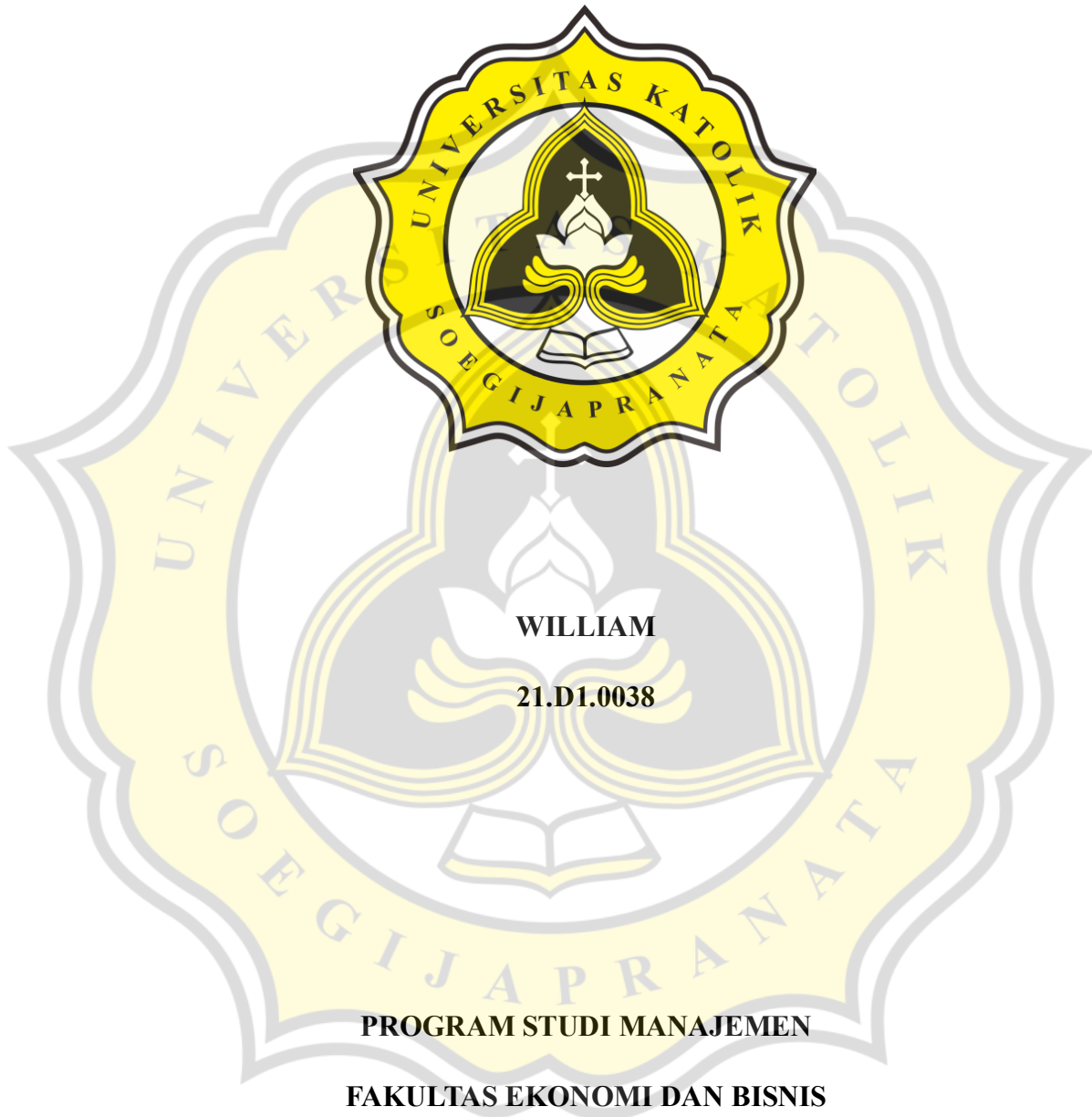


LAPORAN SKRIPSI

PERENCANAAN BISNIS CLOTHINGLINE ELMARCH



WILLIAM

21.D1.0038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

LAPORAN SKRIPSI

PERENCANAAN BISNIS CLOTHINGLINE ELMARCH

Diajukan dalam Rangka Memenuhi

Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar S.M



WILLIAM

21.D1.0038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

ABSTRAK

Industri fashion terus berkembang pesat seiring dengan perubahan tren dan perilaku konsumen, terutama dengan hadirnya platform digital yang mempermudah pemasaran dan distribusi produk. Penelitian ini bertujuan untuk merancang perencanaan bisnis clothing line Elmarch, sebuah brand pakaian oversized yang berfokus pada kenyamanan dan desain minimalis. Perencanaan bisnis ini mencakup aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan guna meningkatkan daya saing di industri fashion.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, serta kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen potensial dan pelaku bisnis fashion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Elmarch memiliki peluang besar untuk berkembang dengan mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, serta mengadopsi strategi direct-to-consumer (D2C) guna meminimalkan biaya distribusi. Selain itu, tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan ketat di industri fashion dan perubahan tren yang cepat, sehingga inovasi desain dan strategi pemasaran yang adaptif menjadi faktor kunci keberlanjutan bisnis.

Dengan adanya perencanaan bisnis yang matang, Elmarch diharapkan mampu meningkatkan visibilitas merek, memperluas jangkauan pasar, serta mengoptimalkan efisiensi operasional dan keuangan. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha fashion dalam mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan dan berbasis digital.

Kata kunci: perencanaan bisnis, clothing line, direct-to-consumer, pemasaran digital, strategi bisnis.

ABSTRACT

The fashion industry continues to grow rapidly in line with changing trends and consumer behavior, especially with the emergence of digital platforms that facilitate the marketing and distribution of products. This study aims to design a business plan for Elmarch, a clothing line brand focused on oversized apparel that emphasizes comfort and minimalist design. The business plan covers aspects of marketing, operations, human resources, and finance to enhance competitiveness in the fashion industry.

The research uses both qualitative and quantitative methods, with data collection techniques including observation, interviews, and questionnaires distributed to potential consumers and fashion industry players. The findings indicate that Elmarch has significant growth potential by optimizing digital marketing through social media and online marketplaces, as well as adopting a direct-to-consumer (D2C) strategy to minimize distribution costs. Moreover, the main challenges faced include intense competition in the fashion industry and rapidly changing trends, making design innovation and adaptive marketing strategies key factors for business sustainability.

With a well-structured business plan, Elmarch is expected to increase brand visibility, expand market reach, and optimize operational and financial efficiency. This study also provides recommendations for fashion entrepreneurs in developing sustainable and digitally-based business strategies.

Keywords: business plan, clothing line, direct-to-consumer, digital marketing, business strategy.