

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan dan strategi pengembangan bisnis KALN, sebuah merek *fashion* lokal untuk pria yang menargetkan komunitas otomotif di Indonesia. KALN menggabungkan gaya aktif dan elemen balap untuk menciptakan produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai emosional dan sosial bagi penggunanya. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan kerangka teoritis *Customer Value Theory*, *Design Thinking*, *Business Model Canvas (BMC)*, dan *Model Timmons* dalam menganalisis strategi bisnis dan potensi pengembangannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KALN memiliki potensi pasar yang kuat dengan peluang pengembangan melalui kolaborasi dengan komunitas, peningkatan *digital marketing*, dan diferensiasi produk. Strategi yang disarankan mencakup penguatan media sosial seperti Instagram, kolaborasi dengan tim otomotif terkenal, pengembangan konten visual yang menarik, serta optimalisasi struktur biaya dan distribusi. Analisis keuangan menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan, dengan proyeksi pendapatan dan arus kas yang menunjukkan tren positif dalam tiga tahun ke depan. Secara keseluruhan, KALN memiliki prospek bisnis yang menjanjikan sebagai merek *fashion activewear* pria yang terintegrasi dengan gaya hidup otomotif.

Kata Kunci: Kelayakan Usaha; Strategi Pengembangan Bisnis; *Fashion* Pria; Komunitas Otomotif; *Customer Value Theory*; *Design Thinking*; *Business Model Canvas (BMC)*; *Timmons Model*; *Digital Marketing*; *Activewear* Lokal

ABSTRACT

This research aims to analyze the feasibility and business development strategy of KALN, a local men's fashion brand targeting automotive communities in Indonesia. KALN combines activewear aesthetics with racing elements to create products that are not only functional but also deliver emotional and social value to its users. The research employs a qualitative descriptive method. The theoretical frameworks used include Customer Value Theory, Design Thinking, Business Model Canvas (BMC), and the Timmons Model to assess the brand's strategy and development potential. Findings indicate that KALN holds strong market potential with growth opportunities through collaboration with communities, enhanced digital marketing, and product differentiation. Recommended strategies include strengthening Instagram presence, collaborating with prominent automotive teams, creating engaging visual content, and optimizing cost structure and distribution channels. The financial analysis confirms that the business is feasible, with revenue and cash flow projections showing a positive trend over the next three years. Overall, KALN presents a promising business prospect as a men's activewear brand integrated with the automotive lifestyle.

Keywords: *Business Feasibility; Business Development Strategy; Men's Fashion; Automotive Community; Customer Value Theory; Design Thinking; Business Model Canvas (BMC); Timmons Model; Digital Marketing; Local Activewear*