



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Details

Jawaban singkat: Untuk memulai bisnis hoodie, pilih ceruk pasar yang bisa Anda jangkau langsung, validasi dengan pra-pesanan berbayar, lalu pilih cetak sesuai permintaan agar tanpa stok, atau produksi partai kecil agar margin per unit lebih baik. Tetapkan harga dari total biaya sampai tujuan, uji cuci satu putaran sampel, lalu kunci spesifikasi tertulis agar setiap pesanan ulang sama dengan peluncuran pertama.

Jika Anda sedang mencari tahu cara memulai bisnis hoodie, kemungkinan besar Anda sudah punya desain, komunitas, atau ide merek. Yang Anda butuhkan sekarang adalah urutan kerja yang menjaga kas Anda. Panduan ini membahas validasi ceruk pasar, pemilihan model produksi, penetapan harga demi margin, pengujian partai kecil, dan peningkatan skala menuju pesanan ulang bersama mitra produksi. Panduan ini tidak membahas cara memilih metode dekorasi atau bahan garmen polos. Topik tersebut dibahas di halaman kami tentang [hoodie pullover kustom](#), dan panduan ini menautkan ke sana saat Anda sampai pada langkah tersebut.

Mengapa Sebagian Besar Peluncuran Hoodie Pertama Mandek

Kegagalan yang paling umum bukan karena desain yang buruk, melainkan kesalahan urutan. Pendiri memesan stok sebelum permintaan terbukti, menebak sebaran ukuran, menetapkan harga hanya dari biaya garmen polos, lalu baru tahu, setelah muncul keluhan pada pencucian pertama, bahwa cetakan atau potongannya tidak bertahan. Setiap kesalahan terlihat kecil. Namun bersama-sama, semuanya menyisakan ukuran XXL yang tidak terjual, margin tipis, dan pesanan kedua yang tidak sama dengan yang pertama.

Pasar tidak akan menutupi kesalahan-kesalahan itu untuk Anda. Laporan PPAI bertajuk 2025 U.S. Distributor Sales Volume Estimate mencatat penjualan distributor merchandise bermerek sebesar \$27,13 miliar, hanya naik 1,3 % secara tahunan, dan ringkasan asosiasi itu sendiri menyebut banyak distributor “menjual lebih banyak tetapi untung lebih sedikit” ([estimasi volume penjualan PPAI^{\[1\]}](#)). Dalam rilis yang sama, 60 % distributor memperkirakan penjualan 2026 yang lebih tinggi, tetapi hanya 53 % yang memperkirakan laba lebih baik. Permintaan akan pakaian berlogo memang ada. Marginlah yang harus Anda perjuangkan.

Solusinya adalah menjalankan bisnis dengan urutan yang tetap, dengan pemeriksaan lanjut/berhenti di setiap langkah. Sisa artikel ini menguraikan urutan tersebut.

Daftar Isi

1. [Apa Sebenarnya Bisnis Hoodie Itu](#)
2. [Cara Memulai Bisnis Hoodie dalam Tujuh Langkah](#)
3. [Perbandingan Model Produksi](#)
4. [Tanya Jawab](#)
5. [Poin Penting](#)
6. [Kesimpulan](#)

Apa Sebenarnya Bisnis Hoodie Itu (dan Model Mana yang Sedang Anda Bangun)

Bisnis hoodie menjual garmen fleece yang didekorasi dengan merek yang dikenali pembeli, baik itu label streetwear, lini merchandise kreator, pusat kebugaran, maupun toko klub. Anda tidak perlu menjahit apa pun. Sebagian besar pendiri membeli garmen polos jadi dan membayar mitra untuk mendekorasinya, sehingga keputusan yang benar-benar penting menyangkut arus kas, risiko stok, dan konsistensi, bukan mesin.

Pendiri biasanya masuk ke salah satu dari empat model:

- **Cetak sesuai permintaan (POD):** setiap hoodie didekorasi dan dikirim setelah pelanggan membayar. Anda tidak menyimpan stok.
- **Produksi partai kecil:** Anda memesan satu putaran hoodie yang sudah didekorasi, menyimpan stoknya, lalu mengirimkannya sendiri atau melalui layanan pemenuhan pesanan.
- **Label privat:** sama seperti produksi partai, ditambah label leher kustom, tag gantung, dan kemasan, sehingga garmen tampil sebagai produk Anda, bukan garmen polos yang didekorasi.
- **Merchandise organisasi:** tim, perusahaan, atau acara menjual ke kelompok yang dikenal dengan tenggat tetap dan jumlah anggota yang pasti.

Banyak pendiri menjadikan hoodie produk inti dengan melewati model-model ini secara berurutan. Mereka mulai dari POD untuk mengetahui apa yang laku, lalu memindahkan desain yang sudah terbukti ke produksi partai begitu angkanya mendukung untuk menyimpan stok.



Cara Memulai Bisnis Hoodie dalam Tujuh Langkah

Langkah 1: Pilih ceruk pasar yang bisa Anda jangkau tanpa iklan berbayar

Sebuah ceruk pasar hanya layak jika Anda bisa menyebutkan tempat-tempat spesifik tempat para pembelinya sudah berkumpul, seperti server Discord, klub lari, subreddit, sekolah, atau daftar email

yang Anda kelola. Jika satu-satunya jalan menuju pembeli adalah lalu lintas berbayar, margin Anda harus menanggung biaya akuisisi pelanggan sejak hari pertama, dan itu tidak sanggup dilakukan sebagian besar peluncuran pertama. Tuliskan tiga saluran yang bisa dijangkau beserta perkiraan jumlah orang yang benar-benar terjangkau di tiap saluran. Jika daftar itu tidak bisa Anda isi, persempit ceruk pasarnya sampai bisa.

Langkah 2: Validasi dengan uang, bukan jumlah suka

Gambar simulasi dan jajak pendapat hanya mengukur minat. Pra-pesan dan uang muka mengukur permintaan. Jalankan periode pra-pesan singkat, biasanya satu hingga 2 minggu, dengan gambar simulasi datar dari dua atau tiga desain. Sebelum membukanya, tetapkan ambang lanjut/berhenti: jumlah pesanan berbayar yang dibutuhkan untuk menutup biaya sampel ditambah putaran produksi pertama Anda, yang bisa dihitung dengan rumus titik impas di Langkah 4. Pra-pesan juga memberi sesuatu yang tidak bisa diberikan tebakan: sebaran ukuran yang nyata. Gunakan itu untuk menyusun kurva ukuran, bukan menyalin rasio umum.

Langkah 3: Pilih model produksi Anda

POD menghilangkan risiko stok, tetapi memberi margin per unit paling tipis dan kendali paling kecil atas garmen polos dan hasil akhir yang sampai ke pintu pelanggan. Produksi partai memperbaiki ekonomi per unit dan konsistensi, tetapi mengikat kas dalam stok, dan setiap ukuran yang tidak terjual adalah kerugian langsung. Tabel perbandingan di bawah memaparkan untung-ruginya. Sumber industri memperkirakan para pendiri akan memadukan metode, bukan berkomitmen pada satu saja. Seorang spesialis peralatan yang diwawancarai oleh [Graphics Pro^{\[2\]}](#) mengatakan “Orang-orang kembali ke DTG” setelah 2 tahun ketika sebagian besar perhatian tertuju pada DTF. Dalam praktiknya, merek yang sama bisa mencetak pesanan satuan secara digital dan menjalankan desain yang sudah terbukti dalam produksi partai.

Langkah 4: Tetapkan harga demi margin dari biaya sampai tujuan

Menetapkan harga dari penawaran garmen polos plus cetak adalah kesalahan hitung yang paling sering terjadi. Susun total biaya sampai tujuan per unit (C) dari setiap baris berikut:

- Biaya unit yang sudah didekorasi dari penawaran mitra Anda
- Sampel dan penyiapan, dibagi rata ke seluruh putaran produksi
- Ongkos kirim masuk dan bea masuk apa pun
- Kemasan, label, dan tag
- Biaya pemrosesan pembayaran serta biaya lokapasar atau platform
- Ongkos kirim keluar yang Anda tanggung, ditambah pengambilan dan pengemasan
- Dana cadangan untuk retur, penukaran, dan salah cetak

Lalu tetapkan harga dengan **Harga = C ÷ (1 – margin kotor target)**. Pengali atas C yang dihasilkan adalah 1,67× untuk margin 40 %, 2,0× untuk 50 %, 2,5× untuk 60 %, dan 3,33× untuk 70 %. Bandingkan hasilnya dengan harga yang benar-benar mau dibayar ceruk pasar Anda. Jika harga yang dibutuhkan margin target Anda lebih tinggi daripada yang dibayar pembeli pra-pesan Anda, ubah rincian biayanya, bukan hanya harganya. Terakhir, hitung **unit titik impas = biaya peluncuran tetap ÷ (harga – biaya variabel per unit)**. Angka itu menjadi ambang lanjut/berhenti Anda di Langkah 2.



Langkah 5: Uji partai kecil sebelum putaran produksi penuh

Memastikan hoodie kustom cukup berkualitas untuk membawa merek Anda membutuhkan bukti, bukan kesan pertama. Cetakan bisa tampak sempurna saat baru keluar dari kantong, tetapi tetap retak setelah dicuci. Pesan sampel setidaknya dalam ukuran terkecil dan terbesar Anda, lalu jalankan melalui protokol pencucian yang dapat diulang. AATCC TM61, uji pencucian dipercepat standar industri, memperkirakan kelunturan warna setara lima kali pencucian rumahan dalam satu siklus 45 menit dan menilai hasilnya pada skala abu-abu dari 5 (tidak ada perubahan) hingga 1 (perubahan parah). Jika Anda menguji di rumah, ikuti label perawatan yang akan Anda cetak, lalu ukur dada, panjang badan, dan lengan pada setiap ukuran sebelum dan sesudah dicuci. Panduan pengadaan independen memperingatkan bahwa garmen polos yang kurang baik proses pra-susutnya dapat menyusut dengan laju berbeda di tiap ukuran, sehingga kurva ukuran Anda rusak setelah pencucian pertama. Regangkan area tinta paling tebal dengan tangan dan periksa apakah retak. Jika sampel gagal, perbaiki spesifikasi sebelum memesan putaran produksi.

Saat Anda memilih antara metode dekorasi dan bobot garmen polos, [panduan hoodie pullover kustom](#) kami membahas bagaimana karya desain, kuantitas, dan permukaan kain memengaruhi hasil, sehingga artikel ini tidak mengulanginya.



Langkah 6: Urus kelengkapan dokumen sebelum Anda menjual

Label leher Anda sendiri mengubah garmen polos yang didekorasi menjadi produk Anda, dan label itu membawa kewajiban hukum. Berdasarkan aturan tekstil FTC, label harus mencantumkan kandungan serat menurut berat, negara asal, serta nama produsen atau RN ([16 CFR Part 303^{\[3\]}](#)). Label juga harus memuat petunjuk perawatan ([16 CFR Part 423^{\[4\]}](#)). Jika Anda beralih ke garmen polos dengan campuran serat yang berbeda, label juga harus diubah ([Textile World^{\[5\]}](#)). Fleece tergolong kain berpermukaan berbulu menurut panduan mudah terbakar CPSC ([CPSC^{\[6\]}](#)), dengan kelas yang ditetapkan dalam [16 CFR 1610.4^{\[7\]}](#). Ukuran anak untuk anak berusia 12 dan di bawahnya juga wajib dilengkapi secara permanen dengan [label pelacakan^{\[8\]}](#). Ringkasan lengkap aturannya ada di [halaman produk](#).

Langkah 7: Tingkatkan skala ke pesanan ulang dengan spesifikasi terkunci

Pesanan ulang adalah saat bisnis hoodie membangun atau merusak reputasinya. Pelanggan yang membeli ukuran M pada Maret mengharapkan potongan yang sama pada Oktober. Sebelum putaran produksi partai pertama, tulis spesifikasi 1 halaman dan minta mitra produksi Anda menyetujuinya. Spesifikasi itu harus mencatat gaya dan warna garmen polos, campuran serat, metode dekorasi, posisi dan ukuran cetakan, warna tinta atau benang, penempatan label, serta format lipat dan kemasan. Simpan satu sampel yang sudah disetujui sebagai acuan fisik. Pada setiap pesanan ulang, tanyakan apakah garmen polos berasal dari lot kain yang sama atau lot baru, dan uji cuci satu unit dari setiap lot baru. Tetapkan pemicu pesanan ulang untuk setiap desain dan ukuran, misalnya saat stok hanya cukup untuk penjualan selama waktu yang lebih singkat daripada waktu produksi plus pengiriman Anda, agar produk terlaris tidak habis lalu kosong selama sebulan.

Jika garmen polos Anda diimpor, simpan catatan dari serat hingga garmen. CBP menerbitkan 8 Withhold Release Order dan menahan 3,138 pengiriman senilai sekitar \$220,67 juta pada FY2026 hingga 30 Juni ([CBP^{\[9\]}](#)). Tarif tambahan Section 301 sebesar 10 % atau 12,5 % juga mulai berlaku pada 2026-07-24 untuk sebagian besar negara asal ([USTR^{\[10\]}](#)). Masukkan bea masuk ke dalam rincian biaya Anda di Langkah 4, dan lihat bagian biaya sampai tujuan di [halaman hoodie pullover kami](#) untuk detail selengkapnya.



Perbandingan Model Produksi

Tabel di bawah membandingkan keempat model berdasarkan faktor yang paling penting saat peluncuran. Tabel ini sengaja tidak mencantumkan harga. Biaya bergantung pada karya desain, kuantitas, dan pilihan garmen polos, jadi dapatkan angkanya dari penawaran terkini.

Faktor	Cetak sesuai permintaan	Produksi partai kecil	Label privat	Hibrida (POD ke produksi partai)
Kas di muka	Terendah; hanya sampel	Sedang; satu putaran penuh dibayar sebelum ada penjualan	Tertinggi; putaran produksi plus label dan kemasan	Rendah di awal, naik seiring desain terbukti
Risiko stok	Tidak ada	Ukuran yang tidak terjual adalah kerugian langsung	Sama seperti produksi partai, ditambah stok kemasan bermerek	Terbatas pada desain yang sudah terbukti
Margin per unit	Paling tipis; pemenuhan pesanan sudah masuk dalam biaya unit	Lebih baik, jika kurva ukuran terjual habis	Nilai yang dirasakan terbaik per unit	Membaik seiring volume berpindah ke produksi partai
Kendali atas garmen polos dan hasil akhir	Terbatas pada katalog	Anda memilih garmen polos dan menyetujui sampel	Spesifikasi lengkap, termasuk label leher	Bertambah seiring waktu
Konsistensi pesanan ulang	Bisa bergeser di antara lokasi cetak	Kuat dengan spesifikasi terkunci	Terkuat; spesifikasi plus sampel acuan	Kuat setelah masuk produksi partai
Tahap terbaik	Menguji desain dan audiens	Ceruk pasar tervalidasi dengan data pra-pesan	Merek mapan dengan pembeli berulang	Sebagian besar pendiri pemula

Kanal daring penting untuk setiap model. PPAI melaporkan penjualan distributor daring sebesar \$7,1

miliar pada 2025, 26,3 % dari total. Riset Oxford Economics yang ditugaskan oleh PPAI menaksir total belanja merchandise bermerek di AS sebesar \$174 miliar ([PPAI dan Oxford Economics^{\[11\]}](#)). Angka itu mencakup barang berlisensi, jadi bacalah sebagai batas atas kategori, bukan sebagai pasar yang dapat Anda jangkau.

Tanya Jawab

Tanya Jawab: Berapa modal yang saya butuhkan untuk memulai bisnis hoodie?

Tergantung modelnya. POD hanya membutuhkan sampel dan toko daring. Produksi partai membutuhkan dana yang cukup untuk membayar satu putaran produksi penuh sebelum Anda menjualnya. Alih-alih menebak angka, jumlahkan biaya peluncuran tetap Anda (sampel, penyiapan, label, toko daring, dorongan pemasaran pertama) dan gunakan rumus titik impas di Langkah 4 untuk melihat berapa unit yang harus Anda jual. Lalu minta penawaran dari mitra produksi untuk karya desain dan kuantitas Anda yang sebenarnya.

Tanya Jawab: Bisakah saya meluncurkan hoodie kustom tanpa pesanan minimum?

Bisa. POD dan dekorasi digital memungkinkan Anda memulai dari satuan, cara paling bersih untuk menguji desain. Imbalannya ada pada biaya per unit dan konsistensi. Pindahkan desain terlaris Anda ke putaran produksi partai setelah data pra-pesanan atau penjualan menunjukkan ukuran dan warna mana yang benar-benar laku.

Tanya Jawab: Bagaimana memastikan hoodie saya berkualitas tinggi sebelum dijual?

Uji cuci sampel dalam ukuran terkecil dan terbesar Anda, ukur sebelum dan sesudahnya, lalu regangkan area cetak paling tebal untuk memeriksa keretakan. Jika Anda menginginkan hasil laboratorium, AATCC TM61 memperkirakan lima kali pencucian rumahan dalam satu uji berdurasi 45 menit dan memberi Anda nilai skala abu-abu yang dapat dituliskan ke dalam spesifikasi.

Tanya Jawab: Bagaimana menentukan jumlah pesanan untuk tiap ukuran?

Gunakan sebaran ukuran dari pra-pesanan Anda sendiri, bukan rasio umum. Jika uji cuci sampel menunjukkan penyusutan yang tidak merata antarukuran, perbaiki garmen polos atau tabel ukurannya sebelum memesan. Jangan mencoba mengompensasinya dengan mengubah kuantitas.

Tanya Jawab: Apakah saya perlu label sendiri untuk menjual hoodie di AS?

Jika garmen dijual dengan merek Anda, garmen itu harus mencantumkan kandungan serat, negara asal, nama produsen atau RN, serta petunjuk perawatan menurut aturan FTC. Ukuran anak untuk anak berusia 12 dan di bawahnya juga memerlukan label pelacakan. Halaman produk kami merangkum aturan yang berlaku untuk pullover fleece.

Tanya Jawab: Kapan saya harus beralih dari cetak sesuai permintaan ke produksi partai?

Beralihlah saat sebuah desain terjual cukup stabil sehingga ekonomi per unit produksi partai, setelah memperhitungkan penyimpanan dan risiko ukuran tak terjual, mengungguli margin POD Anda. Jalankan rumus titik impas dengan penawaran produksi partai. Jika Anda dapat melampaui angka itu dalam satu musim penjualan, peralihan biasanya sepadan.

Poin Penting

- **Permintaan pakaian bermerek itu nyata, tetapi pertumbuhannya lambat.** — \$27,13 miliar dalam penjualan distributor 2025 U.S., naik 1,3 % ([Sumber](#))
- **Laba lebih sulit diraih daripada penjualan.** — 60 % distributor memperkirakan penjualan 2026 yang lebih tinggi, tetapi hanya 53 % yang memperkirakan laba lebih baik ([Sumber](#))
- **Penjualan daring adalah kanal utama, bukan kanal sampingan.** — \$7,1 miliar, 26,3 % dari penjualan distributor 2025 ([Sumber](#))
- **Batas atas kategori ini besar; ceruk pasar Anda yang membuatnya terjangkau.** — \$174 miliar belanja merchandise bermerek di AS ([Sumber](#))
- **Garmen polos impor memerlukan bea masuk dalam rincian biaya.** — Tarif tambahan sebesar 10 % atau 12,5 % berdasarkan Section 301 sejak 2026-07-24 ([Sumber](#))
- **Catatan rantai pasok melindungi jadwal pesanan ulang Anda.** — 3,138 pengiriman ditahan pada FY2026 hingga 30 Juni ([Sumber](#))
- **Ukuran anak membawa kewajiban pelabelan tambahan.** — Label pelacakan wajib untuk produk yang ditujukan bagi anak berusia 12 dan di bawahnya ([Sumber](#))

Kesimpulan

Belajar cara memulai bisnis hoodie sebagian besar berarti belajar urutan kerja yang tepat. Jangkau ceruk pasar yang bisa Anda hubungi langsung, buktikan permintaan dengan pra-pesan berbayar, pilih model produksi yang sanggup didukung kas Anda, tetapkan harga dari total biaya sampai tujuan, uji cuci sebelum meningkatkan skala, dan kunci spesifikasi agar setiap pesanan ulang sama dengan peluncuran pertama. Saat Anda siap mengubah desain yang sudah tervalidasi menjadi putaran produksi, tinjau detail dekorasi, garmen polos, dan pemesanan di halaman kami tentang [hoodie pullover kustom](#) , lalu ajukan permintaan penawaran untuk karya desain dan kuantitas Anda.

Sumber Referensi

1. [PPAI, 2025 U.S. Distributor Sales Volume Estimate \(diterbitkan 2026-01-12\) ↵](#)
2. [Graphics Pro, "Apa yang Sedang Tren dalam Dekorasi Pakaian," Paula Aven Gladych \(2026-05-19\) ↵](#)
3. [eCFR, 16 CFR Part 303: Aturan dan Regulasi berdasarkan Textile Fiber Products Identification Act ↵](#)
4. [eCFR, 16 CFR Part 423: Pelabelan Perawatan Pakaian Tekstil ↵](#)
5. [Textile World, "Hindari Dicap 'Tidak Patuh'" \(Desember 2025\) ↵](#)
6. [CPSC AS, Panduan Bisnis Pakaian \(diakses Oktober 2026\) ↵](#)
7. [eCFR, 16 CFR 1610.4: Persyaratan Klasifikasi Tekstil ↵](#)
8. [CPSC AS, Label Pelacakan untuk Produk Anak ↵](#)
9. [U.S. Customs and Border Protection, Penegakan Aturan Kerja Paksa \(diperbarui September 2026\) ↵](#)
10. [USTR, Lembar Fakta: Tindakan Section 301 atas Larangan Impor Kerja Paksa \(Juli 2026\) ↵](#)
11. [PPAI dan Oxford Economics, "Di Dalam Pasar Merchandise Bermerek AS Senilai \\$174 Miliar" \(2026-09-22\) ↵](#)