

Analisis Kelayakan Bisnis: Studi Kasus Kak Neng Craft

**Lenti Susanna Saragi, S.Pd., M.Si.¹ Danita Febryanti Br Simatupang²
Julaidi Selian³ Karen Orelia Gulo⁴ Sendiana Br Ginting⁵
Yolanda Tampubolon⁶**

¹Universitas Negeri Medan

Lenti@unimed.ac.id danita@mhs.unimed.ac.id julaidiselian@mhs.unimed.ac.id
karenorelia@mhs.unimed.ac.id sendianaginting@mhs.unimed.ac.id
tampubolonyolanda14@mhs.unimed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis yang terdiri dari aspek hukum, lingkungan, pemasaran, manusia dan SDM, teknologi, dan keuangan dari usaha Kak Neng Craft. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara langsung, yang dimana narasumber dari topik yang diangkat adalah Nelli Sefrika Sinaga atau yang sering dikenal dengan panggilan Kak Neng. Kak Neng Craft berawal dari hobi kak Nelli dalam membuat barang-barang kerajinan tangan dari barang-barang bekas.

Kata Kunci: Bisnis, Kerajinan, Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze aspects in the business feasibility study consisting of legal, environmental, marketing, human and Human Resourche, technology, and financial aspects of the Kak Neng Craft business. This research was conducted by direct interviews, where the resource person of the topic raised was Nelli Sefrika Sinaga or often known as Kak Neng. Kak Neng Craft started from Kak Nelli's hobby in making handicraft items from used goods.

Keywords: Business, Craft, Marketing

PENDAHULUAN

Dalam memulai sebuah usaha atau bisnis banyak langkah yang harus diperhatikan seperti usaha apa yang cocok untuk dimulai, bagaimana memulai usaha tersebut, dan bagaimana peluang usaha tersebut oleh karena itu sangat diperlukan untuk menganalisis berbagai aspek studi kelayakan bisnis.

. Kak neng craft didirikan oleh ibu nelli Sefrika Sinaga atau yang sering dikenal dengan kak neng. Kak neng craft sudah berdiri sejak 2017 yang awalnya hanya kak neng seorang memulai membuka usaha ini, mulai dari mendesain produk, mencari bahan dasar, membentuk pola, mendesain kemasan produk. Awalnya kak neng mulai merasa jika produk yang dibuatnya layak dipasarkan karena banyak orang-orang di sekitarnya merasa tertarik dengan produk yang dibuat oleh kak neng. Maka dari itu kak neng mulai memproduksi produknya dalam jumlah yang besar. Produk-produk yang di jual oleh kak neng adalah produk yang bertemakan budaya simalungun yang dimodifikasi serta mengikuti desain modern yang sedang trend. Contohnya ialah tandok yang bisa juga dijadikan tas, pada dasarnya yang kita ketahui tandok untuk pesta tidak bisa dijadikan tas tetapi kak neng mendesain tandok ini bisa dijadikan tas, dan kak neng juga menjual seperti kalung, tempat tisu yang bermotif ulos adat batak, tempat persembahan, aksesoris wanita yang bertema dengan adat, sortali dan berbagai pernik-pernik pernikahan adat batak.

Kak neng craft ini adalah salah satu bisnis yang mengusung tema budaya etnik dari Batak pada setiap produk yang diciptakan dan dipasarkan. Bisnis ini juga sudah pernah menjadi sponsor dalam sebuah acara budaya di mana Kak nengkras menyediakan souvenir souvenir yang ada di dalam toko mereka untuk diperkenalkan kepada masyarakat melalui acara atau event agar masyarakat menjadi lebih tahu bahwa bisnis Kak Neng Craft ini mengusung tema budaya yang di modernisasikan dengan tren yang sedang berlaku di Indonesia dan juga di luar Indonesia. Pada dasarnya produk yang ada di dalam bisnis ini itu bermula dari produk-produk adat namun dimodifikasi menjadi lebih modern agar masyarakat bisa menggunakannya di acara-acara umum yang tidak hanya digunakan pada saat acara adat atau pesta-pesta orang Batak namun juga bisa digunakan atau dipakai dalam acara-acara resmi dan bahkan produk-produk ini bisa kita pakai menjadi trend fashion yang bisa mengikuti gaya dari luar negeri namun juga tetap memiliki nilai budaya asli dari masyarakat Batak. Salah satu produk yang dimodifikasi oleh kak neng Craft ini adalah aksesoris-aksesoris yang mengikuti fashion-fashion yang sedang trend namun dalam jahitannya itu diberikan tenunan-tenunan dari ukiran-ukiran adat Batak yang menjadi hiasan untuk produk yang dipasarkan oleh Kak neng craft. Pemasaran yang dilakukan oleh kak ningrat ini adalah melalui media sosial baik itu Tik Tok Facebook Instagram dan juga media sosial lainnya. Seperti yang kita tahu pada saat ini masyarakat hampir keseluruhan itu menggunakan aplikasi yang bernama TikTok Kak Neng Craft juga tidak ketinggalan dalam memanfaatkan aplikasi tersebut untuk memasarkan produk-produk yang ada dalam bisnisnya melalui siaran langsung di mana setiap harinya dilakukan oleh kak neng untuk bisa memasarkan produknya itu tidak hanya kepada masyarakat sekitar atau masyarakat yang ada di Medan namun juga masyarakat di luar kota dan juga di luar negeri melalui promosi yang dilakukan dalam secara langsung TikTok.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Kreativitas

Secara etimologi, kata kreativitas yang dalam bahasa Inggris "*creativity*" asal mulanya diambil dari bahasa latin, yaitu "*creo*" yang artinya "menciptakan atau membuat". Dalam bahasa Inggris kata "*create*" muncul pada Abad ke-14. Konsep kreativitas memiliki bahasan yang luas, yaitu menyangkut hubungan antara kreativitas dengan inteligensi, mental, tipe, dan kemampuan personal, kesehatan mental, pendidikan, dan pelatihan, teknologi, proses pembelajaran, dan mengajar. Bahkan, kreativitas dan tindakan kreatif dipelajari secara lintas disiplin, multidefinisi dan multipendekatan, seperti, pada psikologi, ilmu kognitif (*cognitive science*), ilmu pendidikan, filsafat (*philosophy of sciences*), teknologi, teologi, sosiologi, linguistik, studi bisnis (*business studies*), dan ilmu ekonomi.

Dari sudut pandang psikologis, kreativitas adalah suatu proses mental dalam memunculkan ide-ide dan konsep-konsep baru atau keterkaitan antara ide-ide baru dengan konsep-konsep yang ada.

Agar ide-ide dan konsep-konsep baru tersebut menjadi nilai yang nyata, maka ide-ide tersebut ditransformasikan dan diimplementasikan menjadi tindakan nyata. Jadi, kreativitas baru bernilai jika ditransformasikan melalui inovasi. Seperti dikemukakan oleh Gurteen (1998) bahwa kreativitas sebagai

penghasil ide-ide, sedangkan inovasi merupakan perbuatan mentransformasikan ide-ide tersebut ke dalam tindakan melalui seleksi, perbaikan, dan penerapan (*"Creativity as the generation of ideas while innovation consists in transforming these ideas in action through a selection, an improvement and an implementation"*).

Untuk mengimplementasikan ide-ide tersebut tentu saja diperlukan talenta dan keterampilan (skill), yaitu kemampuan atau kecakapan untuk melakukan tugas-tugas yang baik atau lebih baik daripada rata-rata (*a skill is the ability or talent to perform a task well or better than average*).

2. Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah suatu keterampilan yang dapat dikembangkan dan suatu proses yang dapat dikelola. Kreativitas merupakan faktor yang sangat penting untuk keberhasilan di masa yang akan datang. Kreativitas dimulai dengan dasar ilmu pengetahuan, pembelajaran disiplin ilmu, dan kematangan cara berpikir.

Dari sudut pandang ekonomi, kreativitas lebih menunjukkan pada suatu tindakan kreasi manusia. Kreativitas menunjukkan suatu fenomena di mana seseorang menciptakan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk produk barang dan jasa, pekerjaan seniman jenaka maupun dalam bentuk pemecahan masalah suatu persoalan atau suatu kebaruan barang dan jasa yang memiliki nilai ekonomi. Seperti dikemukakan oleh Howkins (2001: dalam bukunya *The Creative Economy How People Make Money From Ideas*, bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru (*creativity is the ability to generate something new*).

Menurut Howkins (2001: ix), kreativitas muncul apabila seseorang berkata, mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu (*it occurs whenever a person says, does or makes something that is new. either in the sense of "something fom nothing" or in the sense of "giving a new character to something*). Crag yang kreatif, sering disebut "creator", yaitu setiap orang yang menciptakan atau menemukan sesuatu yang baru.

3. Kreasi Kain Ulos

Kreasi merupakan bentuk dari seni, yaitu ketika ingin membuat sesuatu sesuai dengan yang diinginkan, di butuhkan imajinasi yang kuat untuk bisa membuat suatu produk yang ingin dihasilkan. Menurut Ismayani (2018 : 12) proses kreasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menghadirkan sesuatu yang awalnya tidak ada menjadi ada atau pun yang sudah ada tetapi di buat lebih menarik lagi. Manusia memiliki kelebihan berupa akal pikiran, kalbu, emosi, nafsu dan kemampuan dalam membuat sesuatu, sehingga manusia bisa menuangkan apa yang ada di pikirannya atau imajinasinya menjadi sesuatu yang berguna baik produk, maupun jasa.

Minat merupakan rasa yang dimiliki manusia ketika tertarik terhadap sesuatu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat adalah kecenderungan hati terhadap sesuatu: gairah: keinginan. Sedangkan menurut Hery Widodo (2019:3) minat sering disebut sebagai ketertarikan (interest). Minat juga dapat diartikan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu dan keinginan yang kuat untuk melakukan sesuatu.

Tenun Tradisional merupakan salah satu produk tekstil, proses pembuatannya disebut menenun yakni menggabungkan benang menggunakan alat tenun tradisional, tenun tradisional biasanya diproduksi dalam skala rumah tangga. Budiyo dalam (Dewi Iffani Falashifa, 2013) mengungkapkan bahwa tenun merupakan teknik dalam pembuatan kain yang dibuat dengan asas (prinsip) yang sederhana yaitu dengan menggabungkan benan secara memanjang dan melintang.

Ulos merupakan salah satu tenun tradisonal yang berasal dari salah satu suku di Sumatera Utara yaitu suku batak, Ulos sendiri berasal dari bahasa batak yang artinya kain. Titit Lestari (2010 : 2) mengatakan bahwa ulos adalah selembar kain yang ditenun sebagai kerajinan oleh wanita dengan berbagai pola dan aturan-aturan.

Ulos menjadi simbol kehangatan bagi masyarakat suku batak, bermula dari nenek moyang batak yang dulunya bermukim di daerah pegunungan sehingga sering merasakan kedingin. Lantas lahirlah gagasan untuk membuat ulos, dengan kata lain ulos di ciptakan untuk menghangatkan tubuh atau pengganti selimut. Ada tiga Dalam pemikiran leluhur Batak ada tiga sumber kehangatan yaitu : matahari, api dan ulos. Matahari terbit dan tenggelam sendirinya setiap saat sehingga tidak bisa dijadikan penghangat setiap saat, api dapat dinyalakan setiap saat tetapi tidak praktis digunakan untuk menghangatkan tubuh, misalnya besarnya api harus dijaga setiap saat sehingga tidur pun terganggu. Namun tidak begitu halnya dengan Ulos yang sangat praktis digunakan di mana saja dan kapan saja.

4. Etnik Budaya Batak Toba

Suku Batak merupakan suku bangsa terbesar ketiga di nusantara yang berasal dari Sumatera Utara. Hidup di pegunungan, orang-orang Batak umumnya menganut agama Kristen Katolik, Kristen Protestan, Islam, kepercayaan tradisional Ugamo Malim, dan kepercayaan animisme. Pakaian adat Sumatera Utara khas Batak Toba terbuat dari kain ulos atau kain tenun tradisional, mulai dari bagian atas sampai bawah.

Pakaian adat pria bagian atas disebut ampe-ampe dan bagian bawah disebut singkot. Sementara untuk perempuan, bagian atas berupa *hoba-hoba* dan bagian bawah adalah *haen*.

Mengenakan busana ini juga dilengkapi dengan aksesoris berupa penutup kepala pada laki-laki yang disebut bulang-bulang dan pengikat kepala atau tali-tali pada perempuan, serta memakai selendang ulos. Tandok adalah wadah yang terbuat dari rajutan pandan yang umumnya digunakan untuk menampung beras. Bagi Suku Batak, keberadaan tandok sangat penting dalam budaya mereka.

Selain turut mewakili citra masyarakatnya yang agraris, juga sebagai perlambang kuatnya rasa kekeluargaan diantara sesama. Wadah yang biasa dibawa ibu-ibu pada saat acara adat inilah yang kemudian menginspirasi lahirnya Tari Tandok.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian studi kelayakan bisnis yang kami lakukan terhadap usaha atau bisnis yang bernama Kak Neng Craft ini kami melakukan wawancara secara langsung terhadap narasumber yaitu Kak Neng. Pada saat wawancara kami juga melihat produk-produk serta Bagaimana cara bekerja karyawan yang ada di dalam tempat di diproduksinya semua hasil-hasil yang dipasarkan oleh kak neng Craft. Penelitian ini kami lakukan secara berkala di mana Pada awalnya itu kami melihat Bagaimana kondisi sekitar dari tempat Bisnis yang dilakukan dan juga melihat Bagaimana aktivitas mereka tanpa kami memberitahu bahwa kami ingin melakukan riset atau Penelitian terhadap bisnis mereka. Setelah melihat dan meneliti bagaimana keadaan serta kondisi dari bisnis Kak Neng Craft ini maka dari itu kami mulai melakukan tanya jawab serta melakukan riset Bagaimana sebenarnya aspek-aspek baik dari aspek hukum aspek lingkungan hidup aspek pemasaran aspek teknologi aspek manajemen SDM serta aspek keuangan dari bisnis tersebut. Studi ini kami lakukan untuk melihat apakah bisnis Kak ningrat ini sudah layak jika kita melihat dan menilai dari aspek-aspek yang ada dalam studi kelayakan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN



PERKENALAN USAHA

Kerajinan Tangan adalah kegiatan menciptakan suatu produk atau barang yang dilakukan oleh tangan dan memiliki fungsi pakai atau keindahan sehingga memiliki nilai jual. Kerajinan tangan yang memiliki kualitas tinggi tentu harganya akan mahal, jika kalian memiliki keterampilan dan berusaha untuk membuat suatu produk mungkin dengan kerajinan yang akan anda memiliki bisa menjadi suatu usaha yang menjanjikan.

Kak Neng Craft merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan (handmade). Produk-produk yang dijual misalnya aksesoris rambut seperti jepit rambut, bando dari ulos, clutch handmade untuk pesta/kondangan, kalung-kalung ulos, dll.

Alasan membuka usaha ini yaitu pada dasarnya karena menjalankan hobi dalam membuat kerajinan tangan. Kak Neng melihat bahwa kerajinan tangan yang dibuat ini ada yang suka, kemudian Kak Neng mempromosikannya di media sosial. Usaha ini juga menjadi salah satu sumber pendapatan keluarga.

VISI & MISI

Visi misi usaha ini selain sebagai sumber pendapatan pemilik usaha tetapi juga dapat menjadi sumber pendapatan dan sumber lapangan pekerjaan yang baru untuk masyarakat sekitar yang mempunyai keahlian di bidang kerajinan tangan. Maka dari itu usaha ini bergerak di bidang kerajinan tangan seperti produk-produk aksesoris handmade yang terbuat dari kain ulos yang bisa dibuat jadi pita, dll.

ASPEK LINGKUNGAN

Untuk aspek lingkungan seperti contohnya limbah, usaha Kak Neng Craft terbilang minim limbah, karena pada dasarnya juga Kak neng memanfaatkan kembali limbah yang dihasilkan dengan cara mengolah kembali menjadi aksesoris kecil seperti pembuatan anting dari limbah ulos dan hiasan kalung dari limbah ulos juga. Jadi kak neng sebisa mungkin untuk memanfaatkan kembali limbah yang dihasilkan untuk meminimalisir tercemarnya lingkungan sekitar.

• LINGKUNGAN OPERASIONAL

Lingkungan operasional yang juga disebut lingkungan persaingan atau lingkungan tugas adalah faktor-faktor dalam situasi persaingan yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan dan atau memasarkan produk dan jasanya secara menguntungkan.

1) Pesaing

Sampai saat ini Kak Neng merasa belum memiliki pesaing baik dari online maupun offlinenya. Jika produk yang dijual Kak Neng ada yang meniru karena memang biasanya produk Kak Neng banyak yang meniru, maka Kak Neng akan membuat produk baru dengan ciri khas tersendiri dan tetap dibuat sendiri (handmade). Jadi untuk persaingan, Kak Neng merasa persaingan dari usaha yang sedang dijalankan masih terbilang minim persaingan.

2) Pemasok

Untuk pemasok bahan Kak Neng Craft, seperti bahan mentah cluth ini dikirim dari Kediri tetapi untuk hiasannya tetap buatan sendiri ala Kak Neng Craft. Untuk bahan ulos diambil langsung dari pengrajin ulos, lalu ulos ini diolah lagi menjadi kalung dari ulos, bando dari ulos, pita dari ulos, dll.

3) Pelanggan

Pelanggan kak neng craft ini umumnya ibu-ibu sosialita yang aktif ikut perkumpulan yang kerap disebut sebagai arisan/kondangan. Jadi, apabila pelanggan merasa puas akan produk dari kak neng craft, maka tidak jarang pelanggan mempromosikan produk yang digunakan kepada ibu-ibu lainnya dan tidak jarang juga calon pelanggan tersebut langsung mencari tahu nama usaha dari produk yang dipromosikan tadi.

ASPEK HUKUM

Pada saat wawancara terhadap pemilik bisnis dikatakan bahwa beliau memiliki surat izin yang pertama kali didadat dari lurah setempat. Surat izin ini sebagai tanda bahwa pemilik usaha ini memiliki hak serta izin melakukan usaha dan melakukan produksi di sekitar pemukiman masyarakat. Dengan adanya surat izin tersebut maka pemilik usaha akan bisa menunjukkan izin apabila ada masyarakat yang komplain dan mungkin merasa sedikit terganggu dengan suara mesin yang digunakan untuk memproduksi produk yang dipasarkan oleh Kak neng Craft.

ASPEK PEMASARAN

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Target pemasaran Kak Neng Craft yaitu ibu-ibu kondangan dan ibu-ibu yang sering ikut pesta dan juga kebanyakan dipasarkan untuk ibu-ibu orang Batak yang beragama Kristen untuk dipakai ke gereja, arisan, dan kumpulan-kumpulan yang diadakan dari gereja.

Cara pemasaran usaha ini lebih mengutamakan dari online/sosial media seperti TiktopShop, Lazada dan Shopee. Selain itu, usaha Kak Neng Craft ini juga sudah mempunyai ratusan reseller yang bergabung didalam 3 grup Whatsapp. Kak Neng Craft lebih mengutamakan pemasaran dari online karena berdasarkan pengakuan Kak Neng keseringan merasa kesulitan melayani customer dan harus packing-packing pesanan online juga.

Usaha Kak Neng Craft ini sering ikut event salah satunya yaitu bazar di Lapangan Merdeka dengan nama event IWAPI yaitu Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, kemudian pernah juga diundang untuk mengikuti bazar di Andaliman Hall. Usaha ini juga sudah pernah diwawancarai oleh radio sekitar

tahun 2019. Kak neng juga pernah menjadi narasumber dari podcast yang diselenggarakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI).

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Jumlah karyawan Kak Neng yaitu 4 karyawan. 1 karyawan sebagai admin yang bertugas untuk merekap orderan online, 1 karyawan bertugas untuk belanja bahan dan peralatan yang dibutuhkan, dan 2 karyawan bertugas sebagai finishing orderan dan packing. Karyawan-karyawan Kak Neng ini mulai bekerja dari pukul 8 pagi hingga pukul 5 sore. Jika usaha ini sedang banjir orderan dan mengharuskan untuk lembur, maka Kak Neng akan menghitung gaji lembur yaitu Rp10.000,- per jam untuk satu orang karyawan. Jadi jika lembur sekitar 5 jam maka akan ditambah gaji lembur Rp50.000,- dan ditambah makan malam juga. Sebagai bentuk reward jika butuh refreshing, Kak Neng sering mengajak karyawan-karyawannya untuk jalan-jalan ke pantai atau ke tempat wisata lainnya setidaknya diadakan sekali dalam 3 bulan.

ASPEK TEKNOLOGI

Teknologi yang digunakan dari usaha ini yaitu penggunaan mesin jahit untuk memudahkan dalam proses pembuatan clutch, dll. Penggunaan Handphone juga dibutuhkan oleh seluruh karyawan dan pemilik usaha untuk memudahkan karyawan (bagian admin) merekap orderan online, memasarkan produk dari live tiktok (live setiap hari senin-sabtu pukul 9 pagi), memasarkan produk dari platform shopee dan lazada. Pemanfaatan teknologi pembayaran juga untuk memudahkan pelanggan untuk membayar produk yang dibeli, misalnya melalui e-wallet seperti shopeepay, dana, ovo dan juga melalui m-banking seperti salah satunya yaitu BRIMobile.

ASPEK KEUANGAN

Untuk tafsiran modal awal dan sumbernya, Kak Neng menyisihkan uang belanja bulanan yang diberikan oleh suami, bukan yang langsung menyisihkan modal usaha untuk membuka usaha besar. Dari keuntungan awal ini, Kak Neng mengumpulkannya dari pendapatan usaha kecil-kecilan dan uang belanja dari suami sehingga jadilah usaha Kak Neng Craft yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat sekitar.

Untuk kisaran harga termurah dipatok sekitar Rp15.000 untuk produk jepit rambut dan harga termahal dipatok sekitar Rp170.000 untuk produk Clutch handmade.

Untuk pendapatan bersih/omset yang didapatkan dari usaha ini berkisar Rp50.000.000,- per bulan dan untuk pengeluaran dari usaha ini Rp25.000.000,- per bulan. Berdasarkan nilai Prob.Chi-Square ($Obs * R\text{-squared}$) sebesar $0.4599 > 0.05$, maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi masalah autokorelasi pada model regresi penelitian ini.

KESIMPULAN

Menurut kelompok kami bahwa usaha kak neng craft ini layak dikarenakan dari analisis yang telah kami lakukan dan melihat aspek yang telah kami paparkan bahwasanya kak neng craft ini sangat sangat baik untuk dipasarkan dan dipertahankan ,salah satu hal yang paling penting usaha ini sangat minim akan limbah dikarenakan sekecil apapun sisa dari kain perca atau bahan lainnya akan dipergunakan kembali atau diolah kembali oleh kak neng craft ini seperti menjadi hiasan aksesoris dan dari aspek lainnya juga kak neng craft sangat memberi dampak bagi masyarakat sekitar dengan cara mempekerjakan masyarakat sekitar,dari hal tersebut dapat kita lihat bahwa usaha kak neng craft menjadi wadah tempat untuk lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitarnya .

SARAN

Sebaiknya kak neng craft membuka tempat usahanya lebih lagi terbuka yang dimaksud ialah tempatnya usaha neng craft menurut kami belum strategis dari yang kami lihat tidak semua masyarakat dapat menjangkau langsung dengan mudah dari yang kami lihat masuk kedalam usaha kak neng craft tidak bisa dilalui oleh mobil oleh sebab itu menurut kami tempat kak neng craft sebaiknya lebih lagi strategis dan lebih lagi mudah untuk dijangkau

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal: "Pengembangan Model Bisnis untuk Industri Kerajinan Ulos di Kabupaten Toba Samosir"

Ulospedia (<https://www.ulospedia.com/>)

Siregar, Mangihut. (2017). Industri Kreatif Ulos pada Masyarakat Pulau Samosir: *Jurnal Studi Kultural*, 2(1), Januari 2017. Hal: 1-5

Malau, Ropita Hotrezkina. (2020). Sistem Informasi Pemasaran dan Penjualan Hasil Tenun Ulos Desa Lumban Suhi-Suhi: *Jurnal KAKIFIKOM (Kumpulan Artikel Karya Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer)*, 2(2), Oktober 2020. Hal: 93-101.

Suryana. 2013. *EKONOMI KREATIF – EKONOMI BARU: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.