan untuk mengurus aspek legalitas dan HKI produk, memastikan bahwa semua produk Suspect Stains memenuhi standar dan regulasi yang berlaku serta memiliki hak kekayaan intelektual dalam usaha kami.

- b) Implementasi: (a) Mendaftarkan NIB usaha; (b) Mendaftarkan HKI; dan (c) Mendaftarkan Design Industri untuk Produk kami.
- 4. Belanja ATK dan Penunjang (5%):
 - a) Deskripsi: Dana ini digunakan untuk keperluan administrasi dan operasional sehari-hari, seperti pembelian alat cetak resi, struk dan kebutuhan penunjang lainnya.
 - b) Implementasi: Pembuatan Hangtag, Giving Cards, Keychain, dan Packaging.

Faktor Pendukung Lainnya:

- 1. Kegiatan Dokumentasi:
 - a) Deskripsi: Dokumentasi setiap kegiatan wirausaha selama kegiatan kami merupakan sebuah hal yang penting untuk evaluasi dan pembelajaran di masa depan.
 - b) Implementasi: (a) Memantau setiap tahapan proses produksi dan pengembangan produk; (b) Mendokumentasikan feedback dan testimoni pelanggan; dan (c) Menyimpan semua dokumen legalitas dan sertifikasi dengan rapi.
- 2. Evaluasi Kegiatan Wirausaha:
 - a) Deskripsi: Evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program MBKM dan membuat perbaikan yang diperlukan.
 - b) Implementasi: (a) Melakukan evaluasi bulanan terhadap kinerja usaha; (b) Menganalisis data penjualan dan feedback pelanggan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan; dan (c) Mengadakan pertemuan evaluasi untuk membahas hasil dan menetapkan strategi perbaikan.

Dengan alokasi dana yang terstruktur dan faktor pendukung, program MBKM Wirausaha Suspect Stains diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan keterampilan wirausaha mahasiswa serta memenuhi kebutuhan pasar dengan produk yang berkualitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Badan Pusat Statistik dalam Harga Konsumen Beberapa barang dan Jasa Kelompok Pakaian dan Alas kaki 90 Kota di Indonesia pada tahun 2022 Rata-rata diangka sebesar RP 184,908 per PCS nya untuk di daerah Jakarta dan untuk daerah tertinggi berada di kota Tasikmalaya mendapat Rata-Rata Harga diangka Rp 369,900. Jadi kesimpulannya bila kami menawarkan harga dasar jual produk kami sebesar RP 199,000 masih masuk ke dalam segmentasi pasar kami dan kami juga akan selalu memberikan harga promo untuk mendorong penjualan produk kami.

Partisipasi Suspect Stains dalam Program MBKM memberikan dampak positif yang signifikan selama periode program:

- 1) **Pertama**, terjadi peningkatan impresi total akun Instagram sebanyak 3,141 kali selama periode program. Ini menunjukkan bahwa konten-konten yang dipromosikan berhasil menarik perhatian lebih banyak pengguna.
- 2) **Kedua**, sebanyak 654 orang aktif berinteraksi dengan konten Suspect Stains. Dari jumlah tersebut, 6.8% merupakan pengikut langsung, sementara 93.2% berasal dari non-pengikut. Ini menunjukkan keberhasilan dalam menjangkau dan memikat audiens baru.

Meskipun hasil dari pameran di Mall Gajah Mada Plaza tidak sesuai harapan, Suspect Stains mencatat peningkatan penjualan signifikan melalui pre-order dari pelanggan yang diarahkan dari media sosial selama program MBKM. Secara keseluruhan, program MBKM membuktikan nilai strategisnya dalam meningkatkan eksposur merek, membangun interaksi yang lebih dalam dengan konsumen, dan mendorong penjualan melalui platform online. Ini memberikan fondasi yang kuat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis Suspect Stains di masa mendatang. dan untuk menjamin program ini dapat dijalankan secara mandiri, kami telah mendaftarkan NIB untuk usahakami agar bisa dijalankan kedepannya.

Gambar 2.

Beberapa bukti dokumentasi selama periode MBKM Suspect Stains:



Tabel 1.

Kuantitas Produksi dan Proyeksi Pendapatan (Maret - Juni 2024)

BULAN	KUANTITAS (pcs)	PENJUALAN (RP)
MARET	22	RP 3,300,000
APRIL	14	RP. 2,100,000
MEI	18	RP 2,700,000
JUNI	25	RP 3,750,000
JULI	36	RP 5,400,000
TOTAL	115 PCS	RP 17,250,000

Strategi pemasaran kami untuk produk kaos oversize pria yang menggunakan pola cuttingan baju yang berbeda dan desain inovatif diuraikan secara komprehensif serta didukung oleh data yang kuat untuk memberikan gambaran yang jelas. Dalam hal promosi, kami mengandalkan pada pemasaran digital di era yang serba digital ini. kami menggunakan berbagai tools marketing seperti iklan melalui media sosial dan Content Marketing. Kami juga memanfaatkan strategi konten berupa konten visual menarik, video promosi, dan ulasan pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen. Sementara itu, kami juga akan memberikan program bundling,

tebus murah atau flash sale untuk produk kami karena kami menetapkan margin yang tebal agar kami bisa fleksibel dalam memberikan strategi promosi itu. Pentingnya membangun hubungan yang kuat dengan konsumen kami menjadi fokus utama dalam strategi usaha kami. Kami tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas, tetapi kami juga berusaha untuk membangun engagement yang berkelanjutan dengan konsumen.

4. KESIMPULAN

Kegiatan ini berfokus pada pengembangan *clothing brand Suspect Stains* dengan tema *streetwear* dan pakaian *oversize* berhasil mencapai tujuannya dalam beberapa aspek penting Melalui Program MBKM Universitas Tarumanagara. Identitas brand yang kuat, desain produk yang inovatif, serta komitmen terhadap keberlanjutan berhasil menarik perhatian dan minat dari target pasar, khususnya mahasiswa dan komunitas kampus. Produksi dan pemasaran yang melibatkan mahasiswa sebagai bagian dari pembelajaran praktis telah memberikan pengalaman nyata yang berharga dan memfasilitasi pengembangan keterampilan mereka dalam industri fashion. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya diterima dengan baik, tetapi juga mendukung inisiatif keberlanjutan yang semakin diminati oleh konsumen. Strategi pemasaran melalui media sosial dan event kampus berhasil meningkatkan brand awareness dan penjualan, membuktikan bahwa pendekatan ini sesuai dengan karakteristik target pasar.

REFERENSI

- Shatarah, S. M. (2024). Smart Textiles for Sustainable Fashion: Integrating Technology and Eco-Friendly Materials. *Kurdish Studies*, 12(1), 4621-4630.
- Gurova, O., Merritt, T. R., Papachristos, E., & Vaajakari, J. (2020). Sustainable solutions for wearable technologies: mapping the product development life cycle. *Sustainability*, 12(20), 8444.
- Ayanoglu, S. G. (2022). The design of fashionable wearables to promote sustainable behaviours in smart cities.
- Ruppert-Stroescu, M., LeHew, M. L., Connell, K. Y. H., & Armstrong, C. M. (2015). Creativity and sustainable fashion apparel consumption: The fashion detox. *Clothing and Textiles Research Journal*, 33(3), 167-182.
- Serrano, R., Fortunati, L., & Lacerda, D. P. (2022). Wearable technologies in the fashion value ecosystem: a conceptual model. *Innovation & Management Review*, 19(2), 90-105.
- Morozova, D. (2023), "Fashion and Technology: A Concern Over Wearables' Environmental and Social Implications", Ritch, E.L., Canning, C. and McColl, J. (Ed.) *Pioneering New Perspectives in the Fashion Industry: Disruption, Diversity and Sustainable Innovation*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 215-226
- Chetoui, Y., Benlafqih, H., & Lebdaoui. (2019, November 26). How fashion influencers contribute to consumers purchase intention.
- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020, April 8). Sustainable Marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty.
- Musova, Z., Musa, H., Drugdova, J., Lazaroiu, G., & Alayasa, J. (2021, July). Consumer Attitudes Towards New Circular Models in the Fashion Industry.
- Testa, D. S., Bakhshian, S., Ames, & Eike, R. (2020, November 11). Engaging consumers with sustainable fashion on instagram.
- Nailufar, N. N. (2022). *Kebutuhan Manusia: Primer, Sekunder, Tersier* Halaman all Diakses tanggal 4 Agustus 2023. diakses dari

- <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/23/080000469/kebutuhan-manusia-primer-sekunder-tercier?page=all+Diakses+tanggal+4+Agustus+2023>.
- Novitasari, H. (2023). Trend Pakaian Oversize Diprediksi Berlanjut pada 2024. diakses dari <https://www.jawapos.com/lifestyle/013217878/trend-pakaian-oversize-diprediksi-berlanjut-pada-2024>
- Men's Apparel - Worldwide: Statista Market Forecast. (n.d.). Diakses dari <https://www.statista.com/outlook/cmo/apparel/men-s-apparel/worldwide>
- Fact.MR – Menswear Market Analysis By Product (Trousers, Denims, Shirts & T-shirts, Ethnic Wear, Sportswear), By Season (Summer Wear, Winter Wear, All-season Wear), By Distribution Channel (Supermarkets/Hypermarkets, Exclusive Stores, Online Retail Stores) & Region - Global Market Insights 2023 to 2033. (n.d.). Diakses dari <https://www.factmr.com/report/123/mens-wear-market>
- Indonesia, B. P. S. (n.d.). Harga Konsumen Beberapa Barang dan Jasa Kelompok Pakaian dan Alas Kaki 90 Kota di Indonesia 2022. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/04/12/760ee452f340ccb3cde2312a/harga-konsumen-beberapa-barang-dan-jasa-kelompok-pakaian-dan-alas-kaki-90-kota-di-indonesia-2022.html>
- Rizaty, M. A., & Bayu, D. (2023). Data Rasio Jenis Kelamin Penduduk Indonesia (2013-2023). Diakses dari <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-rasio-jenis-kelamin-penduduk-indonesia-20132023>