

**PERANCANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN BISNIS
NOIRE**



LAPORAN

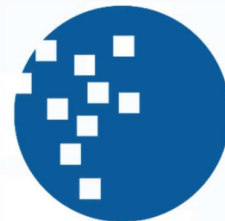
PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Hanna Crystal Hadipranata

00000103702

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

**PERANCANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN BISNIS
NOIRE**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

**PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT
PROGRAM**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S.)

Hanna Crystal Hadipranata

00000103702

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA

NUSANTARA TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Hanna Crystal Hadipranata

Nomor Induk Mahasiswa : 00000103702

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

PERANCANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN BISNIS NOIRE

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan Professional Skill Enhancement (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, 5 Desember 2025



(Hanna Crystal Hadipranata)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul
PERANCANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN BISNIS NOIRE

Oleh

Nama : Hanna Crystal Hadipranata
NIM : 00000103702
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

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

Tangerang, 5 Desember 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi
Manajemen



Boby Arinto, S.E., M.M., C.D.M.
0323057005



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

HALAMAN PENGESAHAN

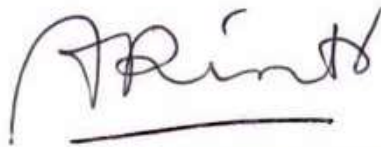
Laporan Prostep dengan judul
**PERANCANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN BISNIS
NOIRE**

Oleh

Nama : Hanna Crystal Hadipranata
NIM : 00000103702
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Sabtu, 13 Desember 2025
Pukul 08.00 s.d 08.30 dan
dinyatakan LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



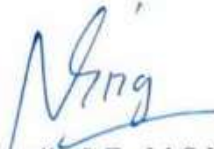
Boby Arinto, S.E., M.M., C.D.M.
0323057005

Penguji



Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M.
0307027602

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 : Hanna Crystal Hadipranata
Nomor Induk Mahasiswa : 00000103702
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Sarjana (S1)
Jenis Karya : Laporan Professional Skill Enhancement
Program
Judul Karya Ilmiah : Perancangan dan Analisis Kelayakan Bisnis
Noire

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, 5 Desember 2025



Hanna Crystal Hadipranata

* 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

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Professional Skill Enhancement (Prostep) ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademis atas pelaksanaan kegiatan kewirausahaan yang telah dilakukan. Penyelesaian laporan ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

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 Bobby Arintó, S.E., M.M., C.D.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Prostep ini.
6. Tim Penulis dan Rekan-Rekan Mahasiswa Prostep lainnya, atas kerja sama, semangat, dan diskusi yang telah membantu memperkaya pengalaman dan penyusunan laporan ini.
7. Seluruh tim di brand Noire (atau: pihak-pihak terkait) yang telah memberikan kesempatan, informasi, dan pengalaman praktik kewirausahaan secara langsung selama periode kegiatan berlangsung
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah berkontribusi dalam keberhasilan pelaksanaan kegiatan dan penyusunan laporan ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat, wawasan, dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis, serta menjadi referensi bagi kegiatan serupa di masa yang akan datang.

Tangerang, 5 Desember 2025



(Hanna Crystal Hadipranata)

PERANCANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN BISNIS NOIRE

Hanna Crystal Hadipranata

ABSTRAK

Laporan ini merangkum pelaksanaan kegiatan Program Peningkatan Keahlian Profesional (Prostep) bidang Kewirausahaan yang berfokus pada pengembangan merek pakaian Noire. Pemilihan bisnis ini didasarkan pada celah pasar yang signifikan, yaitu kebutuhan konsumen akan produk kualitas premium dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan merek-merek besar, namun dengan kualitas yang jauh melampaui rata-rata merek lokal lainnya. Didorong oleh perilaku konsumsi Generasi Z (Populix, 2023) dan tren estetika digital global (Laporan Tren Etsy 2025), fokus kegiatan Prostep diarahkan pada analisis Kanvas Model Bisnis serta penyusunan strategi diferensiasi produk dan pemasaran digital yang efektif. Kendala utama yang dihadapi meliputi pengelolaan rantai pasok untuk menjaga konsistensi material premium dan tantangan standardisasi produk untuk mempertahankan kualitas tinggi pada skala produksi yang bertumbuh. Solusi yang diimplementasikan mencakup pembentukan kemitraan strategis dengan pemasok terpilih dan pengoptimalan platform pemasaran digital untuk menekankan proposisi nilai unik Noire (mengacu pada Wawasan Tren Indonesia Shopee 2025). Melalui praktik kerja ini, Penulis/Tim Penulis memperoleh pelajaran berharga, terutama dalam mengintegrasikan teori manajemen dengan praktik nyata, menguasai metodologi Pola Pikir Keilmuan Kewirausahaan (*Entrepreneurial Science Thinking*) untuk pemecahan masalah yang sistematis, dan mengembangkan keahlian lunak (*soft skills*) kepemimpinan serta kolaborasi tim. Laporan ini memberikan gambaran komprehensif mengenai perjalanan bisnis Noire, mulai dari riset pasar, penetapan nilai jual, hingga evaluasi performa dan rencana strategis di pasar Asia Tenggara (McKinsey & Company 2023).

Kata Kunci: Kewirausahaan, Kualitas Premium, *Streetwear*, Pemasaran Digital, Noire

DESIGN AND FEASIBILITY ANALYSIS OF NOIRE BUSINESS

Hanna Crystal Hadipranata

ABSTRACT (English)

This report summarizes the implementation of the Professional Skill Enhancement Program (Prostep) in the field of Entrepreneurship, focusing on the development of the Noire apparel brand. The selection of this business was based on a significant market gap: the consumer need for premium quality products at a more affordable price compared to big brands, yet with a quality that far exceeds the average of other local brands. Driven by the consumption behavior of Generation Z (Populix, 2023) and global digital aesthetic trends (Etsy Trend Report 2025), the Prostep activities focused on Business Model Canvas analysis and the development of effective product differentiation and digital marketing strategies.

The main challenges encountered included supply chain management to maintain the consistency of premium materials and the challenge of product standardization to preserve high quality at a growing production scale. The solutions implemented involved forming strategic partnerships with selected suppliers and optimizing digital marketing platforms to emphasize Noire's unique value proposition (referring to the Shopee Indonesia Trend Insight 2025). Through this practical work, the Author/Team gained valuable lessons, particularly in integrating management theory with real-world practice, mastering the Entrepreneurial Science Thinking methodology for systematic problem-solving, and developing soft skills in leadership and team collaboration. This report provides a comprehensive overview of Noire's business journey, from market research and value proposition setting to performance evaluation and strategic plans in the Southeast Asian market (McKinsey & Company 2023).

Keywords: *Entrepreneurship, Premium Quality, Streetwear, Digital Marketing, Noire*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT (English).....	8
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan.....	5
1.2.1 Maksud Kegiatan.....	5
1.2.2 Tujuan.....	6
1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu.....	6
1.4 Manfaat.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	11
PELAKSANAAN PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM ...	11
2.1. Tahapan Pekerjaan	11
Tabel 2.1 Perincian Jadwal Kegiatan Prostep	11
2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Executive Officer (Hanna Crystal Hadipranata).....	50
2.3. Kendala yang Ditemukan	56
2.3.1 Kendala Operasional Bisnis	56
2.3.2 Kendala Internal Tim.....	61
2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	62
2.4.1 Solusi Bisnis dan Operasional	62
2.4.2 Solusi Internal Tim	66
BAB III	71
PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK	71
3.1 Deskripsi Perusahaan	71
3.2 Struktur organisasi Perusahaan	72
3.3 Analisis Kelayakan Usaha	73

3.3.1 Aspek Pasar dan Pemasaran (Market and Marketing Feasibility).....	73
3.3.1.1 Potensi Pasar dan Perilaku Konsumen.....	73
3.3.1.2 Posisi Pasar dan Diferensiasi Produk.....	73
3.3.1.3 Strategi Promosi.....	76
3.3.2 Aspek Teknis dan Operasional.....	77
3.3.2.1 Manajemen Rantai Pasok dan Produksi.....	77
3.3.2.2 Skalabilitas dan Logistik.....	78
3.3.3 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia.....	80
3.3.3.1 Struktur Organisasi dan Kompetensi Tim.....	80
3.3.4 Aspek Hukum dan Legalitas	81
3.3.4.1 Kepatuhan Akademik dan Etika	81
3.3.4.2 Hak Kekayaan Intelektual.....	81
3.3.5 Kelayakan Finansial	83
3.3.5.1 Permodalan dan Struktur Biaya	83
3.3.5.2 Profitabilitas dan <i>Return on Investment</i> (ROI)	83
3.4 Produksi	83
3.4.1 Peralatan dan Perlengkapan Operasional	85
3.4.2 Daftar Vendor Final.....	86
3.4.3 Risiko Produksi dan Strategi Mitigasi.....	88
3.5 Strategi Pemasaran	90
3.5.1 Segmentasi - Targeting - Positioning (STP).....	91
3.5.2 Segmenting (Segmentasi Pasar)	91
3.5.3 Targeting (Penentuan Target Pasar)	93
3.5.4 Positioning (Posisi Brand di Pasar)	93
3.5.5 Teknik Marketing (4P)	94
3.5.6 Perencanaan Pemasaran 1 Tahun	96
.....	99
3.5.4 Customer Journey Konsumen Noire	99
3.5.5 Evaluasi Uji Pasar	100
3.6 Strategi Keuangan	103
3.6.1 Modal Awal & Pembagian Modal)	103
3.6.2 Strategi Penetapan Harga (Cost-Plus Pricing).....	104
3.6.3 Aspek yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga	104

3.6.4 Total Pengeluaran Tiap Fase	105
3.6.5 Analisis Modal dan Pendapatan (Revenue).....	107
3.6.6 Simulasi Harga Jual Per Unit	108
3.6.7 Efisiensi operasional	109
3.6.8 Analisis Tingkat Pengembalian (Return on Investment / ROI).....	110
3.6.9 Margin Bersih & Margin Kotor.....	110
3.6.10 Grafik Arus Kas.....	112
3.6.11 Proyeksi Keuntungan 1 – 3 Bulan.....	113
3.6.12 Analisis Sensitivitas Jika Penjualan Menurun 20%.....	114
3.6.12 Analisis Harga Kompetitor dan Penyesuaian Harga Segmen Pasar 116	
3.6.13 Pricing Flexibility Terhadap Inflasi Bahan Baku & Perubahan Tren. 118	
3.6.14 Proyeksi Kebutuhan Dana Tambahan Untuk Ekspansi Dalam 3 Tahun119	
Tabel 3.6.15 Proyeksi Kebutuhan Dana untuk Ekspansi Dalam 3 Tahun	120
Tabel 3.6.15 Rincian Alokasi Dana Pada Tahun ke-1 (2026).....	121
Tabel 3.6.15 Rincian Alokasi Dana Pada Tahun ke-2 (2027).....	121
Tabel 3.6.15 Rincian Alokasi Dana Pada Tahun ke-3 (2028).....	122
3.6.15 Forecast Penjualan 1 Tahun Serta NPV, IRR, dan ROI	123
Tabel 3.6.16 Proyeksi Penjualan per Kuartal Dalam 1 Tahun.	124
Tabel 3.6.16 Proyeksi Biaya Produksi (COGS).....	124
Tabel 3.6.16 Proyeksi Biaya Operasional	125
Tabel 3.6.16 Laporan Laba Rugi.....	125
BAB IV	128
SIMPULAN DAN SARAN	128
4.1 Simpulan.....	128
4.2 Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	132
Jurnal.....	132
Website	132

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perincian Jadwal Kegiatan Prostep.....	11
Tabel 3.2, Daftar Vendor Final.....	87
Tabel 3.4, Simulasi Harga Jual Per Unit.....	108
Tabel 3.5, Margin Bersih	110
Tabel 3.6, Margin Kotor	111
Tabel 3.7, Grafik Arus Kas	112
Tabel 3.8, Proyeksi Keuntungan Dalam 3 Bulan.....	113
Tabel 3.6.12 Pendapatan dan Keuntungan Berkurang 20%.....	115
Tabel 3.6.13 Analisis Harga Kompetitor	117
Tabel 3.6.13 Strategi Penyesuaian Harga Sesuai Segmen Pasar	118
Tabel 3.6.15 Proyeksi Kebutuhan Dana untuk Ekspansi Dalam 3 Tahun	120
Tabel 3.6.15 Rincian Alokasi Dana Pada Tahun ke-1 (2026)	121
Tabel 3.6.15 Rincian Alokasi Dana Pada Tahun ke-2 (2027)	121
Tabel 3.6.15 Rincian Alokasi Dana Pada Tahun ke-3 (2028)	122
Tabel 3.6.16 Proyeksi Penjualan per Kuartal Dalam 1 Tahun.....	124
Tabel 3.6.16 Proyeksi Biaya Produksi (COGS).....	124
Tabel 3.6.16 Proyeksi Biaya Operasional.....	125
Tabel 3.6.16 Laporan Laba Rugi	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1, Diskusi Pertama Tim Tentang Pemilihan Bisnis dan Brand.....	39
Gambar 2.2, Sketsa Awal Desain Noire	41
Gambar 2.3, Negosiasi dengan Vendor Packaging.....	46
Gambar 2.4, Bukti Komunikasi Lambat dari Pihak Vendor.....	48
Gambar 2.5, Struk Pencetakan Brosur dan Poster	49
Gambar 2.6, Penelusuran Vendor Melalui Digital Marketplace.....	51
Gambar 2.7, Tim Noire Melaksanakan Survey Vendor.....	53
Gambar 2.8 Esplorasi Vendor Melalui Kanal Marketplace Shopee.	54
Gambar 2.9 Penjadwalan Komunikasi Bersama.....	57
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan	60

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penerimaan (LoA).....	133
Lampiran 2 Form Counselling Prostep	136
Lampiran 3 Mentoring Week 1 Bersama Pak Arif.....	142
Lampiran 4 Mentoring Week 3 Bersama Pak Arif	142
Lampiran 5 Demoday	143
Lampiran 6 Mentoring Week 1 Bersama Pak Harlan.....	143
Lampiran 7 Pencarian Vendor	144
Lampiran 8 Pengumpulan Sampel	144
Lampiran 9 Pelaksanaan FGD	145
Lampiran 10 Survei Lapangan.....	145
Lampiran 11 Validasi Optimistic Market di Kafe Kulumanu.....	146
Lampiran 12 Validasi Optimistic Market di Gereja HOB	146
Lampiran 13 Validasi Grey Market di Tiktok Live	147
Lampiran 14 Validasi Grey Market Melalui Mobile Booth	147
Lampiran 15 Surat Pengantar MBKM Kewirausahaan (MBKM 01).....	148
Lampiran 16 Kartu MBKM Kewirausahaan (MBKM 02)	149
Lampiran 17 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).150	
Lampiran 18 Lampiran pengecekan hasil Turnitin.	152