

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



Tugas Akhir Skripsi

Christina Tan

00000056982

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024/2025**

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



Tugas Akhir Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Christina Tan
00000056982

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Christina Tan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056982

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA V2K 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, 4 Desember, 2024



Christina Tan

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

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

Oleh

Nama : Christina Tan

NIM : 00000056982

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 4 Desember, 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi


Kanon Mommsen Wongkar, SH., M.H.


Purnamaningsih, SE., M.S.M

NIDN: 0301078204

NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

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

Oleh

Nama : Christina Tan
NIM : 00000056982
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 10 Desember 2024
Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM, CPM(Asia)


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

NIDN: 0302057904

NIDN: 0306088501

Pembimbing

Ketua Program Studi


Kanon Mommsen Wongkar, SH., M.H.


Purnamaingsih, SE., M.S.M

NIDN: 0301078204

NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Christina Tan

NIM : 00000056982

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:

- ☒ 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, 4 Desember, 2024



Christina Tan

** 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

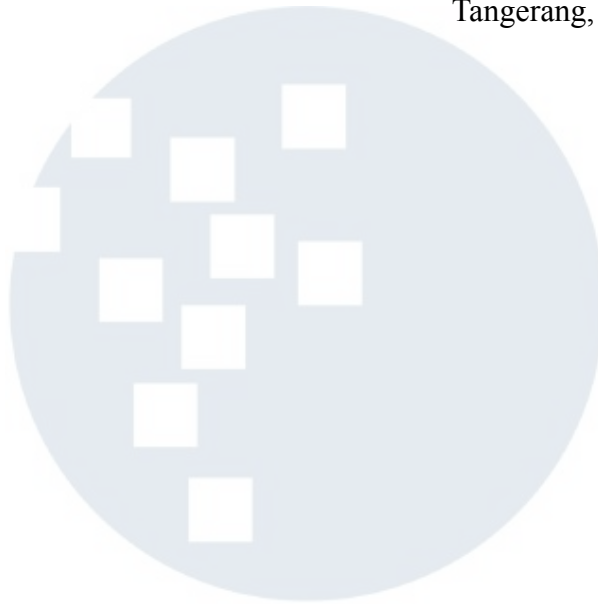
Penulis mengucapkan syukur dan terima kasih yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan Yesus Kristus, atas segala kasih dan karunia-Nya yang memungkinkan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Pencapaian ini merupakan buah hasil dari kerja sama tim yang penuh semangat. Tesis ini diberi judul **"WHY2K STRATEGIC BUSINESS PLAN: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA."**

Mengucapkan terima kasih

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 semangat yang besar 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.
7. Teman-Teman saya yang telah memberikan semangat tiada henti, masukan, kritik, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Diharapkan bahwa tesis ini dapat mencerminkan upaya bersama dan dedikasi penulis serta tim selama proses pengembangan bisnis, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

Tangerang, 4, Desember, 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Christina Tan'.

Christina Tan

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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

Christina Tan

ABSTRAK

Tesis ini mengajukan sebuah rencana bisnis secara menyeluruh untuk Why2k, sebuah merek startup yang fokus pada produksi kaos oversized yang menyasar pasar fashion Indonesia. Penelitian ini menganalisis potensi pasar, dinamika industri, dan perilaku konsumen untuk membangun dasar yaitu loyalitas bagi Why2k. Dengan memanfaatkan berbagai alat seperti analisis industri, segmentasi pasar, proyeksi keuangan, dan laporan arus kas, penelitian ini menilai kelayakan serta potensi profitabilitas bisnis dalam jangka waktu tiga tahun. Beberapa strategi utama, termasuk akuisisi konsumen dan diferensiasi produk, dijabarkan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Why2k memiliki peluang untuk meraih kesuksesan jangka panjang dengan penerapan strategi yang tepat, pemasaran yang terstruktur, dan kualitas produk yang konsisten, untuk memenuhi permintaan yang terus berkembang akan pakaian kasual dan modis berukuran besar di Indonesia.

Kata kunci: *Rencana Bisnis, Tren Y2K, Kaos Oversize, Analisis Pasar, Kelayakan Bisnis*



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

Christina Tan

ABSTRACT (English)

This thesis proposes a comprehensive business plan for Why2k, a startup brand that focuses on producing oversized t-shirts targeting the Indonesian fashion market. This research analyzes market potential, industry dynamics, and consumer behavior to build a basis for loyalty for Why2k. By utilizing various tools such as industry analysis, market segmentation, financial projections, and cash flow reports, this research assesses the feasibility and potential profitability of the business over a three-year period. Several key strategies, including consumer acquisition and product differentiation, are outlined to ensure sustainable growth. This research concludes that Why2k has the opportunity to achieve long-term success by implementing the right strategy, structured marketing and consistent product quality, to meet the growing demand for large-sized casual and fashionable clothing in Indonesia.

Keywords: *Business Plan, Y2K Trends, Oversize T-Shirts, Market Analysis, Business Feasibility*



DAFTAR ISI

RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	
EXECUTIVE SUMMARY.....	1
1.1 Perkenalan.....	1
1.2 Deskripsi Perusahaan.....	4
1.3 Analisis Industri.....	5
1.4 Analisis Pasar.....	6
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 Produksi.....	9
1.7.2 Pengelolaan Persediaan dan Logistik.....	9
1.7.3 Rencana Pengembangan Produk.....	9
1.7.4 Memastikan kualitas produk.....	10
1.8 Proyeksi Keuangan.....	10
1.9 Pendanaan.....	10
BAB 2	
DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	11
2.1 Pendahuluan.....	11
2.2 Latar Belakang.....	12
2.3 Sejarah singkat berdirinya perusahaan.....	14
2.4 Tagline.....	15

2.5 Produk.....	16
2.6 Status Bisnis saat ini.....	18
2.7 Tujuan pembuatan business plan.....	19
2.8 Kebutuhan dana yang diharapkan.....	20
2.9 Status hukum dan kepemilikan.....	20
BAB III	
ANALISIS INDUSTRI.....	20
3.1 Ukuran Industri Fashion dan Pakaian di Indonesia.....	21
3.2 Pertumbuhan Industri Fashion dan Pakaian di Indonesia.....	23
3.3 Proyeksi Penjualan Industri.....	26
3.4 Karakteristik Industri.....	27
3.5 Tren Industri.....	27
3.6 Prospek Jangka Panjang Industri.....	29
3.7 Kesimpulan.....	31
BAB IV	
ANALISIS PASAR.....	33
4.1 Analisis Kompetitor.....	33
4.2 Competitive Analysis Grid.....	33
4.3 Estimasi Penjualan Tahunan.....	36
BAB V	
ANALISIS PEMASARAN.....	37
5.1 Strategi Pemasaran.....	37
5.1.1 Segmentasi Pasar.....	37
5.1.2 Seleksi Target Market.....	39
5.1.3 Customer Value Proposition.....	40
5.1.4 Ukuran Target Market.....	41
5.1.5 Perilaku Konsumen.....	43
5.1.6 Positioning.....	44
5.1.7 Diferensiasi Produk.....	45
5.1.8 Product Attribute Map.....	46
5.1.9 Business Model.....	48
5.1.10 Strategi Harga.....	51
5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi.....	53
5.2.1 Proses Penjualan.....	53
5.2.2 Bauran Promosi.....	55
5.2.3 Insight Analytics.....	70
BAB VI	
TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN.....	73

6.1 Tim Manajemen.....	73
6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan.....	75
BAB VII	
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
7.1.2.1 Why2k Original.....	82
7.1.2.2 Neo.....	82
7.1.2.3 Slick.....	83
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
7.1.6.1 Cara Order Melalui TikTok Shop.....	89
7.1.6.2 Cara Order Melalui Direct Message (DM) Instagram.....	90
7.1.6.3 Cara Order Melalui WhatsApp.....	90
7.1.7 Cara mengajukan Feedback atau Komplain.....	91
7.1.7.1 Cara Komplain Melalui TikTok Shop.....	92
7.1.7.2 Cara Komplain Melalui Direct Message (DM) Instagram.....	92
7.1.7.3 Cara Komplain Melalui WhatsApp.....	93
7.1.8 Cara Pengembalian Kaos Oversize Why2k yang Salah Ukuran.....	94
7.1.8.1 Cara Pengembalian Barang Melalui TikTok Shop.....	95
7.1.8.2 Cara Pengembalian Barang Melalui Direct Message (DM) Instagram.....	96
7.1.8.3 Cara Pengembalian Barang Melalui WhatsApp.....	96
7.1.9 Tempat Pengiriman Why2k.....	98
7.1.10 Cara Membeli Secara Offline.....	99
7.1.11 Penjualan Demo Day.....	102
7.1.12 Exhibition MBKM.....	103
7.2 Lokasi Bisnis.....	104
7.3 Fasilitas dan Peralatan.....	105
BAB VIII	
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN.....	107
8.1 Status Pengembangan.....	107
8.2 Tantangan dan Resiko.....	109
8.3 Biaya.....	110
8.4 Properti Intelektual.....	110

BAB IX	
IMPLEMENTASI STRATEGI.....	111
9.1 Milestones.....	111
9.2 Akuisisi Konsumen.....	112
BAB X.....	114
PROYEKSI KEUANGAN.....	114
10.1 Pendanaan dan Biaya.....	114
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 Hasil Turnitin.....	121
Form Bimbingan Skripsi Program Studi Management.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel 4.2.1 Competitive Analysis Grid Why2k.....	35
Tabel 4.3.1 Estimasi Penjualan Why2k di Tahun Pertama.....	36
Tabel 5.1.1.1 Segmentasi Pelanggan Potential Why2k.....	38
Tabel 5.1.3.1 Customer Value Proposition Why2k.....	41
Tabel 5.1.4.1 TAM, SAM, SOM Why2k.....	43
Tabel 5.2.1.1 Content Planning Social Media Why2k.....	58
Tabel 10.1.1 Biaya Awal Startup Why2k.....	113
Tabel 10.1.2 Biaya Variabel Startup Why2k.....	113
Tabel 10.1.3 Biaya Total Why2k.....	114
Tabel 10.2.1 Proyeksi Penjualan Why2k Tahun ke-1.....	115
Tabel 10.3.1 Proyeksi Penjualan Why2k Tahun ke-2.....	115
Tabel 10.3.2 Proyeksi Penjualan Why2k Tahun ke-3.....	116
Tabel 10.4.1 Proyeksi Laba Rugi Why2k untuk 3 Tahun.....	116
Tabel 10.5.1 Proyeksi Balance Sheet Why2k untuk 3 Tahun.....	117
Tabel 10.6.1 Proyeksi Arus Kas Why2k untuk 3 Tahun.....	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Tren Kaos Oversize Digemari Oleh Anak Muda.....	3
Gambar 1.6.1 Struktur Organisasi Why2k.....	8
Gambar 1.8.1 Proyeksi Keuangan.....	10
Gambar 2.1.1 Why2k.....	11
Gambar 2.3.1 Logo Why2k.....	14
Gambar 2.5.1 Desain Why2k Original.....	16
Gambar 2.5.2 Desain Neo.....	17
Gambar 2.5.3 Desain Slick.....	17
Gambar 3.1.1 Statistik Penjualan E-commerce pada Berbagai Industri).....	23
Gambar 3.2.1 Pertumbuhan Industri Fashion di Indonesia.....	26
Gambar 3.5.1 Tren Kaos Oversize di Indonesia.....	29
Gambar 3.6.1 Potensi Kebesaran Market Textile di Indonesia Tahun 2029.....	30
Gambar 5.1.8.1 Product Attribute Map Why2k.....	48
Gambar 5.1.9.1 Business Model Canvas Why2k.....	50
Gambar 5.1.9.2 5 Forces Porter Theory Why2k.....	50
Gambar 5.2.1.1 Sosial Media Instagram dan Tiktok Why2k.....	55
Gambar 5.2.2.1 Branding pada Sosial Media Instagram dan Tiktok Why2k.....	60
Gambar 5.2.2.2 Testimoni Customer Why2k via Whatsapp Business (1).....	61
Gambar 5.2.2.3 Testimoni Customer Why2k via Whatsapp Business (2).....	62
Gambar 5.2.2.4 Testimoni Customer Why2k via Whatsapp Business (3).....	62
Gambar 5.2.2.5 Testimoni Customer Why2k di Tiktok Shop.....	63
Gambar 5.2.2.6 Linktree Why2k.....	64
Gambar 5.2.2.7 Tiktok Shop Why2k.....	65
Gambar 5.2.2.8 Keranjang Kuning pada Setiap Konten Tiktok Why2k.....	66
Gambar 5.2.2.9 Review Bintang 5 di Tiktok Shop.....	67
Gambar 5.2.2.10 Live Tiktok Why2k.....	68
Gambar 5.2.3.1 Analytics Konten Tiktok.....	69
Gambar 5.2.3.2 Analytics Konten Instagram.....	70
Gambar 5.2.3.3 Analytics Konten Instagram.....	70
Gambar 6.1.1 Team Why2k.....	74
Gambar 7.1.2.1 Desain Why2k Original.....	79
Gambar 7.1.2.2 Desain Neo.....	80
Gambar 7.1.2.3 Desain Slick.....	80
Gambar 8.1.1 Desain Baru ke-1.....	106
Gambar 8.1.2 Desain Baru ke-2.....	107
Gambar 8.1.3 Desain Baru ke-3.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Turnitin.....	120
Form Bimbingan Skripsi Program Studi Management.....	121

