

PERANCANGAN JAKET WANITA UNTUK *COMMUTING* (STUDI KASUS : BRAND WIZI)

Jessica Lavenia Suwandi¹, Fajar Sadika² dan Dandi Yunindar³

^{1,2,3} *Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
jessicalavenia@student.telkomuniversity.ac.id, fajarsadika@telkomuniversity.ac.id,
dandiyunidar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Jaket olahraga mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, Jaket olahraga saat ini ada yang dibuat dengan material yang tipis, ringan dibawa dan dapat melindungi penggunanya dari sinar matahari. Jaket tersebut biasa dinamakan jaket anti UV, banyak berada di pasaran seperti toko online dan cocok digunakan pada musim panas. Proses perancangan diawali dengan observasi lapangan dan review produk dari para pengguna, mengidentifikasi kebutuhan spesifik wanita dalam penggunaan jaket. Berdasarkan hal tersebut maka dipilih material dengan teknologi *breathable* dan lentur untuk menjaga kesejukan dan kekeringan selama aktivitas fisik. Desain jaket juga diperhatikan dengan cermat untuk memberikan kebebasan bergerak dengan menerapkan sistem modular pada produk nya. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode perancangan SCAMPER dan metode penelitian kualitatif. Kesimpulannya, perancangan jaket olahraga wanita dari brand Wizi berhasil memenuhi kebutuhan pengguna. Penelitian ini berfokus pada pengembangan produk pakaian olahraga yang lebih memfokuskan pada pasar pengguna aktivitas *commuting*.

Kata kunci: jaket wanita, brand Wizi, material, sistem modular. *commuting*

Abstract: Sports jackets have developed over time. Currently, sports jackets are made from thin materials, are light to carry and can protect the user from sunlight. These jackets are usually called anti-UV jackets, there are many on the market such as online stores and are suitable for use in summer. The design process began with field observations and product reviews from users, identifying women's specific needs in wearing jackets. Based on this, materials with breathable and flexible technology were chosen to maintain coolness and dryness during physical activity. The jacket design was also carefully considered to provide freedom of movement by implementing a modular system in the product. The method used in this research uses the SCAMPER design method and qualitative research methods. In conclusion, the design of the women's sports jacket from the Wizi brand has succeeded in meeting user needs. This research focuses on developing sports clothing products that focus more on the commuting user market.

Keywords: women jacket, Wizi brand, materials, modular systems. *commuting*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan penggunaan internet, perubahan tren perdagangan tradisional ke arah model perdagangan elektronik atau "*e-commerce*". Saat ini, *e-commerce* telah berkembang menjadi sebuah platform yang menawarkan media, layanan, dan kemampuan baru serta unik yang tidak ada di dunia nyata (Laudon dan Traver, 2017). Di *e-commerce* Shopee terdapat brand WIZ!. Brand tersebut sudah menjual lebih dari dua ratus ribu produk. Terdapat suatu produk di toko tersebut yang memiliki penjualan yang tinggi, yaitu pada jaket olahraga anti UV wanita. Jaket olahraga anti UV wanita Wizi juga diminati untuk aktivitas selain berolahraga karena pada kota besar jaket banyak digunakan oleh para pekerja atau mahasiswa dalam perjalanan menuju tempat kerja ataupun kampus.

Ada konsekuensi yang dihadapi, yaitu suasana ketidaknyamanan terpapar langsung sinar matahari. Hal itu membuat tubuh menjadi berkeringat dan kulit menjadi cepat kusam akibat sinar UV. Jaket olahraga anti UV wanita Wizi tidak cocok digunakan di musim hujan atau cuaca yang berangin karena bahannya yang tipis sehingga tidak bisa menahan terpaan angin. Dari penjelasan diatas penulis ingin membuat target market baru dari jaket anti UV Wizi untuk kegiatan yang baru yaitu *commuting*. Kebutuhan pengguna saat melakukan aktivitas misalnya saat keluar rumah, bekerja, kuliah, berpergian menggunakan kendaraan bermotor atau kendaraan umum dan lainnya. Oleh karena itu perlu adanya produk yang dapat memberikan kenyamanan lebih sebagai kebutuhan dari para *commuting* Wanita dengan merancang sebuah jaket anti UV untuk komuter.

Jaket dirancang sebagai pakaian luar, fungsinya untuk menjaga suhu tubuh agar tetap hangat dan menghindari kedinginan. Namun terdapat juga jaket yang dirancang untuk cuaca panas, fungsinya untuk menahan panas matahari saat beraktivitas. Menurut Picken Mary Brooks (1999), jaket adalah pakaian tubuh bagian atas yang panjangnya setengah badan, jaket mempunyai lengan dan dapat

ditutup di bagian depan atau samping. Jaket umumnya lebih ringan, ketat, dan tidak terlalu tebal dibandingkan mantel. Beberapa jenis jaket sebagai berikut; (1) Jaket Parka (2) Jaket Kulit (3) Jaket Denim (4) Jaket Bomber (5) Jaket Windbreaker (6) Jaket Varsity (7) Jaket anti UV.

Jaket anti UV diciptakan oleh brand Jepang yaitu Uniqlo dikarenakan saat musim panas di Jepang bisa mencapai 30 derajat dan para penggunanya tidak menyukai bahan yang tebal untuk digunakan di cuaca tersebut karena membuat suhu tubuh juga panas. Maka dari itu diciptakan jaket ringan dan tipis untuk melindungi dari paparan sinar matahari. Jaket anti UV tersebut mengenai pasar masyarakat Indonesia dengan baik. dikarenakan iklim di Indonesia yang tropis dan hampir setiap harinya terkena paparan matahari yang menyengat.

Pakaian olahraga biasanya dilengkapi dengan berbagai detail fungsional. Memilih jaket yang tepat memerlukan pemahaman dasar tentang material yang digunakan serta detail jaket itu sendiri (Gabriella, 2019). Komponen penting pada jaket meliputi beberapa bagian diantaranya; (1) Resleting (2) Kancing (3) Hoodie (4) Kantong (5) Material.

Segmentasi pasar merupakan proses mengelompokkan atau membagi konsumen menjadi lebih homogen ke dalam kotak-kotak karena sulit jika pasar sifatnya sangat *heterogeny* (Kasali, 1998). Segmentasi pasar menurut (Santoso, 2021) segmentasi pasar merupakan proses membagi kelompok calon konsumen yang beraneka ragam menjadi kelompok yang lebih kecil atau disamakan. Beberapa perlu diperhatikan dalam memilih segmentasi pasar; (1) Analisis Situasi (2) Posisi Persaingan (3) Ukuran Segmen (4) Pertumbuhan Segmen (5) Biaya untuk mencapai segmen (6) Kesesuaian Tujuan. Lalu dalam memilih pasar ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan diantaranya; (1) Analisis Peluang Pasar (2) Analisis Lingkungan Usaha (3) Menyeleksi Pasar Sasaran (Target Market).

Mantra (2000) menyatakan bahwa penduduk melakukan perjalanan dari asal ke tujuan dalam waktu tertentu dan kembali ke daerah pada sore hari yang

disebut *commuting* atau ulang alik. Seseorang yang bekerja di luar tempat tinggalnya dan kembali ke tempat tinggalnya pada hari yang sama dapat disebut komuter. Saat ini komuter diartikan sebagai pergerakan sehari-hari yang dilakukan seseorang dengan melintasi batas wilayah dan kembali ke lokasi asalnya (Adioetomo dan Samosir, 2010).

Menurut (Chen & Li, 2018) yang disebut “desain modular” berarti elemen spesifik yang membentuk kombinasi berbeda dari subsistem fungsional tertentu, subsistem sebagai modul universal, dan elemen produk lainnya pada berbagai kombinasi membentuk sistem baru menghasilkan berbagai macam fungsi atau kinerja produk yang sama. Desain modular pada pakaian membagi struktur pakaian menjadi beberapa bagian yang berbeda dan setiap bagian sebagai modul dapat dibongkar untuk direstrukturisasi dengan yang lain. Penerapan desain modular pada pakaian sebagai berikut; (1) Komponen Terpisah (2) Sistem Sambungan Modular (3) Multifungsi (4) Lapisan Komponen (5) Komponen Tambahan (6) Penyesuaian Ukuran Komponen.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Moleong (2017: 6), penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena-fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikannya dengan kata-kata dan, menggunakan berbagai metode alamiah untuk memahami konteks alamiah tertentu. Metode pengambilan data penelitian sebagai berikut:

Studi Eksisting

Untuk mendapatkan data produk existing yang dapat dijadikan referensi ataupun pembandingan

Observasi

Observasi dilakukan dengan melihat rutinitas komuter sehari-hari dan mencari tahu kebutuhannya. Observasi juga dilakukan dengan mengamati review jaket anti UV dari para penggunanya saat digunakan.

Wawancara

Pada proses wawancara, peneliti memilih narasumber berdasarkan sampel, mengajukan pertanyaan sesuai dengan keperluan penelitiannya.

Wawancara dilakukan untuk mengetahui kebutuhan, masalah, dan preferensi pengguna mengenai jaket anti UV yang diteliti.

Metode untuk perancangan yang digunakan yaitu menggunakan metode SCAMPER digunakan para menghasilkan ide-ide melalui proses kreatif yang berkembang selama tahapan persiapan, konsentrasi, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi (Serrat, 2017). SCAMPER diciptakan sebagai metode pengembangan ide oleh seorang psikolog bernama Robert Elberle SCAMPER terdiri dari beberapa sub yaitu, S = substitute, C = combine, A = adapt, M = magnify, P = put to other uses, E = eliminate, dan R = rearrange/reverse.

HASIL DAN DISKUSI

Analisis User

Analisis User Persona

Tabel 1 User Persona

Indikator	Analisis User
Demografi	Perempuan, usia 1-31 tahun, stratifikasi sosial : Kelas menengah ke bawah, penghasilan : 500 ribu hingga 1 juta, domisili : Pulau Jawa, kegiatan : berkuliah bekerja, mempunyai jaket anti UV atau pernah menggunakannya
Interest	Efisiensi, tampilan Sporty, easy to use
Behavior	Senang berpergian, berkegiatan di luar ruangan , mempertimbangkan kualitas produk, memiliki ketertarikan dengan tren pakaian olahraga, membutuhkan jaket yang compact saat dibawa berpergian
Pain Point	Kesulitan membawa jaket saat berpergian, fungsi jaket hanya untuk melindungi tubuh, jenis jaket yang biasa dan bahannya yang panas, kurangnya komponen pada jaket untuk mendukung kegiatan komuter

Needs	Jaket dapat memenuhi kebutuhan pengguna untuk perlindungan tubuh, jaket mudah dibawa saat berpergian, bahan jaket yang tidak panas saat digunakan, jaket yang fungsional, memiliki desain gaya sporty
Goals	Memiliki jaket dengan tampilan olahraga namun digunakan untuk kegiatan sehari-hari dan pengguna dapat melakukan kustomisasi dengan mudah serta mengerti penggunaan modular yang ada pada jaket.

Sumber: Data Penulis (2024)

Analisis Aktivitas Pengguna

Target pasar dari jaket Wizi yaitu untuk kegiatan berolahraga. Jenis olahraga yang dilakukan yaitu yoga dan gym. Setelah mengetahui target pasar pengguna jaket Wizi sebelumnya yaitu berolahraga seperti *gym* dan yoga kemudian dilakukan analisis aktivitas untuk pengguna dengan aktivitas yang baru yaitu *commuting*, Berikut beberapa jenis aktivitas beserta transportasi darat yang sering digunakan oleh pengguna commuting; (1) Commuter Line (KRL) (2) Bus (3) Kendaraan Bermotor (4) Jalan Kaki.

Analisis Studi Kebutuhan

Tabel 2 Studi Kebutuhan

No	Masalah	Kebutuhan	Parameter	Solusi
1.	Jaket olahraga wanita anti UV Wizi banyak digunakan untuk aktivitas komuter yang menggunakan sepeda motor	jaket yang dapat melindungi dari sinar UV, dan melindungi rambut dari helm ojek online serta asap kendaraan di jalan	Perlu jaket yang disesuaikan dengan kebutuhan untuk aktivitas komuter sepeda motor	Perubahan desain jaket pada bagian kepala, tangan, dan badan
2.	Jika digunakan lama dibawah matahari, hawa panas masih terperangkap di dalam jaket	Material yang nyaman dan ukuran jaket yang longgar	Material tipis namun melindungi dan ukuran jaket yang tidak pas badan	Perubahan pada proporsi ukuran dasar jaket yang dibuat longgar
3.	Pada saat melakukan aktivitas komuter barang bawaan membuat pengguna sulit jika ingin melepaskan jaket	Jaket yang mudah untuk dilepaskan saat pengguna tidak nyaman tetapi dalam perjalanan	Bagian jaket yang dapat dilepaskan	Penambahan sistem modular pada jaket jika pengguna ingin melepaskan jaket saat perjalanan

4.	Jaket olahraga yang digunakan tidak untuk berolahraga	Mudah dibawa, terdapat penyimpanan seperti kantong, melindungi tubuh	Menyesuaikan penggunaan jaket sesuai aktivitas	Perubahan target pasar jaket yang disesuaikan dengan aktivitasnya
----	---	--	--	---

Sumber: Data Penulis (2024)

Analisis Brand

Brand Wizi merupakan brand pakaian olahraga wanita yang hanya berjualan secara online di *e-commerce* shopee. Produksi barang brand wizi di Jakarta Utara. Tidak hanya menjual pakaian olahraga brand tersebut juga menjual peralatan penunjang olahraga mulai dari yoga, senam, dan lain-lain. Namun pengguna jaket dari brand wizi menggunakan jaket untuk beragam aktivitas. Jika dilakukan pengembangan produk jaket tersebut sesuai dengan kebutuhan dan target pasar yang baru dapat menjadi potensi yang cukup bagus untuk brand tersebut meningkatkan pasarnya.

Spesifikasi Produk Yang digunakan:

Tabel 3 Spesifikasi Produk Dari Brand Yang Digunakan

Spesifikasi Produk Dari Brand Yang Digunakan	
Indikator Produk	Jenis Produk
Jaket Mesh Hoodie	Proteksi Sinar UV
Material	90% poliester + 10% spandeks
Target Pasar	Cocok untuk Yoga, Gym, dan bisa untuk dipakai sehari-hari.
Keunggulan	Bahan yang lembut di kulit, nyaman dipakai, mudah ditarik dan fleksibel saat bergerak. Material yang menjaga Anda tetap sejuk dan nyaman. Perlindungan sinar UV yang dibuat dari material breathable mesh.
UPF 50+	Skala proteksi sinar UV tertinggi pada pakaian.
Ukuran jaket	M, L, XL, 2XL, 3XL
Varian Warna	Pink, Black, White, Dark Gray, Gray, Green, Navy

Sumber: Data Penulis (2024)

Analisis Pasar

Target pasar pengguna brand Wizi yaitu untuk orang yang berolahraga. Mulai dari *gym, pilates, yoga* dan penggunaan sehari-hari. Tetapi banyak pengguna jaket dari brand wizi menggunakan jaket untuk beragam aktivitas. Jika dilakukan pengembangan produk jaket tersebut sesuai dengan kebutuhan dan target pasar yang baru dapat menjadi potensi yang cukup bagus untuk brand tersebut meningkatkan pasarnya. Daya tarik utama pasar jaket anti UV ini yaitu harganya yang cukup terjangkau, dalam kisaran Rp 100.000 hingga Rp 150.000, membuatnya menarik bagi segmen pasar yang luas. Ulasan produk jaket pada *e-commerce* mendapat banyak ulasan positif dengan rating yang mendekati 5 bintang, menandakan kepuasan dari konsumen yang cukup tinggi. Konsumen sering memuji kualitas bahan yang nyaman dan perlindungan UV yang efektif. Dalam penjualannya beberapa model jaket wizi telah terjual ribuan hal tersebut menunjukkan permintaan yang kuat di Shopee.

Analisis Material

Material yang digunakan pada jaket wanita olahraga anti UV salah satu produk jaket dari brand Wizi yaitu 90% poliester + 10% spandex. Polietilen tereftalat merupakan salah satu senyawa polyester dan merupakan bahan penting yang banyak digunakan untuk berbagai keperluan industri dan rumah tangga. Penggunaan serat polyester terus meningkat, baik sebagai bahan baku tekstil sandang maupun untuk keperluan lainnya. Spandex merupakan jenis serat sintetis yang berbasis poliuretan, sering digunakan dalam pembuatan pakaian antara lain kaos olahraga, *jersey*, dan pakaian renang, sifatnya elastis yang cukup tinggi dan mudah menyerap keringat.

SCAMPER

Tabel 4 SCAMPER

Jenis SCAMPER	Analisis
---------------	----------

Modify	Untuk menyesuaikan dengan kepentingan konsumen, perancangan ini memodifikasi jaket olahraga menjadi jaket commuting yang diberikan tambahan saku penyimpanan pada jaket untuk memudahkan membawa barang saat perlananan serta memisahkan bagian jaket pada bagian lengan dan juga tudung jaket untuk memudahkan pengguna dalam mengkustomisasi saat melakukan aktivitas commuting.
Put to Another Use	Perancangan ini menambahkan sistem modular, pada jaket olahraga wanita yang kemudian digunakan sebagai jaket untuk komuter karena penyesuaian saat penggunaan dalam aktivitas sehari-hari. Jaket ini bisa digunakan oleh para komuter yang beraktivitas di bawah matahari untuk melindungi dari sinar UV. Bahan yang digunakan juga memudahkan pengguna saat melakukan penyimpanan jaket di dalam tas karena bahannya yang tipis sehingga bisa dilipat hingga kecil tidak memakan banyak tempat.

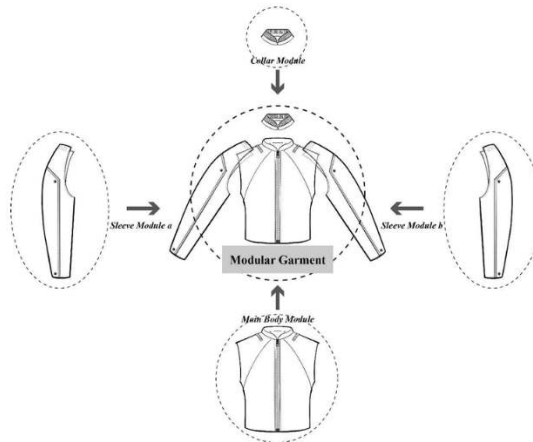
Sumber: Data Penulis(2024)

Analisis Sistem Modular

Tabel 5 Analisis Sistem Modular

No	Kebutuhan	Parameter
1	Instalasi penguasaan	Dilakukan dengan mudah oleh pengguna
2	Penyimpanan seperti kantong	Dapat menjadi tempat <i>hanphone</i> , dompet, dan barang bawaain kecil lainnya
3	Estetika	Sistem sambungan tidak terlihat mengganggu dan nyaman digunakan
4	Kostumisasi	Tidak memerlukan banyak cara saat melakukannya sehingga bisa langsung dilakukan oleh pengguna

Sumber: Data Penulis (2024)



Gambar 1 Sistem Modular Pada Jaket
 Sumber: article Resources, Conservation & Recycling (2024)

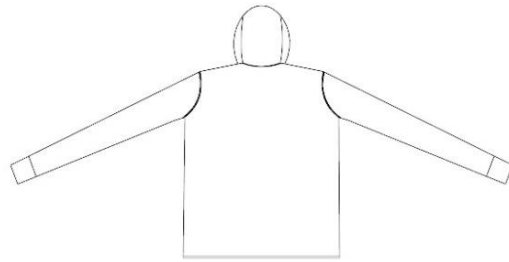
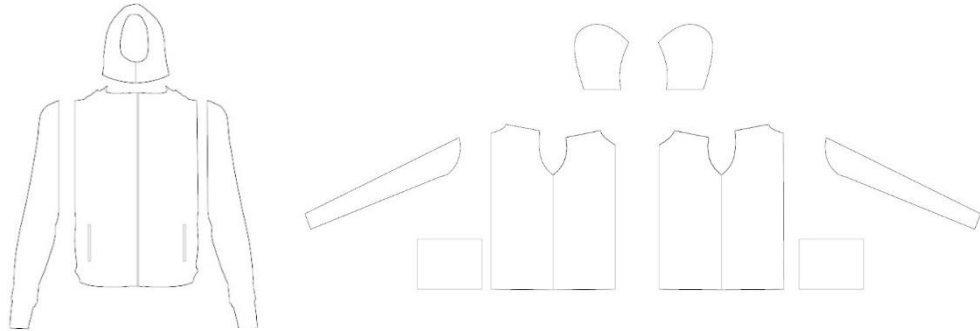
TOR (term Of Reference)

Tabel 6 TOR (Term Of Reference)

TOR (Term Of Reference)		
Design Requirement	Design Constrain	Design Description
Produk yang dirancang menggunakan jaket UV dengan modul utama dari produk brand Wizi.	Menggunakan material yang mampu melindungi dari paparan sinar matahari yaitu material poliester 90% dan spandeks 10%	Produk ini dirancang dengan menggunakan tambahan sistem modular sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan target pasar yang baru yaitu komuter. Perancangan produk jaket anti UV ini diperuntukkan hanya untuk wanita saja. Produk ini disesuaikan dengan jangka waktu pemakaiannya dalam sehari digunakan sekitar 2-4 jam. Penggunaanya wanita dengan usia sekitar 21-31 tahun.
Produk mengedepankan rancangan yang dapat menyesuaikan kebutuhan para komuter wanita.	Menambahkan resleting pada bagian lengan dan juga hoodienya sebagai modular jaket	
Mekanisme lengan dengan lepas pasang dapat dilakukan dengan mudah	Memakai sistem modular dapat mewujudkan produk kustomisasi yang disesuaikan kebutuhan pengguna.	
Kebutuhan ukuran yang dapat fleksibel untuk mencegah terjadinya ketidaknyamanan pada saat digunakan	Material jaket yang elastis dapat memberikan keleluasaan ukuran produk yang fleksibel	
Material yang digunakan pada jaket Wanita yang dapat menahan hawa panas dari sengatan sinar matahari		

Sumber: Data Penulis (2024)

Sketsa Final



Gambar 2 Sketsa Final
Sumber: Data Penulis (2024)

Hasil Produk



Gambar 3 Hasil Produk
 Sumber: Data Penulis (2024)

Validasi Produk

Tabel 7 Validasi Produk

No	Aspek Penilaian	1	2	3	4	5	Skor Tertinggi
1.	Fungsional				60%	40%	4
2.	Desain			65%	35%		3
3.	Material				30%	70%	5
4.	Harga			20%	50%	30%	4
5.	Kenyamanan				20%	80%	5
Total							21
Rata rata							4,2

Sumber: Data Penulis (2024)

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan yaitu target pasar dari pengguna jaket anti UV ini dikhususkan untuk melakukan aktivitas di luar ruangan atau berpergian dengan

klasifikasi pekerja Wanita yang berperan sebagai *commuting*. Hal tersebut sudah dikelompokkan dengan perilaku dan juga kebiasaan dan kebutuhan yang berbeda dari para pekerja Wanita. Perancangan jaket juga sudah disesuaikan dengan kebutuhan para pengguna dengan aktivitas *commuting*. Maka dari itu penargetan pasar disesuaikan dengan fungsi dari jaket tersebut. Dengan begitu diharapkan jaket anti UV modular ini dapat membantu kepada para pekerja wanita yang berperan sebagai *commuting*.

Setelah menjalani penelitian/proses perancangan ini, hal-hal yang bisa diperbaiki lebih baik lagi yaitu: (1) Jahitan yang kurang rapi pada bagian modular hoodienya dikarenakan resleting kurang panjang (2) Penggunaan warna resleting yang berbeda dengan warna resleting bawaan dari jaket tersebut (3) Pada bagian kerah diberikan *Velcro* supaya tetap dapat berfungsi untuk menutup bagian leher (4) Warna jaket hanya putih tidak ada variasi lainnya (5) Ukuran jaket yang digunakan dalam validasi kurang besar dikarenakan tidak banyak yang berbadan kecil (6) Uji validasi ketahanan belum digunakan lama atau secara langsung saat melakukan kegiatan *commuting*.

DAFTAR PUSTAKA

- (APJII), A. P. (2019). *Laporan Survei Internet APJII*.
- Abdurrahman, I. B. (2021). The Effect of SCAMPER Strategy on Evoking Iraqi EFL Preparatory Pupils' Creative Thinking Skills. *Journal of Tikrit University for Humanities*, 28(3, 4), 1–15.
- Annur, C. M. (2024, februari 20). databoks. *10 negara dengan presentase pengguna internet yang sering berlanja online tertinggi (januari 2024)*.
- Ariyani, Y. D. (2022). Bibliometric analysis of SCAMPER strategy over the past 20 years. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 11(4), 1930–1938.

- Azhari, I. D. (2021). ANALISIS PERHITUNGAN KAPASITAS DAYA GARDU TRAKSI GUNA MEMENUHI KEBUTUHAN. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1.
- Bryan. (2021, agustus 20). TshirtBar. *MENGENAL JENIS JAKET PARKA DAN BAHANNYA*.
- Destian, F. (2019). Angkutan Umum. *itenas library*, 7.
- Devita, V. D. (2020). *Report: Peta Persaingan E-Commerce Indonesia Q4 2020*.
- Fitinline. (2016, Juni 7). *7 Ciri khas Jaket kulit asli*.
- Fitinline. (2021, Mei 31). *7 Fakta Unik tentang jaket Denim*.
- Fitinline. (2021, Mei 31). *7 Fakta Unik tentang Jaket Denim*.
- Humaidi, R. F., Syarif, E. B., & Andrianto. (2022). *Art & Design. Perancangan Jaket Fashion untuk Penggunaan Sehari-Hari*, 230-232.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- kusumadirezza. (2022, february 14). infogarut.id. *Asal-Usul Jaket Kulit Garut, Produk Asli Garut yang Melegenda hingga Mancanegara*.
- Mulyana , M. (2019). Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar dan Pemosisian Pasar. *Materi Tutorial Online EKMA 4216 Manajemen Pemasaran*, 23-29.
- Nadine. (2023, April 20). *Kelebihan dan Kekurangan Bahan Spandex untuk Baju olahraga*.
- Nugraha, J., Sukmawati, A., Mulyawan, A. S., & Sugiyana, D. (2020). Biduri (*Calotropis gigantea*) leaves extract as natural dyes and ultraviolet protector applied on silk fabric with an exhaust syeing method. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1-6.
- Rahmadhani, D. S. (2021, September 27). Asal usul jaket parka. *Asal Muasal Jaket Parka yang Trendi Saat ini. Dipakai Berburu Hingga Jadi Seragam Militer*.
- Reika, A. (2023, Oktober 9). *Bahan Polyester: Pengertian, Karakteristik dan Kelebihannya*.
- Reika, A. (2023, Oktober 9). *Bahan Polyester: Pengertian, Karakteristik dan Kelebihannya*.

Santoso, J. T. (2021, Oktober 31). Universitas STEKOM. *Segmentasi Pasar*, p. 1.

Syafii, M. (2022, Desember 14). Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*,
p. 1.

Y. S. (2022). ekonomi bisnis. *Meningkatkan penjualan industri kerupuk*, 13-28.

