

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rencana bisnis dan strategi pengembangan usaha brand fashion VELVOR yang mengusung konsep desain simple dan elegan dengan fokus pada penjualan berbasis digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa VELVOR memiliki potensi pasar yang menjanjikan, khususnya pada segmen konsumen wanita berusia 18–35 tahun yang aktif di platform digital. Strategi pemasaran difokuskan pada pemanfaatan media sosial TikTok, Instagram, dan Shopee untuk meningkatkan brand awareness serta memperluas jangkauan konsumen. Dari hasil analisis aspek pasar, operasional, dan keuangan, VELVOR dinilai memiliki peluang usaha yang layak dan berpotensi berkembang. Selain itu, strategi harga terjangkau dan desain fleksibel menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan di industri fashion lokal.

Kesimpulannya, usaha VELVOR dinilai layak dan prospektif untuk dikembangkan, dengan strategi utama berupa penguatan branding digital, optimalisasi media sosial, serta peningkatan kualitas produk agar mampu bersaing secara berkelanjutan di pasar fashion Indonesia.

Kata Kunci: VELVOR, Rencana Bisnis, Strategi Pengembangan, Fashion, Pemasaran Digital.

