

**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA
SUSTAINABLE FASHION BRAND
“LEMARIE”**

Oleh :

Nama : Bella Fransiska

NIM : 75180388

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JUNI 2020

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

SUSTAINABLE FASHION BRAND

“LEMARIE”

Diajukan Oleh

Nama : Bella Fransiska

NIM : 75180388

Jakarta, Juni 2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos, M.Si)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JUNI 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan atas kebaikan serta penyertaanNya yang selalu diberikan kepada penulis dalam proses penulisan Rencana Bisnis yang berjudul “Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Sustainable Fashion Brand ‘Lemarie’* ” hingga dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Penyusunan rencana bisnis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penulisan rencana bisnis ini, penulis banyak mendapat bantuan, arahan, dukungan serta masukan dari orang-orang terdekat dan banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga Penulis yang selalu memberi doa, dukungan, perhatian dan semangat penuh dari awal perkuliahan hingga diselesaiannya tugas akhir ini.
2. Dr. Sylvia Sari Rosalina S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing Penulis yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam menyusun rencana bisnis ini.
3. Segenap Dosen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menjalankan studi.
4. Teman- teman dari penulis yang selalu memberikan dukungan kepada Penulis hingga tugas akhir ini diselesaikan.
5. Seluruh staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu dalam mendapatkan sumber pengetahuan yang dijadikan acuan dalam penyusunan rencana bisnis.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu Penulis sehingga rencana bisnis ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa rencana bisnis ini memiliki kekurangan dan masih jauh dari hasil yang sempurna. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan permintaan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam rencana bisnis ini. Akhir kata, Penulis berharap agar rencana bisnis ini tidak hanya sekedar membuka wawasan, tapi juga dapat memberikan manfaat-manfaat lainnya kepada pembacanya. Atas perhatiannya, Penulis ucapan terima kasih.

Jakarta, Juni 2020

Penulis

Bella Fransiska

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Bella Fransiska / 75180388 / 2020 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Sustainable Fashion Brand "Lemarie"* / Dosen Pembimbing: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.

Lemarie adalah bisnis di industri mode yang mengusung dan berfokus pada *sustainable fashion* serta *ethical fashion*. Kantor Lemarie terletak di Banjar Wijaya, Tangerang.

Lemarie memiliki visi yakni “menjadi *brand fashion* pionir yang menjadikan *sustainability* sebagai standar inti dalam proses operasi, sehingga menciptakan produk ramah lingkungan yang berkualitas berstandar internasional dan mampu bersaing secara profesional”. Misi Lemarie adalah sebagai berikut:

- a. Memproduksi pakaian dengan menggunakan bahan *sustainable* atau berkelanjutan, meminimalkan jumlah komponen plastik yang terlibat ke pakaian maupun kemasan, teliti dalam menetapkan pemasok serta menciptakan produk yang berkualitas.
 - b. Mendesain pakaian yang memiliki *value* jangka panjang sehingga produk yang diciptakan menjadi *favorite* bagi para pembelinya
 - c. Menerapkan disiplin dan teliti dalam pengoperasian perusahaan
 - d. Terus mengikuti informasi mengenai industri *fashion*, dan secara aktif melakukan *research* tren, permintaan, maupun peminatan dari masyarakat
 - e. Membangun tim yang kreatif dan penuh ide unik serta profesional dalam bekerja

Produk yang dihasilkan oleh Lemarie berupa pakaian yang ramah lingkungan dengan menggunakan bahan yang berasal dari serat alami. Dalam mempromosikan bisnisnya, Lemarie menggunakan sosial media dan banner sebagai alat pemasaran utama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek dan jasa yang ditawarkan.

Dalam menunjang keberhasilan bisnis ini, diperlukan sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh Lemarie terdiri dari satu orang direktur merangkap desainer, satu orang manajer produksi, satu orang manajer keuangan, dan satu orang manajer pemasaran.

Investasi awal yang dibutuhkan Lemarie sebesar Rp 389.470.944 untuk 1 tahun pertama, yang digunakan untuk kas awal, biaya peralatan, biaya perlengkapan, bahan baku awal, biaya produksi, biaya renovasi, biaya pendirian PT, gaji pegawai, biaya pemasaran dan web, dan biaya utilitas.

Perkiraan laba rugi selama lima tahun kedepan dari tahun 2021 sampai tahun 2025, Lemarie menghasilkan laba dengan peningkatan yang cukup signifikan disetiap tahunnya.

Dilihat dari performa laporan arus kas, arus kas pada tahun 2021 bernilai positif diikuti dengan tahun-tahun berikutnya. Selain itu, hasil dari perhitungan dengan menggunakan perhitungan *Net Present Value* hasilnya layak dengan nilai Rp 455.707.422. Jika dilihat dari hasil perhitungan *Profitability Index*, Lemarie memiliki hasil analisis layak dengan nilai 3,583. Selain itu, berdasarkan analisis *Payback Period*, Lemarie memiliki periode pengembalian investasi dalam 1 tahun 4 bulan 26 hari. Dari hasil perhitungan-perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rencana bisnis pendirian usaha Lemarie sangat layak untuk dijalankan.



ABSTRACT

Bella Fransiska / 75180388/2020 / Business Plan for Establishment of a Sustainable Fashion Brand "Lemarie" / Advisor: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Sc.

Lemarie is a business in fashion industry that carries and focuses on sustainable fashion and ethical fashion. Lemarie's office. Lemarie's office located in Banjar Wijaya, Tangerang.

Lemarie has a vision of "becoming a pioneer fashion brand that makes sustainability a core standard in the operations process, so Lemarie can create environmental friendly products that have international standard quality and be able to compete professionally".
Missions of Lemarie are:

- a. Producing clothing using sustainable materials, minimizing the number of plastic components involved in clothing and packaging, being careful in determining suppliers and creating quality products.
- b. Design clothes that have long-term value so that the products created are a favorite for buyers.
- c. Implement discipline and conscientious in the operation of the company.
- d. Keep up with information about the fashion industry, and actively research trends, requests, and interests from the public(buyers).
- e. Build a creative team and full of unique ideas as well professionals at work

The products produced by Lemarie are environmentally friendly clothing with using raw materials derived from natural fibers. In promoting its business, Lemarie uses social media and banners as the main marketing tools to increase public awareness of the brands and services that offered.

In supporting the success of this business, human resources are needed. The human resources needed by Lemarie consist of one director and designer, one production manager, one financial manager, and one marketing manager.

The initial investment required by Lemarie is IDR 389.470.944 for the first 1 year, which is used for initial cash, equipment costs, equipment costs, initial raw materials, production costs, renovation costs, the cost of establishing PT, employee salaries, marketing and web costs, and utility costs.

Estimated profit and loss for the next five years from 2021 to 2025, Lemarie generated profits with a significant increase every year.

Estimated performance of the cash flow statement, cash flow in 2021 has a positive value followed by the following years. In addition, the results of calculations using the Net Present Value calculation are decent results with a value of Rp 455.707.422. As seen from the results of the calculation of the Profitability Index, Lemarie has the results of a decent analysis with a value of 3,583. In addition, based on Payback Period analysis, Lemarie has an investment return period of 1 year 4 months 26 days. From the results of the all calculations, it can be concluded that the Business Plan for Establishment of a Sustainable Fashion Brand "Lemarie" is feasible to run.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Ide Bisnis	1
B. Gambaran Usaha	4
C. Besarnya Peluang Usaha.....	5
D. Kebutuhan Dana	7
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	9
A. Data Perusahaan	9
B. Biodata Pemilik Usaha	9
C. Jenis dan Ukuran Usaha.....	9
BAB III ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING	10
A. Tren dan Pertumbuhan Industri.....	10
B. Analisis Pesaing	13
C. Analisis PESTEL (Political, Economy, Social, Technology, Environment dan Legal)	16
D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter's Five Forces Business Model)	21
E. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (<i>Competitive Profile Matrix / CPM</i>).....	23
F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)	31
BAB IV ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN	35
A. PRODUK YANG DIHASILKAN	35
B. GAMBARAN PASAR	40
C. TARGET PASAR YANG DITUJU	41
D. STRATEGI PEMASARAN	42
E. STRATEGI PROMOSI	47
BAB V RENCANA PRODUksi DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL	50

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



A.	Proses Operasi Produk	50
B.	Nama Pemasok	51
C.	Deskripsi Rencana Operasi	53
D.	Rencana Alur Produk.....	59
E.	Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan.....	60
F.	Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha.....	61
G.	Lay Out Bangunan Tempat Usaha.....	63
BAB VI RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA.....		65
A.	Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja	65
B.	Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja	66
C.	Uraian kerja (Job Description)	69
D.	Spesifikasi dan Kualifikasi jabatan	72
E.	Struktur Organisasi Perusahaan	73
F.	Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan.....	74
BAB VII RENCANA KEUANGAN		79
A.	Sumber dan Penggunaan Dana.....	79
B.	Biaya Pemasaran Tahunan	79
C.	Biaya Administrasi dan Umum	81
D.	Biaya Tenaga Kerja	82
E.	Biaya Produksi	83
F.	Biaya Penyusutan Peralatan	83
G.	Biaya Pemeliharaan	84
H.	Biaya Sewa Gedung/Bangunan	85
I.	Biaya Utilitas.....	85
J.	Biaya Peralatan dan Perlengkapan	87
K.	Biaya Bahan Baku	89
L.	Proyeksi Keuangan	89
M.	Analisis Kelayakan Investasi	92
N.	Analisis Kelayakan Usaha	95
BAB VIII ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA		97
A.	Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar.....	97
B.	Dampak terhadap Lingkungan	98
C.	Analisis Resiko Usaha	99



D. Antisipasi Resiko Usaha	101
BAB IX RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI.....	104
A. Ringkasan Kegiatan Usaha, mencakup:	104
B. Rekomendasi Visibilitas Usaha.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110

C
Hak Cipta

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis Pesaing	15
Tabel 3. 2 Data Jumlah Kunjungan E-Commerce 2019 per Bulan	19
1. Tabel 3. 3 <i>Competitive Profile Matrix</i>	25
Tabel 3. 4 <i>Product Quality</i> dalam <i>Competitive Profile Matrix</i>	26
Tabel 3. 5 <i>Effective Management of Social Media</i> dalam <i>Competitive Profile Matrix</i>	27
Tabel 3. 6 <i>Price Competitive</i> dalam <i>Competitive Profile Matrix</i>	28
Tabel 3. 7 <i>Product Design</i> dalam <i>Competitive Profile Matrix</i>	29
Tabel 3. 8 <i>Global Expansion</i> dalam <i>Competitive Profile Matrix</i>	30
Tabel 3. 9 SWOT analysis	33
Tabel 4. 1 Ramalan Penjualan Lemarie periode Januari – Desember 2021(<i>per pieces</i>)	40
Tabel 4. 2 Asumsi Harga Jual Produk Lemarie dan Ramalan Penjualan Lemarie	40
Tabel 4. 3 Ramalan Penjualan Lemarie Tahun 2021 – 2025	41
Tabel 5. 1 Daftar Pemasok Lemarie	51
Tabel 5. 2 Jadwal Rencana Kegiatan Operasional Lemarie	58
Tabel 5. 3 Daftar Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha Lemarie	62
Tabel 6. 1 Kebutuhan Tenaga Kerja dari Perusahaan Lemarie	66
Tabel 6. 2 Rincian Gaji Karyawan Lemarie per Bulan	75
Tabel 6. 3 Gaji dan THR Karyawan Lemarie Tahun 2021	76
Tabel 6. 4 Gaji dan THR Karyawan Lemarie Tahun 2022	77
Tabel 6. 5 Gaji dan THR Karyawan Lemarie Tahun 2023	77
Tabel 6. 6 Gaji dan THR Karyawan Lemarie Tahun 2024	78
Tabel 6. 7 Gaji dan THR Karyawan Lemarie Tahun 2025	78
Tabel 7. 1 Rincian Rencana Kebutuhan Dana Awal Lemarie di Tahun Pertama	79
Tabel 7. 2 Biaya Pemasaran Lemarie di Tahun Pertama (2021)	80
Tabel 7. 3 Biaya Pemasaran Lemarie di Tahun Kedua (2022).....	80
Tabel 7. 4 Biaya Pemasaran Lemarie Tahun 2021-2025	80
Tabel 7. 5 Biaya Administrasi dan Umum Lemarie tahun 2020-2024	82
Tabel 7. 6 Biaya Tenaga Kerja Lemarie tahun 2020-2025	83
Tabel 7. 7 Biaya Produksi Lemarie Tahun 2020 – 2024.....	83
Tabel 7. 8 Biaya Penyusutan Peralatan Lemarie tahun 2020-2024	84
Tabel 7. 9 Biaya Pemeliharaan Lemarie tahun 2021-2024	84
Tabel 7. 10 Biaya Utilitas Listrik Lemari Tahun 2021-2025	86
Tabel 7. 11 Biaya Utilitas Telepon Lemarie Tahun 2020 - 2024	86
Tabel 7. 12 Biaya Utilitas Internet Lemarie Tahun 2021 – 2025	87
Tabel 7. 13 Biaya Peralatan Lemarie	87
Tabel 7. 14 Biaya Perlengkapan Lemarie	88
Tabel 7. 15 Biaya Perlengkapan Lemarie tahun 2020 - 2025	88
Tabel 7. 16 Biaya Bahan Baku Lemarie Tahun 2020 – 2024	89
Tabel 7. 17 Proyeksi Laporan Laba Rugi Lemarie Tahun 2020 – 2025	90
Tabel 7. 18 Proyeksi Laporan Arus Kas Lemarie Tahun 2020 – 2025.....	91
Tabel 7. 19 Proyeksi Neraca Lemarie Tahun 2020 – 2025	92
Tabel 7. 20 <i>Payback Period</i> Lemarie.....	93

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 7. 21 <i>Net Cash Flow</i> (NCF) Lemarie	94
Tabel 7. 22 <i>Net Present Value</i> (NPV) Lemarie	94
Tabel 7. 23 Analisis Kelayakan Usaha Break Even Point dari Lemarie	96
Tabel 9. 1 Kesimpulan Kelayakan Investasi Lemarie	108



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur (2020E)	6
Gambar 1. 2 Kategori Barang/Jasa yang Paling Diminati di Belanja Online Indonesia	7
Gambar 3. 1 Industri yang Mengalami Kenaikan Pertumbuhan Pada Tahun 2018	10
Gambar 4. 1 Contoh Referensi Model Pakaian 1	37
Gambar 4. 2 Contoh Referensi Model Pakaian 2	37
Gambar 4. 3 Contoh Referensi Model Pakaian 3	38
Gambar 4. 4 Contoh Referensi Model Pakaian 4	38
Gambar 4. 5 Logo Perusahaan.....	39
Gambar 5. 1 Lay Out Bangunan Tempat Usaha	64
Gambar 6. 1 Struktur Organisasi Perusahaan Lemarie	74

