

**Strategi Pengembangan LOULUDI melalui Pengelolaan Bisnis
sebagai Chief Executive Officer (CEO)**



LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Florencia Ghazali

00000102652

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

Strategi Pengembangan LOULUDI melalui Pengelolaan Bisnis

sebagai Chief Executive Officer (CEO)



LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana (S.)

Florencia Ghazali

00000102652

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Florencia Ghazali

Nomor Induk Mahasiswa : 00000102652

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

Strategi Pengembangan LOULOUDI melalui Pengelolaan Bisnis sebagai Chief Executive Officer (CEO)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan Prostep 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 Prostep, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan Prostep yang telah saya tempuh.

Tangerang, 12 Desember 2025



Florencia Ghazali

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul

Strategi Pengembangan LOULUDI melalui Pengelolaan Bisnis sebagai Chief Executive Officer (CEO)

Oleh

Nama : Florencia Ghazali

NIM : 00000102652

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Laporan Prostep Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

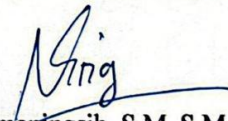
Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing



Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., Ph.D
0312028802

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.M., S.M
0323047801

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Prostep dengan judul
**Strategi Pengembangan LOULUDI melalui Pengelolaan Bisnis
sebagai Chief Executive Officer (CEO)**

Oleh

Nama : Florencia Ghazali
NIM : 00000103962
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 12 Desember 2025
Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

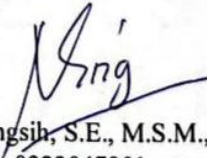
Pembimbing


Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., Ph.D
0312028802

Penguji


Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M.
0301056103

Ketua Program Studi Manajemen


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Florencia Ghazali
Nomor Induk Mahasiswa : 00000102652
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Sarjana (S1)
Jenis Karya : Laporan *Professional Skill Enhancement Program*
Judul Karya Ilmiah : Strategi Pengembangan LOULoudi melalui Pengelolaan Bisnis sebagai Chief Executive Officer (CEO)

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, 8 Desember 2025


(Florencia Ghazali)

* Pilih salah satu

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

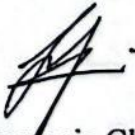
KATA PENGANTAR

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., Ph.D sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan Prostep ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Prostep ini.

Semoga Laporan ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan brand fashion lokal, khususnya bagi brand Louloudi yang berkonsep feminin dan *coquette aesthetic*. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan wawasan baru tentang strategi yang efektif dalam merancang dan menjalankan bisnis fashion yang efisien, layak, dan bermanfaat bagi semua orang. Semoga karya ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi pengembangan industri fashion lokal Indonesia.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Florencia Ghazali)

Strategi Pengembangan LOULUDI melalui Pengelolaan Bisnis sebagai Chief Executive Officer (CEO)

(Florence Ghazali)

ABSTRAK

Louloudi merupakan brand fashion lokal yang dibangun untuk menghadirkan dan memenuhi kebutuhan perempuan muda Indonesia terhadap pakaian bergaya feminim, lucu, dan *coquette* dengan harga yang terjangkau. Alasan pemilihan bisnis ini didorong oleh tingginya minat kewirausahaan di kalangan generasi muda dan tingginya minat perempuan muda terhadap fashion sebagai bentuk ekspresi diri terutama di segmen perempuan usia 15-29 tahun. Louloudi hadir untuk menawarkan pakaian bergaya feminim, lucu, dan *coquette* terinspirasi dari fashion negara china dan korea dengan desain unik serta feminim yang masih terbatas pada brand lokal. dalam kegiatan Prostep, Louloudi menghadapi beberapa kendala, yakni menemukan target pasar yang tepat, memilih konveksi yang tepat dan sesuai ekspektasi, membuat desain baju feminim yang sedang tren, serta memilih supplier kain yang terpercaya dan berkualitas tinggi. Solusi yang diterapkan Louloudi untuk mengatasi kendala-kendala tersebut yaitu dengan melakukan riset tren dan pasar, melakukan focus group discussion (FGD) untuk mendapatkan feedback produk, dan bekerja sama dengan konveksi serta supplier kain yang terpercaya dan berkualitas. Selama kegiatan Prostep, banyak hal yang dapat dipelajari yakni pentingnya riset pasar dan tren, pentingnya melakukan quality check pada setiap produk, pentingnya membuat budgeting bisnis, dan membuat strategi pemasaran bisnis untuk sosial media. Louloudi diharapkan dapat menghadirkan pakaian bergaya feminim, *coquette* dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau serta dapat memberikan dampak positif di industri fashion Indonesia.

Kata kunci: *Fashion, Coquette, Prostep, Feminim, Lokal*

***Louloudi Development Strategy through Business Management as
Chief Executive Officer (CEO)***

(Florencia Ghazali)

ABSTRACT

Louloudi is a local fashion brand established to present and meet the needs of young Indonesian women for feminine, cute, and coquettish clothing at affordable prices. This business choice was driven by the high interest in entrepreneurship among the younger generation and the high interest of young women in fashion as a form of self-expression, especially among women aged 15-29. Louloudi offers feminine, cute, and coquettish clothing inspired by Chinese and Korean fashion, with unique and feminine designs that are still limited among local brands. During the Prostep activities, Louloudi faced several challenges, including identifying the right target market, selecting a suitable and reliable garment manufacturer, creating trendy feminine clothing designs, and choosing a trusted and high-quality fabric suppliers. Louloudi's solution to overcome these issues is by doing market and trend research, holding focus group discussion (FGD) to gather product feedback, and collaborate with trusted, high-quality garment factories and fabric suppliers. During the Prostep program, several important lessons were learned, including the importance of market and trend research, the importance of quality checks on each product, the importance of creating a business budget, and developing a marketing strategy for social media. Louloudi is expected to offering feminine, coquette clothing with good quality and affordable prices, and contributing positively to the Indonesian fashion industry.

Keywords: *fashion, coquette, Prostep, Feminime, Local*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan.....	4
1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu.....	5
1.4 Manfaat.....	6
BAB II	
PELAKSANAAN PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM.....	7
2.1. Tahapan Pekerjaan.....	7
2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Executive Officer.....	15
2.3. Kendala yang Ditemukan.....	29
2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	29
BAB III	
PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK.....	30
3.1. Deskripsi Perusahaan.....	30
3.2. Struktur organisasi Perusahaan.....	34
3.3. Analisis Kelayakan Usaha.....	38
3.4. Produksi.....	43
3.5. Strategi Pemasaran.....	48
3.6. Strategi Keuangan.....	53
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	90
4.1 Simpulan.....	90
4.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tahapan Pekerjaan.....	14
Tabel 2.2.1 Rencana Strategis Jangka Panjang 1 Tahun Kedepan.....	24
Tabel 2.2.2 Rencana Strategis Jangka Panjang 2 Tahun Kedepan.....	26
Tabel 2.2.3 Rencana Strategis Jangka Panjang 3 Tahun Kedepan.....	28
Tabel 3.6.1 Estimasi Investasi Awal.....	54
Tabel 3.6.2. Proyeksi Pesimis.....	56
Tabel 3.6.3 Proyeksi Realistis.....	58
Tabel 3.6.4 Proyeksi Optimis.....	60
Tabel 3.6.5 BEP dan Payback Period.....	65
Tabel 3.6.6 Rencana Strategis Louloudi.....	67
Tabel 3.6.7 Income Statement.....	79
Tabel 3.6.8 Neraca.....	81
Tabel 3.6.9 Proyeksi Arus Kas.....	83
Tabel 3.6.10 NPV.....	87
Tabel 3.6.11 IRR.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Penduduk Indonesia Berdasarkan Jenis Kelamin per Mei 2025.....	1
Gambar 2.2.1 Bukti Transfer Modal Awal.....	17
Gambar 2.2.2 Desain Logo Louloudi.....	17
Gambar 2.2.3 Bukti Pembelian Packaging Louloudi.....	18
Gambar 2.2.4 Bukti Pembelian Label Louloudi.....	18
Gambar 2.2.5 Bukti Pembelian Manequin.....	18
Gambar 2.2.6 Motifs Textile Gading Serpong 29 Oktober 2025.....	19
Gambar 2.2.7 Pasar Cipadu 6 November 2025.....	19
Gambar 2.2.8 Tanah Abang 25 November 2025.....	19
Gambar 2.2.9 Poster Coming Soon Louloudi.....	20
Gambar 2.2.10 Banner Bazzar Louloudi.....	20
Gambar 2.2.11 Banner Bazzar Louloudi.....	20
Gambar 2.2.12 Pembukaan Akun Seller Center Tiktok shop Louloudi.....	21
Gambar 2.2.13 Revisi Packaging Louloudi.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Penerimaan (LoA).....	95
Lampiran B. Form Counseling Prostep.....	98
Lampiran C. Surat Pengantar MBKM Kewirausahaan (MBKM 01)	101
Lampiran D. Kartu MBKM Kewirausahaan (MBKM 02).....	102
Lampiran E. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM04).....	103
Lampiran F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	104

