



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis *Business Plan* TUKIJO

Skripsi

Oleh

Bonita Priliana

2014320143

Bandung

2018

No. Kode	: AB PRI a/18
Tanggal	: 8 April 2019
No. Ind.	: 8572-FISIP / skp 37655
Divisi	:
Hadiah / Beli	:
D	: FISIP



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Business Plan TUKIJO

Skripsi

Oleh

Bonita Priliana

2014320143

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Bonita Priliana
Nomor Pokok : 2014320143
Judul : Analisis *Business Plan* TUKIJO

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 28 November 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com.,

: 

MBA., M.Phil.

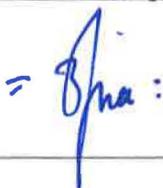
Sekretaris

Dr. Rulyusa Pratikto, S.Ab., M.SE.

: 

Anggota

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bonita Priliana

NPM : 2014320143

Progam Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : “Analisis *Bussiness Plan* TUKIJO”.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, telah ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar dan penuh tanggung jawab, dan akan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari didapat bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 23 November 2018



Bonita Priliana

ABSTRAK



Nama : Bonita Priliana
NPM : 2014320143
Judul : "Analisis *Bussiness Plan* TUKIJO".

Dari tahun ke tahun *fashion* terus berkembang terutama *fashion* berbahan kulit merupakan salah satu tren yang saat ini sedang digemari banyak kalangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *business plan* TUKIJO. Produk TUKIJO adalah produk tas multifungsi yang berbahan dasar kulit. Analisis yang penulis gunakan adalah analisis eksternal dan analisis internal. Analisis eksternal berisi tentang analisis PEST dan *5 forces analysis* dan analisis internal berisi tentang berisikan tentang aspek pemasaran, bauran pemasaran (4P), STP, aspek keuangan dan akuntansi, aspek sumber daya manusia, aspek operasi, dan aspek sistem informasi. Hasil penelitian tersebut dilanjutkan dengan analisis SWOT dan analisis *business model canvas*.

Berdasarkan hasil analisis dari SWOT dan BMC, bisnis ini layak untuk dijalankan karena persaingan pasar yang masih sedikit dan hasil perhitungan *payback periode*, IRR, NPV, dan BEP menunjukkan hasil yang positif dan bisnis ini dapat dijalankan karena hasil perhitungan tersebut berada dibawah batas normal yang telah ditentukan oleh pemilik.

Kata kunci: Analisis, *Business Plan*, *Fashion*, SWOT, *business model canvas*.

ABSTRACT



Name : Bonita Priliana
NPM : 2014320143
Title : "Bussiness Plan Analysis".

From year to year fashion continues to develop, especially leather-based fashion is one of the trends that is currently popular among many people.

This study aims to analyze the TUKIJO business plan. TUKIJO products are multifunctional leather products. The analysis that I use is external analysis and internal analysis. External analysis contains analysis of PEST and 5 forces analysis and internal analysis contains about marketing aspects, marketing mix (4P), STP, financial and accounting aspects, aspects of human resources, aspects of operations, and aspects of information systems. The results of the study were followed by SWOT analysis and business model canvas analysis.

Based on the results of the analysis of analysis from SWOT and BMC, this business is feasible because the market competition is still small and the results of the payback period calculation, IRR, NPV, and BEP show positive results and this business can be run because the calculation results are below the normal set by the owner.

Keywords: Analysis, Bussiness Plan, fashion, SWOT, Bussiness model canvas.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang berimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Bussiness Plan* TUKIJO”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, bantuan, masukan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan saya berkah sampai sekarang dan memberi saya petunjuk dalam melakukan segala hal apapun.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
4. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com.,MBA.,M.Phil., selaku dosen wali

5. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi dukungan selama penyusunan skripsi ini.
6. Muhammad Aradea Abidin S.Ab., yang telah membantu saya banyak dalam mengerjakan skripsi ini dan memahami di situasi apapun. Dan juga terimakasih untuk menemani saya menyelesaikan skripsi ini sampai bolos bekerja.
7. Kedua orangtua saya dan kakak-kakak saya yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua dari Muhammad Aradea Abidin yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses penyusunan skripsi.
9. Sahabat-sahabat dari Geladi Wisata Lola, Marina, Echa, Lukman dan Aji yang telah menemani saya selama di UNPAR sampai sekarang.
10. Ajeng Amanda Luthfiah S. Ab., yang telah ada buat saya dari semester awal sampai semester akhir, menemani saya di dalam situasi apapun dan juga sahabat yang paling mengerti saya dan selalu mendukung saya di dalam situasi apapun
11. Sahabat-sahabat dari bahagia sedikit Prilla, Citta, Thalia dan Fira yang selalu mendukung saya dari SMA sampai sekarang.
12. Teman-teman kecil saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu dukung saya dan menyemangati saya menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, penulis menerima saran dan kritik yang membangun. Semoga Penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, 23 November 2018

Penulis

Daftar Isi



ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II	7
KERANGKA TEORI	7
2.1 <i>Business Plan</i>	7
2.2 Teori Business Model Canvas	8
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal.....	11
2.4 Analisis SWOT.....	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29

3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Sumber Data	30
3.4 Teknik Analisis Data	31
BAB IV	34
OBJEK PENELITIAN	34
4.1 Profil Perusahaan	34
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	34
4.3 Kepemilikan Perusahaan	35
4.4 Struktur dan <i>Jobdesc</i> Perusahaan	35
4.5 Lokasi dan Fasilitas Perusahaan	37
4.6 Produk TUKIJO Indonesia.....	38
BAB V	39
PEMBAHASAN	39
5.1 Analisis Eksternal	39
5.2 Analisis Internal	47
5.3 Analisis SWOT Matrix	58
5.4 Business Model Canvas.....	60
5.5 Analisis <i>Break Event Point</i> , IRR, dan NPV Perusahaan TUKIJO	68
BAB VI.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran.....	90
Daftar Pustaka.....	96

BAB I

PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang

Fashion adalah istilah umum untuk gaya atau *mode*. *Fashion* merupakan hal yang tidak terpisahkan dengan kita. Setiap orang ingin tampil gaya dan terlihat menarik. Karena itu berbagai macam aksesoris seperti baju, sepatu, tas, sampai perhiasan dengan model terbaru, tentu akan menarik perhatian yang mengaku diri sebagai *fashionista*, yaitu seseorang yang terlibat dalam dunia *mode* atau dengan semangat untuk *fashion*. Kata *fashionista* ini juga dipakai untuk menjelaskan seseorang yang mempunyai *personal style* yang luar biasa.

Dari tahun ke tahun dunia *fashion* senantiasa terus mengalami perkembangan. Tidak sekedar perkembangan *fashion* pakaian dan lain sebagainya, produk *fashion* berbahan dasar kulit juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. *Fashion* berbahan kulit merupakan salah satu tren yang saat ini sedang digemari banyak kalangan. Tidak hanya kaum dewasa saja yang menyukainya, namun kalangan muda saat ini juga sedang gandrung pada *fashion* berbahan kulit. Produk yang dihasilkan pun bermacam-macam mulai dari sepatu, tas, pakaian, sampai dengan aksesoris.

“Pada tahun 2010, sumbangan ekonomi kreatif terhadap PDB sebesar Rp 473 triliun, sementara pada tahun 2012 jumlahnya meningkat mencapai Rp 524 triliun.

Secara presentase, fashion menyumbang 7% terhadap PDB nasional. Sementara itu, penyerapan tenaga kerja bidang fashion pada tahun 2012 mencapai 3,8 juta orang dari 11, 8 juta pekerja,” kata Menparekraf. Potensi ekonomi kreatif yang sedang berkembang tak lepas dari besarnya potensi pasar domestik serta pertumbuhan masyarakat kelas ekonomi menengah (Neraca, 2018).

Seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan fashion itu berbentuk siklus. Jika pada tahun 2000an suatu mode dianggap ketinggalan zaman bisa jadi beberapa tahun kemudian *mode* tersebut bisa menjadi *hot fashion* anak muda. Dahulu menggunakan produk berbahan kulit hanya populer dikalangan dewasa, namun saat ini dapat diperhatikan bahwa jika produk berbahan kulit dipadukan dengan *outfit* yang tepat akan menghasilkan paduan yang bagus dan serasi dan sangat pantas digunakan oleh kalangan muda. Selain itu produk berbahan kulit selain nyaman dipakai, bahannya tergolong paling kuat dan tahan lama. Oleh karena itu produk berbahan kulit tidak akan pernah mati dan justru akan selalu ada dan mengalami perkembangan yang lebih baik.

Persaingan tidak lepas dari peran industri *fashion* dewasa ini. Pengusaha dan desainer adalah dua pelaku penting dalam dunia *fashion*. Produsen atau pengusaha memiliki tujuan dalam meluncurkan produk ke pasaran, semata-mata untuk mendapatkan laba, sementara para desainer memiliki standar acuan gaya berbeda. Bagaimanapun juga *fashion* bisa memperkuat karakter dan kepribadian penggunanya melalui ciri yang khas dan unik yang melekat pada merek *fashion*.

Alasan seorang konsumen membeli suatu produk bukan hanya pemenuhan kebutuhan dasar mereka saja, melainkan berkembang menjadi pemenuhan gaya

hidup atau *lifestyle*. Konsumen cenderung menghubungkan berbagai sifat atau karakteristik dirinya pada berbagai merek di berbagai macam produk. Setiap individu memiliki kepribadian yang dirasakan sebagai satu orang tertentu dengan sifat-sifat, kebiasaan, kepemilikan barang, hubungan, dan cara berperilaku tertentu.

Persepsi diri sangat berhubungan erat dengan kepribadian, dimana konsumen sering berusaha memelihara, meningkatkan, mengubah atau memperluas persepsi diri mereka dengan membeli produk dari suatu perusahaan yang mempunyai kepribadian yang cocok dengan dirinya, dan cenderung menghindari produk dari perusahaan yang tidak cocok dengan kepribadian mereka.

Oleh karena itu, produsen dituntut untuk dapat mengetahui berbagai macam sifat karakteristik konsumen dan perilaku konsumsi mereka secara lebih mendalam, sehingga bisa menghasilkan produk yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar. Kepribadian produk dan merek memberikan peluang yang nyata bagi produsen untuk memanfaatkan kaitan konsumen dengan berbagai merek yang mereka tawarkan. Mereka sering mempunyai kepribadian, beberapa diantara bahkan termasuk sifat seperti manusia, karenanya produsen harus menciptakan personifikasi merek dengan berusaha menuangkan kembali persepsi konsumen mengenai sifat-sifat produk dengan karakter manusia. Kepribadian merek ini membantu membentuk respon, preferensi dan kesetiaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

Salah satu merek *fashion* adalah TUKIJO, sebuah merek *fashion* baru yang turun dengan mengandalkan produk multifungsi dengan bahan dasar kulit

membuat produk tersebut menjadi lebih eksklusif. TUKIJO telah menciptakan produk seperti buku catatan yang memiliki fungsi yang banyak seperti menyediakan tempat untuk alat tulis, kartu, USB, kalkulator atau smartpone, uang, kunci, dan juga untuk menyimpan berkas-berkas yang diperlukan.

Saat ini banyak orang yang membawa barang-barang bawaanya dan tertarik dengan produk yang praktis tetapi mampu memuat banyak barang yang dibutuhkan untuk kesehiraanya. Maka dari itu TUKIJO memutuskan untuk menciptakan produk yang memiliki fungsi yang banyak untuk menyimpan kebutuhan orang-orang agar lebih mudah dan tidak merasa adanya kesulitan dalam membawa baranganya. Tidak mengurangi kualitas produk, TUKIJO menggunakan kulit asli agar konsumen tertarik melihat produk TUKIJO. Permintaan masyarakat yang semakin banyak mengenai produk-produk yang lebih praktis juga menjadi sebuah hal yang mempenaruhi mengapa TUKIJO ingin menciptakan produk fashion yang mengandalkan multifungsinya. Maka akan semakin mudah juga masyarakat tertarik dengan produk yang TUKIJO buat melihat banyaknya permintaan masyarakat yang menginginkan sebuah wadah yang lebih mudah untuk membawa barang bawaannya terutama barang kesehariannya.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mengkaji masalah yang diterapkan perusahaan TUKIJO, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis lingkungan bisnis TUKIJO?

2. Bagaimana analisis SWOT dan Canvas Bisnis Model TUKIJO?
3. Bagaimana analisis BEP, IRR, PAYBACK PERIOD dan analisis kelayakan bisnis TUKIJO?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui bagaimana analisis lingkungan bisnis TUKIJO.
- Untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT dan Canvas Bisnis Model TUKIJO.
- Untuk mengetahui berapa lama yang dilakukan oleh TUKIJO untuk mencapai BEP,IRR,PAYBACK PERIOD dan analisis kelayakan bisnis.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis:

Dengan penelitian ini, penulis dapat mengetahui bagaimana tahapan memulai suatu bisnis dan menentukan strategi apa yang sesuai dengan bisnis yang akan dijalani, serta dapat lebih menguasai bidang bisnis.

2. Bagi Perusahaan:

Dengan penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui seberapa baik penerapan strategi dan kebijakan bisnis yang sudah dilakukan TUKIJO untuk menghadapi persaingan di pasar serta mempertahankan kepuasan dan kepercayaan konsumen.

3. Bagi Masyarakat:

Dengan adanya penelitian ini, para pembaca dapat bertambah wawasannya, dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya, serta menjadi acuan untuk membuka bisnis baru.