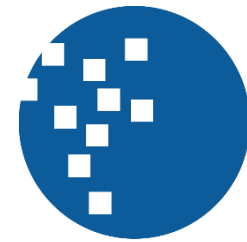


RENCANA BISNIS WHY2K DALAM MEMBANGUN MEREK
***FASHION STREETWEAR* DI INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR SKRIPSI

CLIFFORD WILLIAM

00000056025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

RENCANA BISNIS WHY2K DALAM MEMBANGUN MEREK

FASHION Y2K DI INDONESIA



TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

CLIFFORD WILLIAM

00000056025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Clifford William

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056025

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

RENCANA BISNIS WHY2K DALAM MEMBANGUN MEREK FASHION STREETWEAR DI INDONESIA

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, Selasa 20 Juni 2025


(Clifford William)

HALAMAN PENGESAHAN

Business Plan dengan judul

RENCANA BISNIS WHY2K DALAM MEMBANGUN MEREK *FASHION STREETWEAR* DI INDONESIA

Oleh

Nama : Clifford William

NIM : 00000056025

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari 19 Juni
Pukul 09:30 s.d 11:00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Prof. Dr. Florentina Kurniasari T.,
S.Sos., MBA
0314047401

Pembimbing


Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.
0306088501

Penguji


Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar
Hidayat, S.M.B., M.M.
0705069103

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

iii

Rencana Bisnis Why2K Dalam Membangun Merek Fashion Streetwear di Indonesia, Clifford William, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Rencana Bisnis Why2K Dalam Membangun Merek *Fashion Streetwear* di
Indonesia

Oleh

Nama : Clifford William

NIM : 00000056025

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 12 Juni 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Elissa Dwi Lestari, S.Sos, M.S.M.
0306088501



Purnamaningtyih, S.E, M.S.M, C.B.O
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Clifford William
NIM : 00000056025
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Rencana Bisnis Why2K Dalam Membangun Merek *Fashion Streetwear* di Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☒ Lainnya, pilih salah satu:
- ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
- ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3-tahun.

Tangerang, 25 Juni 2025

(Clifford William)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“RENCANA BISNIS WHY2K DALAM EMBANGUN MEREK *FASHION* STREETWEAR DI INDONESIA”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara .

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, SE., M.S.M, C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Marbella Tania dalam membantu motivasi, menasihati, serta menemani dalam proses penyusunan *business plan* ini.
7. Ferdinand Lie dalam membantu dan menghibur dalam proses pembuatan *business plan*

Saya berharap karya ilmiah ini dapat membantu semua orang yang ingin memulai suatu bisnis atau mendapatkan inspirasi serta referensi untuk membuat bisnis sendiri. Semoga karya ilmiah ini juga dapat memberikan manfaat serta informasi dari pengalaman yang dilalui oleh penulis.

Tangerang, 12 Juni 2025



(Clifford William)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

RENCANA BISNIS WHY2K DALAM MEMBANGUN MEREK

FASHION STREETWEAR DI INDONESIA

(Clifford William)

ABSTRAK

Tren streetwear di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan meningkatnya konsumsi produk fesyen oleh generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk merancang rencana bisnis bagi Why2K, sebuah merek *fashion* lokal yang ingin membangun posisi kuat di pasar streetwear nasional. Penulis telah mendapatkan keuntungan dari *brand* yang dimiliki dan *business plan* ini merupakan Gambaran dari perjalanan bisnis yang ditempuh. Hasil *business plan* menunjukkan bahwa terdapat peluang besar untuk merek lokal seperti Why2K apabila mampu mengembangkan identitas merek yang kuat, memanfaatkan media sosial secara efektif, serta menyusun strategi pemasaran yang relevan dengan gaya hidup konsumen muda. Rencana bisnis ini mencakup analisis pasar, model bisnis, strategi pemasaran, proyeksi keuangan, dan rencana implementasi. Dengan strategi yang tepat, Why2K berpotensi menjadi *brand* streetwear yang kompetitif dan berkelanjutan di pasar domestik.

Kata kunci: *Fashion Streetwear*, Merek Lokal, Rencana Bisnis

WHY2K BUSINESS PLAN IN BUILDING STREETWEAR

FASHION BRAND IN INDONESIA

(Clifford William)

ABSTRACT (English)

The streetwear trend in Indonesia has experienced significant growth in line with the increasing consumption of fashion products by the younger generation. This study aims to design a business plan for Why2K, a local fashion brand seeking to establish a strong position in the national streetwear market. The author has gained profits from the brand owned, and this business plan serves as an overview of the business journey undertaken. The results of the business plan show that there are great opportunities for local brands like Why2K if they can develop a strong brand identity, utilize social media effectively, and formulate marketing strategies that align with the lifestyle of young consumers. This business plan includes market analysis, business model, marketing strategy, financial projections, and implementation plan. With the right strategy, Why2K has the potential to become a competitive and sustainable streetwear brand in the domestic market.

Keywords: *Fashion Streetwear, Local Brand, Business Plan*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1 Perkenalan.....	1
1.2 Deskripsi Perusahaan	4
1.3 Analisis Industri.....	5
1.4 Analisis Pasar	5
1.5 Analisis Pemasaran.....	7
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan.....	8
1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk	8
1.7.1 Rencana Operasional.....	9
1.7.2 Pengembangan Produk	9
1.8 Proyeksi Keuangan	9
1.9 Pendanaan	10
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	13
2.1 Pendahuluan.....	13
2.2 Latar Belakang.....	14
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	18
2.4 Tagline	19
2.5 Produk	19
2.6 Status Bisnis Saat Ini	24

2.7	Tujuan Pembuatan <i>Business Plan</i>	26
2.8	Kebutuhan Dana yang Diharapkan	26
2.9	Status Hukum dan Kepemilikan Usaha.....	27
BAB III	ANALISIS INDUSTRI.....	29
3.1	Ukuran Industri di Indonesia	29
3.1	Pertumbuhan Industri di Indonesia	32
3.2	Proyeksi Penjualan Industri	34
3.3	Karakteristik Industri	35
3.4	Tren Industri dan Prospek Jangka Panjang Industri	37
3.5	Kesimpulan.....	39
BAB IV	ANALISIS PASAR.....	40
4.1	Anallisis Kompetitor.....	40
4.2	Competitive Analysis Grid	43
4.3	Estimasi Penjualan Tahunan.....	44
BAB V	ANALISIS PEMASARAN.....	46
5.1	Strategi Pemasaran.....	46
5.1.1	Segmentasi Pasar.....	46
5.1.2	Seleksi Target Market.....	48
5.1.3	Customer Value Proposition	49
5.1.4	Ukuran Target Market.....	50
5.1.5	TAM, SAM, SOM.....	50
5.1.5	Perilaku Konsumen.....	52
5.1.6	Pemosisian.....	52
5.1.7	Diferensiasi Produk.....	52
5.1.8	Product Attribute Map	53
5.1.9	<i>Business Model</i>	55
5.1.10	Strategi Harga	57
5.2	Proses Penjualan dan Bauran Promosi.....	58
5.2.1	Proses Penjualan	58
5.2.2	Bauran Promosi.....	58
BAB VI	TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN.....	62

6.1	Tim Manajemen.....	62
6.2	Tujuan dan Sasaran Perusahaan.....	64
BAB VII PERENCANAAN OPERASIONAL		66
7.1	Model dan Prosedur Operasional.....	66
7.2	Lokasi Bisnis.....	68
7.3	Fasilitas dan Peralatan	68
BAB VIII DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN.....		70
8.1	Status Pengembangan.....	70
8.2	Tantangan dan Resiko.....	71
8.3	Biaya.....	72
8.4	Properti Intelektual.....	73
BAB IX IMPLEMENTASI STRATEGI		74
9.1	Milestones	74
9.2	Akuisisi Konsumen	75
BAB X PROYEKSI KEUANGAN.....		76
10.1	Pendanaan dan Biaya	76
10.2	Proyeksi Penjualan	77
10.3	Proyeksi Penjualan 3-Tahun.....	77
10.4	Proyeksi Laba Rugi.....	78
10.5	Balance Sheet	79
10.6	Arus Kas 3-Tahun.....	80
10.7	Break Even Point	81
10.8	Payback Period	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		86

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perhitungan Profit per Produk.....	45
Tabel 4.2 Proyeksi Keuntungan dari 24 Produk	45
Tabel 5.1 Segmentasi Pasar Why2K.....	47
Tabel 5.2 Value Proposition Why2K	49
Tabel 10.1 Biaya Awal Produk Baru Why2K.....	76
Tabel 10.2 Proyeksi Penjualan Why2K 2025.....	78
Tabel 10.3 <i>Balance Sheet Why2K 2025</i>	79
Tabel 10.4 Arus Kas 3 Tahun Why2K 2025.....	80
Tabel 10.5 BEP 3 Tahun <i>Why2K</i>	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perbelanjaan Indonesia	3
Gambar 1.2 Market Positioning Why2K.....	6
Gambar 1.3 Struktur Organisasi Why2K.....	8
Gambar 1.4 Budgeting Produk Why2K	10
Gambar 2.1 Logo Why2K.....	13
Gambar 2.2 Grafik Pertumbuhan Pakaian Tahun 2010 Hingga 2021	16
Gambar 2.3 Produk Why2K Original	20
Gambar 2. 4 Produk Why2K Neo.....	21
Gambar 2.5 Produk Why2K Slick	22
Gambar 2.6 Produk Why2K Jersey.....	23
Gambar 2.7 Update Stock Why2K Jersey.....	25
Gambar 2.8 Bukti Pembayaran Terbesar Why2K.....	25
Gambar 3.1 Produk yang Paling Banyak Dibeli di E-Commerce	31
Gambar 3.2 Proyeksi Penjualan Industri <i>Fashion</i> di Indonesia	34
Gambar 3.3 Produk Kaos <i>Oversize</i>	39
Gambar 4.1 Competitive Analysis Grid	44
Gambar 5.1 TAM, SAM, SOM Why2K	51
Gambar 5.2 <i>Business Model Canvas</i> Why2K	54
Gambar 5. 3 <i>Business Model Canvas</i> Why2K	55
Gambar 5.4 Foto Why2K di Bazaar	59
Gambar 5.5 Media Sosial Why2K.....	60
Gambar 6.1 Tim manajemen.....	63
Gambar 7.1 Prosedur Produksi Why2K	66
Gambar 8.1 Foto Produk Jersey Baru Why2K	70
Gambar 10.1 Invoice Produk Baru Why2K.....	76
Gambar 10.2 Proyeksi Penjualan Why2K 2025	77
Gambar 10.3 Proyeksi Penjualan Why2K 2025	77
Gambar 10.4 Proyeksi Penjualan Why2K 2025	78
Gambar 10. 5 Proyeksi Penjualan Why2K 2025	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	86
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	86
Lampiran C Bukti pembayaran.....	95



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA