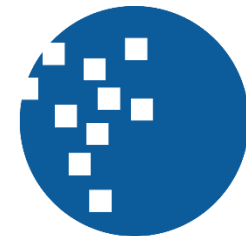


**RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: MEMBANGUN
MEREK KAOS OVERSIZED BERTEMA Y2K DI INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tugas Akhir Skripsi

Bernard Abraham

00000062550

**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 Mempero

Gelar Sarjana Manajemen

Bernard Abraham

00000062550

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024/2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bernard Abraham

Nomor Induk Mahasiswa : 00000062550

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.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 28 November 2024


METERAI
TEMPEL
2C691ALX359159084
Bernard Abraham

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

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

Oleh

Nama : Bernard Abraham
NIM : 00000062550
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Desember, 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


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 : Bernard Abraham
NIM : 00000062550
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Desember, 2024
Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



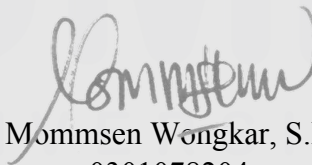
Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
0323047801

Penguji



Tessa Handra, S.E., M.T.
0322058406

Pembimbing



Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H.
0301078204

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bernard Abraham

NIM : 00000062550

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



Bernard Abraham

** 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 menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa, Yesus Kristus, atas limpahan rahmat-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat waktu. Pencapaian ini merupakan hasil kerja sama tim yang tekun, dan tesis ini diberi judul **"RENCANA BISNIS STRATEGIS WHY2K: 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 moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Tim 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.

Diharapkan bahwa tesis akhir ini mencerminkan usaha kolektif dan dedikasi penulis dan tim selama proses pengembangan bisnis, yang menghasilkan dampak positif pada semua orang yang terlibat.

Tangerang, 4, Desember, 2024



Bernard Abraham,



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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

(Bernard Abraham)

ABSTRAK

Tesis ini menyajikan rencana bisnis yang komprehensif untuk Why2K, merek rintisan yang mengkhususkan diri dalam kaos oblong besar yang menargetkan pasar mode Indonesia. Penelitian ini mengeksplorasi potensi pasar, dinamika industri, dan perilaku konsumen untuk membangun pondasi yang layak bagi merek tersebut. Dengan menggunakan alat-alat seperti analisis industri, segmentasi pasar, proyeksi keuangan, dan laporan arus kas, studi ini mengevaluasi kelayakan dan profitabilitas bisnis selama tiga tahun. Tonggak-tonggak penting dan strategi, termasuk akuisisi konsumen dan diferensiasi produk, diuraikan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Analisis keuangan menunjukkan titik impas dalam waktu dua tahun dan menunjukkan *Net Present Value (NPV)* dan *Internal Rate of Return (IRR)* yang positif, memvalidasi kelayakan model bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Why2K dapat mencapai kesuksesan jangka panjang melalui implementasi strategis, upaya pemasaran yang terarah, dan kualitas yang konsisten, memenuhi permintaan yang terus meningkat untuk pakaian kasual dan trendi berukuran besar di Indonesia.

Kata kunci: Rencana Bisnis, Industri Mode, Kaos Besar, Analisis Pasar, Implementasi Strategis

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

(Bernard Abraham)

ABSTRACT (English)

This thesis presents a comprehensive business plan for Why2K, a startup brand specializing in oversized t-shirts targeting the Indonesian fashion market. The study explores market potential, industry dynamics, and consumer behavior to build a viable foundation for the brand. Using tools such as industry analysis, market segmentation, financial projections, and cash flow statements, the study evaluates the viability and profitability of the business over a three-year period. Key milestones and strategies, including customer acquisition and product differentiation, are outlined to ensure sustainable growth. The financial analysis shows a breakeven point within two years and demonstrates positive Net Present Value (NPV) and Internal Rate of Return (IRR), validating the viability of the business model. The study concludes that Why2K can achieve long-term success through strategic implementation, targeted marketing efforts, and consistent quality, meeting the growing demand for plus-size casual and trendy apparel in Indonesia.

Keywords: *Business Plan, Fashion Industry, Big T-Shirts, Market Analysis, Strategic Implementation*

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	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1 Perkenalan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan	5
1.3 Analisis Industri	6
1.4 Analisis Pasar	7
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	9
1.8 Proyeksi Keuangan	10
1.9 Pendanaan	10
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	11
2.1 Pendahuluan	11
2.2 Latar Belakang	11
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	13
2.4 Tagline	14
2.5 Produk	15
2.6 Status Bisnis Saat Ini	17

2.7	Tujuan Pembuatan Business Plan	18
2.8	Kebutuhan Dana yang Diharapkan	18
2.9	Status Hukum dan Kepemilikan Usaha	19
BAB III ANALISIS INDUSTRI		20
3.1	Ukuran Industri Fesyen dan Pakaian di Indonesia	20
3.2	Pertumbuhan Industri Fesyen dan Pakaian di Indonesia	22
3.3	Proyeksi Penjualan Industri	24
3.4	Karakteristik Industri	24
3.5	Tren Industri	25
3.6	Prospek Jangka Panjang Industri	26
3.7	Kesimpulan	27
BAB IV ANALISIS PASAR		29
4.1	Analisis Kompetitor	29
4.2	Competitive Analysis Grid	29
4.3	Estimasi Penjualan Tahunan	31
BAB V ANALISIS PEMASARAN		32
5.1	Strategi Pemasaran	32
5.1.1	Segmentasi Pasar	32
5.1.2	Seleksi Target Market	33
5.1.3	Customer Value Proposition	34
5.1.4	Ukuran Target Market	35
5.1.5	Perilaku Konsumen	36
5.1.6	Pemosisian	37
5.1.7	Diferensiasi Produk	37
5.1.8	Product Attribute Map	39
5.1.9	Business Model	40
5.1.10	Strategi Harga	41
5.2	Proses Penjualan dan Bauran Promosi	43
5.2.1	Proses Penjualan	43
5.2.2	Bauran Promosi	44
BAB VI TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN		54
6.1	Tim Manajemen	54

6.2	Tujuan dan Sasaran Perusahaan	56
BAB VII PERENCANAAN OPERASIONAL		58
7.1	Model dan Prosedur Operasional	58
7.1.1	Proses Pembuatan Rancangan Konsep Why2k	58
7.1.2	Proses Design Why2k	58
7.1.2.1	Why2k Original.....	60
7.1.2.2	Neo.....	60
7.1.2.3	Slick	61
7.1.3	Mencari Penyedia Layanan (Vendor).....	61
7.1.4	Proses Pembuatan Baju.....	62
7.1.5	Membeli Ziplock dan Packing	64
7.1.6	Cara Melakukan Order Melalui Tiktok, Instagram, Whatsapp 64	
7.1.6.1	Cara Order Melalui TikTok Shop.....	65
7.1.6.2	Cara Order Melalui Direct Message (DM) Instagram	65
7.1.6.3	Cara Order Melalui WhatsApp.....	65
7.1.7	Cara mengajukan Feedback atau Komplain	66
7.1.7.1	Cara Komplain Melalui TikTok Shop	66
7.1.7.2	Cara Komplain Melalui Direct Message (DM) Instagram ...	67
7.1.7.3	Cara Komplain Melalui WhatsApp	67
7.1.8	Cara Pengembalian Kaos Oversize Why2k yang Salah Ukuran 68	
7.1.8.1	Cara Pengembalian Barang Melalui TikTok Shop	68
7.1.8.2	Cara Pengembalian Barang Melalui Direct Message (DM) Instagram.....	69
7.1.8.3	Cara Pengembalian Barang Melalui WhatsApp	69
7.1.9	Tempat Pengiriman Why2k.....	70
7.1.10	Cara Membeli Secara Offline	71
7.1.11	Penjualan Demo Day	72
7.1.12	Exhibition MBKM	73
7.2	Lokasi Bisnis.....	74
7.3	Fasilitas dan Peralatan	74
BAB VIII DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN		76

8.1	Status Pengembangan.....	76
8.2	Tantangan dan Resiko.....	77
8.3	Biaya.....	78
8.4	Properti Intelektual	79
BAB IX IMPLEMENTASI STRATEGI.....		80
9.1	Milestones	80
9.2	Akuisisi Konsumen	81
BAB X PROYEKSI KEUANGAN		82
10.1	Pendanaan dan Biaya	82
10.2	Proyeksi Penjualan	83
10.3	Proyeksi Penjualan 3-Tahun.....	84
10.4	Proyeksi Laba Rugi.....	85
10.5	Balance Sheet.....	85
10.6	Arus Kas 3-Tahun.....	86
10.7	Break Even Point	86
10.8	Payback Period.....	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		89
Lampiran A Hasil Persentase Turnitin		89
Lampiran B Formulir Bimbingan		94



DAFTAR TABEL

Table 1 Competitive Analysis Grid Why2k.....	30
Table 2 Customer Value Proposition Why2k	35
Table 3 Biaya Awal Startup Why2k	82
Table 4 Biaya Variable dan Fixed Why2k.....	82
Table 5 Proyeksi Penjualan Why2k Tahun ke-1	83
Table 6 Proyeksi Penjualan Why2k Tahun ke-2 dan 3	84
Table 7 Proyeksi Laba/Rugi Why2k.....	85
Table 8 Balance Sheet Why2k 3Tahun.....	85
Table 9 Arus Kas Why2k 3 Tahun.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Artikel Sejarah Tren Fesyen Oversize Sumber: Kilasjatim.com	3
Gambar 2 Riset Usia Pelanggan Why2k Sumber: Hasil Riset Why2k.....	4
Gambar 3 Hasil Riset Google Form Why2k Sumber: Hasil Riset Why2k.....	5
Gambar 4 Struktur Organisasi Why2k.....	8
Gambar 5 Proyeksi Keuangan.....	10
Gambar 6 Logo Why2k.....	11
Gambar 7 Logo Why2k.....	13
Gambar 8 Desain Why2k Original Sumber: Hasil Desain Tim Why2k	15
Gambar 9 Desain Neo Sumber: Hasil Desain Tim Why2k.....	16
Gambar 10 Desain Slick Sumber: Hasil Desain Tim Why2k.....	16
Gambar 11 Feedback Pelanggan di TikTok Sumber: Akun TikTok Why2k. Error!	
Bookmark not defined.	
Gambar 12 Statistik Penjualan E-commerce pada Berbagai Industri Sumber: Databoks.....	21
Gambar 13 Pertumbuhan Industri Fesyen di Indonesia Sumber: Statista.....	23
Gambar 14 Tren Kaos Oversize di Indonesia Sumber: Hasil dari Riset Why2k..	26
Gambar 15 Potensi Kebesaran Market Textile di Indonesia Tahun 2029 Sumber: Hasil riset Why2k.....	27
Gambar 16 Product Attribute Map Why2k Sumber: Hasil Riset Why2k.....	39
Gambar 17 Business Model Canvas Why2k.....	41
Gambar 18 Media Sosial Instagram dan TikTok Why2k	44
Gambar 19 Branding pada Sosial Media Instagram dan Tiktok Why2k	46
Gambar 20 Testimoni Customer Why2k via Whatsapp Business (1).....	47
Gambar 21 Testimoni Customer Why2k via Whatsapp Business (2).....	47
Gambar 22 Testimoni Customer Why2k via Whatsapp Business (3).....	48
Gambar 23 Testimoni Customer Why2k di TikTok Shop	48
Gambar 24 Linktree Why2k.....	49
Gambar 25 TikTok Shop Why2k.....	50
Gambar 26 Keranjang Kuning pada Setiap Konten TikTok Why2k	51
Gambar 27 Review Bintang 5 di Tiktok Shop	52
Gambar 28 Live TikTok Why2k.....	53
Gambar 29 Tim Why2k	55
Gambar 30 Desain Why2k Original.....	59
Gambar 31 Desain Neo	59
Gambar 32 Desain Slick.....	60
Gambar 33 Desain Baru ke-1	76
Gambar 34 Desain Baru ke-2Desain 3.....	77
Gambar 35 Desain Baru ke-3.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	89
Lampiran 2 Formulir Bimbingan	94



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA