

**RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN
MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA**



Yonathan Heritage

00000056902

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024/2025

**RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN
MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tugas Akhir Skripsi

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Yonathan Heritage

00000056902

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG

2024

ii

RENCANA BISNIS STRATEGIS ..., Yonathan Heritage, Universitas
Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yonathan Heritage

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056902

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

**RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK
KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K 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, 28 November 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Yonathan Heritage

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA

Oleh

Nama : Yonathan Heritage

NIM : 00000056902

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 06 Desember 2024

Pembimbing



Kanon Mommsen Wongkar, SH., M.H.

NIDN: 030107820

Ketua Program Studi



Purnamaningsih, SE., M.S.M

NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA

Oleh

Nama : Yonathan Heritage

NIM : 00000056902

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 06 November 2024

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Tessa Handra, S.E., M.E.

0322058406

Penguji



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.

0314018302

Pembimbing



Kanon Mommsen Wongkar, SH., M.H.

030107820

Ketua Program Studi



Purnamaningsih, SE., M.S.M

0323047801

v

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yonathan Heritage

NIM : 00000056902

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : **RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K:
MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K 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, 28 November 2024


(Yonathan Heritage)

* 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 kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, kami dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang berjudul **“RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA”**

Tujuan dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah untuk mendalami ilmu di bidang bisnis serta memberikan kontribusi berupa solusi atau wawasan yang relevan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi dalam bidang tersebut. Kami berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, kami mendapatkan banyak dukungan, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H., 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. Team Why2k yang telah memberikan semangat dan kerjasama yang baik, sehingga penulisan RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA ini dapat selesai dengan baik.

Kami berharap karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Entrepreneur. Selain itu, kami juga berharap penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, serta memberikan manfaat praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik di lingkungan akademik maupun di dunia industri atau masyarakat umum. Akhirnya, semoga karya ilmiah ini tidak hanya bermanfaat bagi para pembaca, tetapi juga mampu menginspirasi para peneliti lain untuk terus mengembangkan pengetahuan di bidang ini.

Tangerang, 4, Desember, 2024



Yonathan Heritage

RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA

Yonathan Heritage

ABSTRAK

Industri fesyen di Indonesia terus berkembang seiring dengan tren global yang semakin bervariasi. Salah satu tren yang kembali diminati adalah tema Y2K (Year 2000), yang identik dengan gaya futuristik dan elemen trend fashion retro era 2000-an. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan rencana bisnis strategis untuk merek kaos oversized bertema Y2K dengan nama **WHY2K**, yang ditargetkan pada generasi muda Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam pasar fesyen lokal. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis preferensi konsumen terhadap gaya oversized dan elemen Y2K melalui survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar Indonesia memiliki potensi besar untuk merek fesyen dengan tema yang unik, khususnya di segmen streetwear. Rencana bisnis strategis mencakup desain produk yang inovatif, strategi pemasaran digital berbasis media sosial, dan kolaborasi dengan influencer lokal untuk meningkatkan daya tarik merek.

Kata kunci: Fashion, Y2K, Kaos Oversized, Rencana Bisnis, Streetwear, Pemasaran Digital

WHY2K'S STRATEGIC BUSINESS PLAN: BUILDING A Y2K-THEMED OVERSIZED T-SHIRT BRAND IN INDONESIA

Yonathan Heritage

ABSTRACT (English)

The fashion industry in Indonesia continues to evolve, following diverse global trends. One of the trends gaining renewed interest is the Y2K (Year 2000) theme, which is synonymous with futuristic styles and retro fashion trend elements of the 2000s era. This study aims to develop a strategic business plan for an oversized T-shirt brand named WHY2K, targeting Indonesia's younger generation.

This research employs a SWOT analysis approach to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats within the local fashion market. Additionally, it analyzes consumer preferences for oversized styles and Y2K elements through surveys. The findings reveal that the Indonesian market holds significant potential for fashion brands with unique themes, particularly in the streetwear segment. The strategic business plan includes innovative product designs, social media-based digital marketing strategies, and collaborations with local influencers to enhance brand appeal.

Keywords: *Fashion, Y2K, Oversized T-shirt, Business Plan, Streetwear, Digital Marketing*

DAFTAR ISI

RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT (English)	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABLE	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
EXECUTIVE SUMMARY.....	1
1.1 Perkenalan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan.....	3
1.3 Analisis Industri	4
1.4 Analisis Pasar.....	5
1.5 Analisis Pemasaran	6
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan.....	7
1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk.....	7
1.7.1 Rencana Produksi	8
1.7.2 Pengelolaan Persediaan dan Logistik	8
1.7.3 Rencana Pengembangan Produk	8
1.7.4 Memastikan kualitas produk.....	9
1.8 Proyeksi Keuangan.....	9
1.9 Pendanaan	9
BAB II	10
DESKRIPSI PERUSAHAAN	10

2.1 Pendahuluan	10
2.2 Latar Belakang	11
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan.....	14
2.4 Tagline	16
2.5 Produk	17
2.6 Status Bisnis saat ini	18
2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan	20
2.8 Kebutuhan Dana yang diharapkan	20
2.9 Status Hukum dan Kepemilikan.....	21
BAB III.....	22
ANALISIS INDUSTRI	22
3.1 Ukuran Industri Fashion dan Pakaian di Indonesia.....	22
3.2 Pertumbuhan Industri Fashion dan Pakaian di Indonesia	24
3.3 Proyeksi Penjualan Industri.....	27
3.4 Karakteristik Industri.....	28
3.5 Tren Industri.....	29
3.6 Prospek Jangka Panjang Industri	31
3.7 Kesimpulan	32
BAB IV	35
ANALISIS PASAR	35
4.1 Analisis Kompetitor	35
4.2 Competitive Analysis Grid	35
4.3 Estimasi Penjualan Tahunan	38
BAB V.....	39
ANALISIS PEMASARAN	39
5.1 Strategi Pemasaran	39
5.1.1 Segmentasi Pasar	39
5.1.2 Seleksi Target Market	43
5.1.3 Customer Value Proposition.....	46
5.1.4 Ukuran Target Market.....	47
5.1.8 Product Attribute Map.....	54
5.1.9 Business Model.....	55

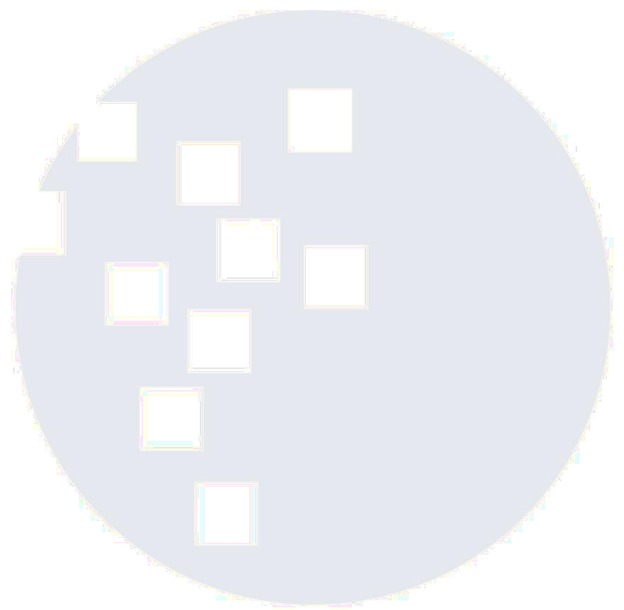
5.1.10 Strategi Harga	57
5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi	60
5.2.1 Proses Penjualan	60
5.2.2 Bauran Promosi	62
BAB VI	73
TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN	73
6.1 Tim Manajemen	73
6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan	75
BAB VII	79
PERENCANAAN OPERASIONAL	79
7.1 Model dan Prosedur Operasional	79
7.1.1 Proses Pembuatan Rancangan Konsep Why2k	79
7.1.2 Proses Design Why2k	80
7.1.3 Mencari Penyedia Layanan (Vendor).....	83
7.1.4 Proses Pembuatan Baju	86
7.1.5 Membeli Ziplock dan Packing.....	88
7.1.6 Cara Melakukan Order Melalui Tiktok, Instagram, Whatsapp ...	89
7.1.7 Cara mengajukan Feedback atau Komplain	91
7.1.8 Cara Pengembalian Kaos Oversize Why2k yang Salah Ukuran ...	94
7.1.9 Tempat Pengiriman Why2k.....	98
7.1.10 Cara Membeli Secara Offline	99
7.1.11 Penjualan Demo Day	100
7.1.12 Exhibition MBKM	101
7.2 Lokasi Bisnis	103
7.3 Fasilitas dan Peralatan.....	103
BAB VIII.....	106
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN.....	106
8.1 Status Pengembangan	106
8.2 Tantangan dan Resiko	108
8.3 Biaya	109
8.4 Properti Intelektual.....	110
BAB IX	112

IMPLEMENTASI STRATEGI	112
9.1 Milestones.....	112
9.2 Akuisisi Konsumen.....	113
BAB X.....	115
PROYEKSI KEUANGAN.....	115
10.1 Pendanaan dan Biaya.....	115
10.2 Proyeksi Penjualan.....	116
10.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun	116
10.4 Proyeksi Laba Rugi.....	117
10.5 Balance Sheet	118
10.6 Arus Kas 3-Tahun	118
10.7 Break Even Point.....	119
10.8 Payback Period	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	121
LAMPIRAN TURNITIN	121
FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI PRODI MANAJEMEN	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Why2k	7
Gambar 1. 2 Proyeksi Keuangan.....	9
Gambar 2. 1 Why2k.....	10
Gambar 2. 2 Logo Why2k	16
Gambar 2. 3 Design Why2k Original.....	17
Gambar 2. 4 Design Neo	18
Gambar 2. 5 Design Slick Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024).....	18
Gambar 3. 1 Statistik Penjualan E-commerce pada Berbagai Industri.....	24
Gambar 3. 2 Pertumbuhan Industri Fashion di Indonesia	27
Gambar 3. 3 Tren Kaos Oversize	31
Gambar 3. 4 Potensi Kebesaran Market Textile di Indonesia Tahun 2029 ..	32
Gambar 5. 1 Riset Usia Pelanggan Why2k.....	48
Gambar 5. 2 Riset Design Pelanggan Why2k.....	49
Gambar 5. 3 Product Attribute Map Why2k	55
Gambar 5. 4 Business Model Canvas Why2k.....	57
Gambar 5. 5 Social Media Why2k.....	62
Gambar 5. 6 Tiktok dan Instagram Why2k.....	65
Gambar 5. 7 Testimoni Why2k.....	66
Gambar 5. 8 Testimoni Why2k.....	67
Gambar 5. 9 Linktree Why2k.....	68
Gambar 5. 10 Aplikasi Tiktok Shop.....	69
Gambar 5. 11 Review Why2k di Tiktok Shop.....	70
Gambar 5. 12 Postingan Tiktok Why2k	71
Gambar 5. 13 Live Tiktok Why2k.....	72
Gambar 6. 1 Tim Why2k.....	75
Gambar 7. 1 Design Why2k Original.....	80
Gambar 7. 2 Design Neo	81
Gambar 7. 3 Design Slick	81

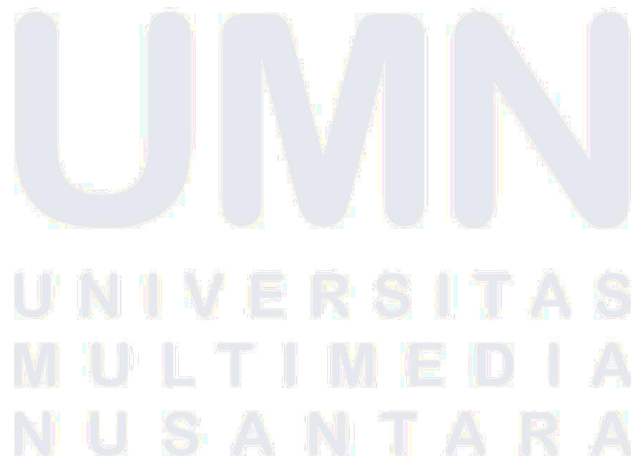
Gambar 8. 1 Design Why2k 1.....	107
Gambar 8. 2 Design Why2k 2	107
Gambar 8. 3 Design Why2k 3	108



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABLE

Table 4. 1 Competitive Analysis Grid Why2k.....	37
Table 4. 2 Estimasi Penjualan Why2k di Tahun Pertama	38
Table 5. 1 Segmentasi Pelanggan Potential Why2k.....	Error! Bookmark not defined.
Table 5. 2 Customer Value Proposition Why2k.....	46
Table 10. 1 Biaya Awal.....	115
Table 10. 2 Variable Cost Why2k.....	115
Table 10. 3 Fixed Cost Why2k	116
Table 10. 4 Proyeksi Keuangan	116
Table 10. 5 Proyeksi Keuangan 3 Tahun	116
Table 10. 6 Laba Rugi Why2k	117
Table 10. 7 Balance Sheets Why2k	118
Table 10. 8 Arus Kas Why2k	118



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN TURNITIN	121
FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI PRODI MANAJEMEN	126

