

**RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL:
MEMBANGUN MEREK DALAM INDUSTRI *MERCHANDISE*
KREATIF**



TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Patrick Rae
00000057851**

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

**RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL: MEMBANGUN
MEREK DALAM INDUSTRI *MERCHANDISE* KREATIF**



TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Patrick Rae

00000057851

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patrick Rae

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057851

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

**“RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL: MEMBANGUN MEREK
DALAM INDUSTRI *MERCHANDISE* KREATIF”**

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, 29 November 2024



(Patrick Rae)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Sripsi dengan judul

RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL: MEMBANGUN MEREK DALAM INDUSTRI *MERCHANDISE* KREATIF

Oleh

Nama : Patrick Rae
NIM : 00000057851
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 30 November 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
0314018302



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL: MEMBANGUN MEREK DALAM INDUSTRI *MERCHANDISE* KREATIF

Oleh

Nama : Patrick Rae
NIM : 00000058411
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Desember 2024
Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.
0301056103

Pembimbing



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
0314018302

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

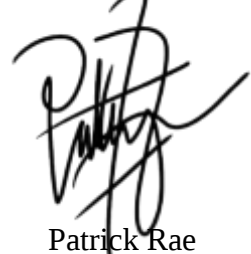
Nama : Patrick Rae
NIM : 00000057851
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

“RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL: MEMBANGUN MEREK DALAM INDUSTRI MERCHANDISE KREATIF”

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, 30 November 2024



Patrick Rae

* 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 saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya bersama tim dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Skripsi dengan judul: **“RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL: MEMBANGUN MEREK DALAM INDUSTRI *MERCHANDISE* KREATIF”**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa terima kasih, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam berbagai bentuk hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan. Saya berterima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat dan karunia bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Tim Tsukihaul, yang terdiri dari Angelina Anastasia Liu, Patrick Rae, Vicky Hanggara Juwan dan Jonathan Lenno yang telah menjadi mitra sekaligus rekan seperjuangan dalam membangun dan mengembangkan bisnis Tsukihaul.

Berkat kerja keras dan dedikasi mereka, bisnis ini berhasil dikelola dengan baik hingga mencapai posisi yang membanggakan seperti saat ini.

Tangerang, 2 Desember 2024



Patrick Rae



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

RENCANA BISNIS STRATEGIS TSUKIHAUL: MEMBANGUN MEREK DALAM INDUSTRI *MERCHANDISE* KREATIF

Patrick Rae

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pengembangan strategi bisnis Tsukihaul, sebuah perusahaan merchandise kreatif yang didirikan melalui Program Wirausaha Merdeka 2023. Tsukihaul menawarkan produk bertema budaya pop Jepang dengan desain orisinal dan personalisasi, seperti pakaian, gantungan kunci, dan stiker. Tujuan dari laporan ini adalah untuk merumuskan rencana strategis yang memungkinkan Tsukihaul untuk tumbuh dan bersaing di industri merchandise kreatif. Metode yang digunakan mencakup analisis pasar, proyeksi keuangan, dan evaluasi peluang bisnis melalui partisipasi di berbagai event budaya pop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk, kolaborasi dengan komunitas kreatif, dan optimalisasi platform digital menjadi kunci kesuksesan Tsukihaul dalam membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Tsukihaul memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin di pasar merchandise kreatif Indonesia dengan menerapkan strategi bisnis yang matang dan berkelanjutan.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Merchandise Kreatif, Tsukihaul



TSUKIHAUL STRATEGIC BUSINESS PLAN: BUILDING A BRAND IN THE CREATIVE MERCHANDISE INDUSTRY

Patrick Rae

ABSTRACT (English)

This study focuses on developing a business strategy for Tsukihaul, a creative merchandise company established through the Wirausaha Merdeka Program 2023. Tsukihaul offers products themed around Japanese pop culture with original and personalized designs, such as apparel, keychains, and stickers. The purpose of this report is to formulate strategic plans that enable Tsukihaul to grow and compete in the creative merchandise industry. The methods used include market analysis, financial projections, and evaluation of business opportunities through participation in various pop culture events. The findings reveal that product innovation, collaboration with creative communities, and optimization of digital platforms are key to Tsukihaul's success in building brand awareness and boosting sales. The conclusion of this study is that Tsukihaul holds significant potential to become a leader in Indonesia's creative merchandise market by implementing well-planned and sustainable business strategies.

Keywords: *Business Strategy, Creative Merchandise, Tsukihaul*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	
EXECUTIVE SUMMARY.....	1
1.1 Perkenalan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan	1
1.3 Analisis Industri	1
1.4 Analisis Pasar	2
1.5 Analisis Pemasaran	2
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan.....	2
1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk.....	3
1.8 Proyeksi Keuangan.....	3
1.9 Pendanaan	4
BAB II	
DESKRIPSI PERUSAHAAN	5
2.1 Pendahuluan	5
2.2 Latar Belakang	5
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	8
2.4 Tagline.....	9
BAB III	
ANALISIS INDUSTRI	21
3.1 Ukuran Industri	21
3.2 Pertumbuhan Industri	23
3.3 Proyek Penjualan Industri	25
3.4 Karakteristik Industri	28
3.5 Tren Industri.....	31
3.6 Prospek Industri Jangka Panjang	33
BAB IV	

ANALISIS PASAR	37
4.1 Analisis Kompetitor	37
4.2 Competitor Analysis Grid	39
4.3 SWOT Analysis	41
4.4 Estimasi Penjualan Tahunan	43
BAB V	
ANALISIS PEMASARAN	44
5.1 Strategi Pemasaran	44
5.1.1 Segmentasi Pasar	48
5.1.2 Seleksi Target Market	50
5.1.3 Value Proposition Canvas/Customer Value Proposition	51
5.1.4 Ukuran Target Market.....	52
5.1.5 Perilaku Konsumen.....	56
5.1.6 Positioning	58
5.1.7 Diferensiasi Produk.....	59
5.1.8 Product Attribute Map	61
5.1.9 Business Model.....	62
5.1.10 Strategi Harga	66
5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi.....	70
5.2.1 Proses Penjualan	71
5.2.2 Bauran Promosi.....	76
BAB VI	
TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN	83
6.1 Tim Manajemen	83
6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan	85
6.3 Tugas dan Kewajiban Penulis	86
BAB VII	
PERENCANAAN OPERASIONAL	88
7.1 Model dan Prosedur Operasional	88
7.2 Lokasi Bisnis	91
7.3 Fasilitas dan Peralatan	93
BAB VIII	
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN.....	98
8.1 Status Pengembangan.....	98
8.2 Tantangan dan Resiko	103
8.3 Biaya.....	107
8.4 Properti Intelektual	108
BAB IX	
IMPLEMENTASI STRATEGI	110
9.1 Milestones	110

9.2 Akuisisi Konsumen	111
BAB X	
PROYEKSI KEUANGAN	114
10.1 Pendanaan dan Biaya.....	114
10.2 Penjualan Tahun Ini.....	116
10.3 Proyeksi Penjualan 3 Tahun	118
10.44 Proyeksi Laba Rugi	119
10.5 Balance Sheet	123
10.6 Arus Kas-3 Tahun	125
10.7 Break Even Point.....	127
10.8 Payback Period.....	130
BAB XI	
SIMPULAN DAN SARAN.....	131
11.1 Simpulan.....	131
11.2 Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	135



DAFTAR TABEL

Tabel 10.1 Pendanaan Tsukihaul dari WMK	114
Tabel 10.2 Alokasi Dana WMK oleh Tsukihaul	115
Tabel 10.3 Penjualan Baju Tsukihaul 2024.....	116
Tabel 10.4 Penjualan Merchandise Tsukihaul 2024.....	116
Tabel 10.5 Proyeksi Penjualan Tsukihaul 3 Tahun Kedepan.....	118
Tabel 10.6 Proyeksi Laba Rugi Tsukihaul Periode 2025	119
Tabel 10.7 Proyeksi Laba Rugi Tsukihaul 2026	121
Tabel 10.8 Proyeksi Laba Rugi Tsukihaul 2027	122
Tabel 10.9 Tabel Proyeksi Balance Sheet Tsukihaul 2025	123
Tabel 10.10 Tabel Proyeksi Balance Sheet Tsukihaul 2026	124
Tabel 10.11 Tabel Proyeksi Balance Sheet Tsukihaul 2027	125
Tabel 10.12 Proyeksi Arus Kas Tsukihaul 3 Tahun.....	126
Tabel 10.13 Tabel BEP Multiproduk Tsukihaul 2025	127
Tabel 10.14 Tabel BEP Multiproduk Tsukihaul 2026	128
Tabel 10.15 Tabel BEP Multiproduk Tsukihaul 2027	129
Tabel 10.16 Payback Period Tsukihaul dalam 3 Tahun	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Tsukihaul	5
Gambar 2.2 Produk Baju <i>Batch</i> Pertama “One Piece Series” dan “Jujutsu Kaisen Series”	11
Gambar 2.3 Produk <i>Photocard</i>	12
Gambar 2.5 Suasana <i>Booth</i> Tsukihaul di Comifuro 19.....	15
Gambar 4.1 <i>Competitor Analysis Grid</i>	39
Gambar 5.1 Katalog Comifuro 19.....	47
Gambar 5.2 <i>Tweet</i> Katalog Tsukihaul.....	48
Gambar 5.3 Foto Produk yang Dipakai Fenfen	49
Gambar 5.4 <i>Packaging</i> Produk	50
Gambar 5.5 Foto Anggota Tsukihaul dengan Pelanggan.....	51
Gambar 5.6 <i>Value Proposition Canvas</i>	53
Gambar 5.7 <i>Market Size</i>	56
Gambar 5.8 Foto Comifuro 16	56
Gambar 5.9 Review dan Antusiasme Pelanggan Tsukihaul	58
Gambar 5.10 Pesan dan Dukungan dari Pelanggan	59
Gambar 5.11 Foto Produk Tsukihaul	61
Gambar 5.12 Tabel Perbandingan Tsukihaul dengan Uniqlo dan Bozze Store	62
Gambar 5.13 Foto Produk dengan Fenfen	63
Gambar 5.14 <i>Product Attribute Map</i> Tsukihaul	64
Gambar 5.15 Business Model Canvas Tsukihaul	65
Gambar 5.16 Tabel Daftar Harga Tsukihaul Per Agustus 2024	69
Gambar 5.17 Tabel Daftar Harga Tsukihaul Per November 2024.....	71
Gambar 5.18 Produk dan Promo di Shopee Tsukihaul	73
Gambar 5.19 Review Pelanggan di <i>Story</i> Instagram	74
Gambar 5.20 Penggunaan Hashtag #Comifuro pada Konten Tsukihaul	75
Gambar 5.21 Profile Instagram dan Collaboration Post dengan Fenfen.....	76
Gambar 5.22 Foto dengan Pelanggan yang Merupakan Cosplayer Ternama	77
Gambar 5.23 Foto Comifuro 19 dan Comifuro 18.....	77

Gambar 5.24 <i>Insight Ads</i> Instagram Tsukihaul.....	78
Gambar 5.25 Konten TikTok Tsukihaul	79
Gambar 5.26 Katalog Foto Asli Produk Tsukihaul.....	81
Gambar 5.27 Giveaway Tsukihaul di Twitter.....	82
Gambar 5.28 Event-event yang Diikuti Tsukihaul	83
Gambar 6.1 Struktur Organisasi Tsukihaul.....	85
Gambar 7.1 Interface Online Shop Tsukihaul	97
Gambar 7.2 Event Exhibition Comifuro 19 dan Chibicon.....	98
Gambar 7.3 Kondisi Bazaar di UMN.....	98
Gambar 7.4 Produk <i>Fish T-shirt</i>	100
Gambar 7.6 Proses Pengemasan Produk Tsukihaul.....	101
Gambar 7.7 Proses Promosi Melalui Media Sosial.....	102
Gambar 7.8 Kurir yang Dipercayakan Tsukihaul	102
Gambar 8.1 Analisis Konten TikTok Tsukihaul	103
Gambar 8.2 Foto Cosplayer Ternama dan Foto Produk	104
Gambar 8.3 Foto Photocard Tsukihaul	105
Gambar 8.4 Foto Produk Terbaru Tsukihaul	106
Gambar 8.5 Prototipe Produk <i>Croptee</i>	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lampiran Hasil Persentase Turnitin	143
Lampiran B Formulir Bimbingan	148
Lampiran C Keuangan	150

