

**IMPLEMENTASI RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS FASHION  
MINIMALIS BRAND “GOODEALS”**

**SKRIPSI BUSINESS PLAN**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Program Studi  
Kewirausahaan



Disusun oleh:

**Aliyafita Diyanti Jinan**

**20.92.0245**

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2025**

**IMPLEMENTASI RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS FASHION  
MINIMALIS BRAND “GOODEALS”**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1  
pada Program Studi S1-Kewirausahaan



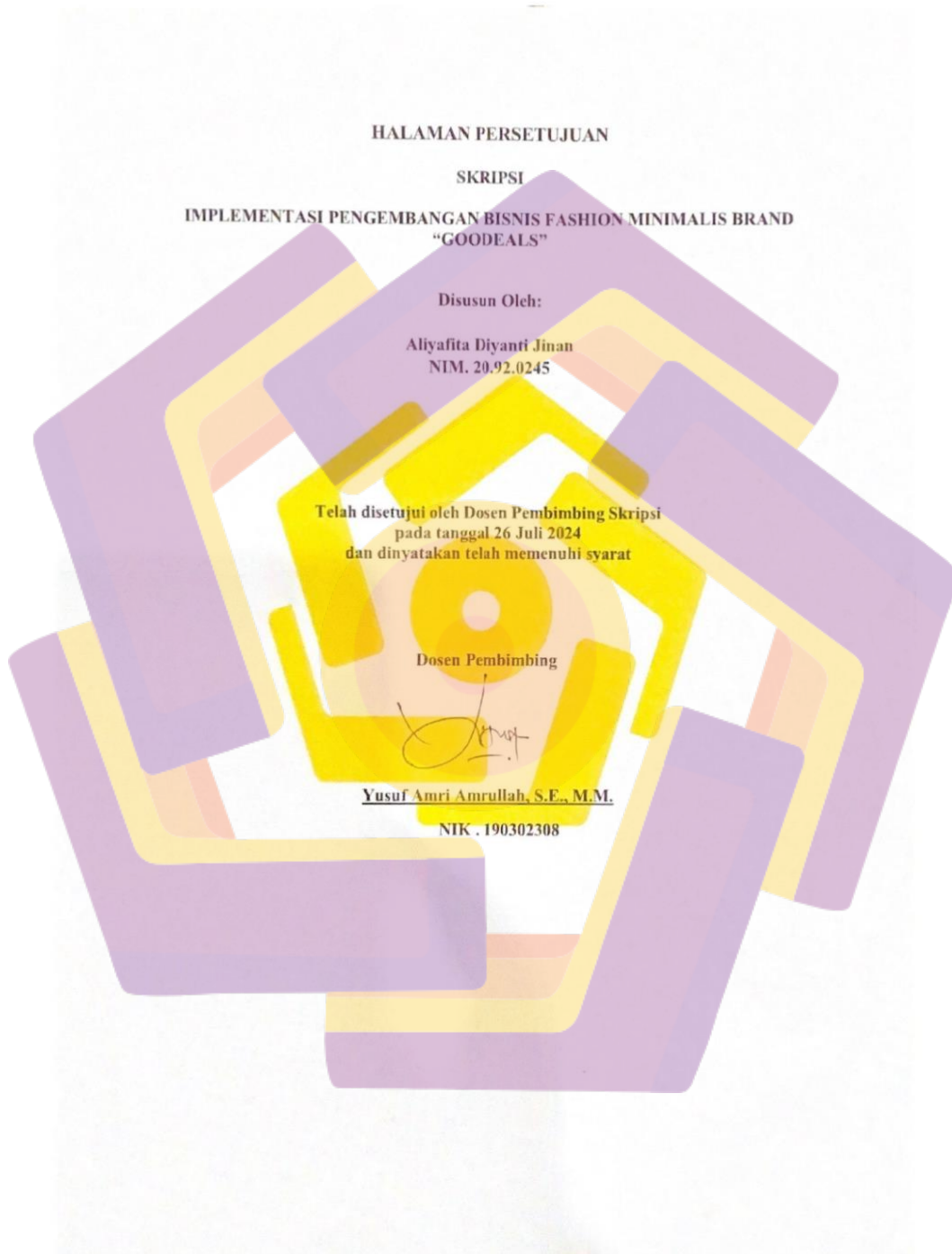
Disusun oleh:

Aliyafita Diyanti Jinan

20.92.0245

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM  
YOGYAKARTA  
2025**

## HALAMAN PERSETUJUAN



## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### SKRIPSI

#### IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN BISNIS FASHION MINIMALIS BRAND "GOODEALS"

Disusun Oleh:

Aliyafita Diyanff Jinan

NIM. 20.92.0245

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 26 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tanti Prita Hapsari, SE, M.Si

NIK. 190302303

Reza Widhar Pahlevi, SE, MM.

NIK. 190302587

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM.

NIK. 190302308

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana  
Bisnis

Tanggal 26 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufik Luthfi, S.T., M.Kom.

NIK. 190302125

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Aliyafita Diyanti Jinan

NIM : 20.92.0245

Dosen Pembimbing : Yusuf Amri Amrullah, SE, MM.

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut :

**Implementasi Pengembangan Bisnis Fashion Minimalis Brand  
"Goodeals"**

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya
1. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing
2. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini
3. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi

Yogyakarta, 26 Juli 2024



Aliyafita Diyanti Jinan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Rencana Bisnis Fashion Minimalis Brand Goodeals” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan pada Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M. selaku pembimbing utama, atas kesabaran, waktu, dan bimbingannya selama proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak dan Mama, dua orang paling berharga di hidup penulis, yang sudah memberikan dan mengusahakan yang terbaik baik perihal kasih sayang maupun finansial bagi penulis.
3. Sahabat-sahabat penulis, yang sudah menemani kegundahan maupun keceriaan hari-hari penulis.
4. Mas Satria Lelana, yang sudah bersedia mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan kepada penulis, menemani penulis, dan selalu ada untuk penulis hingga saat ini.
5. Lagu-lagu Hindia, yang liriknya mampu memberikan semangat dan dorongan untuk membersamai penulis dalam proses mengerjakan skripsi ini.
6. Terima kasih untuk diri sendiri, Jinan. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan memilih untuk tetap hidup hingga saat ini. Terima kasih sudah berusaha, ombaknya mungkin tidak surut, semoga semangatmu juga. Kamu hebat, jinan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi dan bisnis.

Magelang, Juni 2024

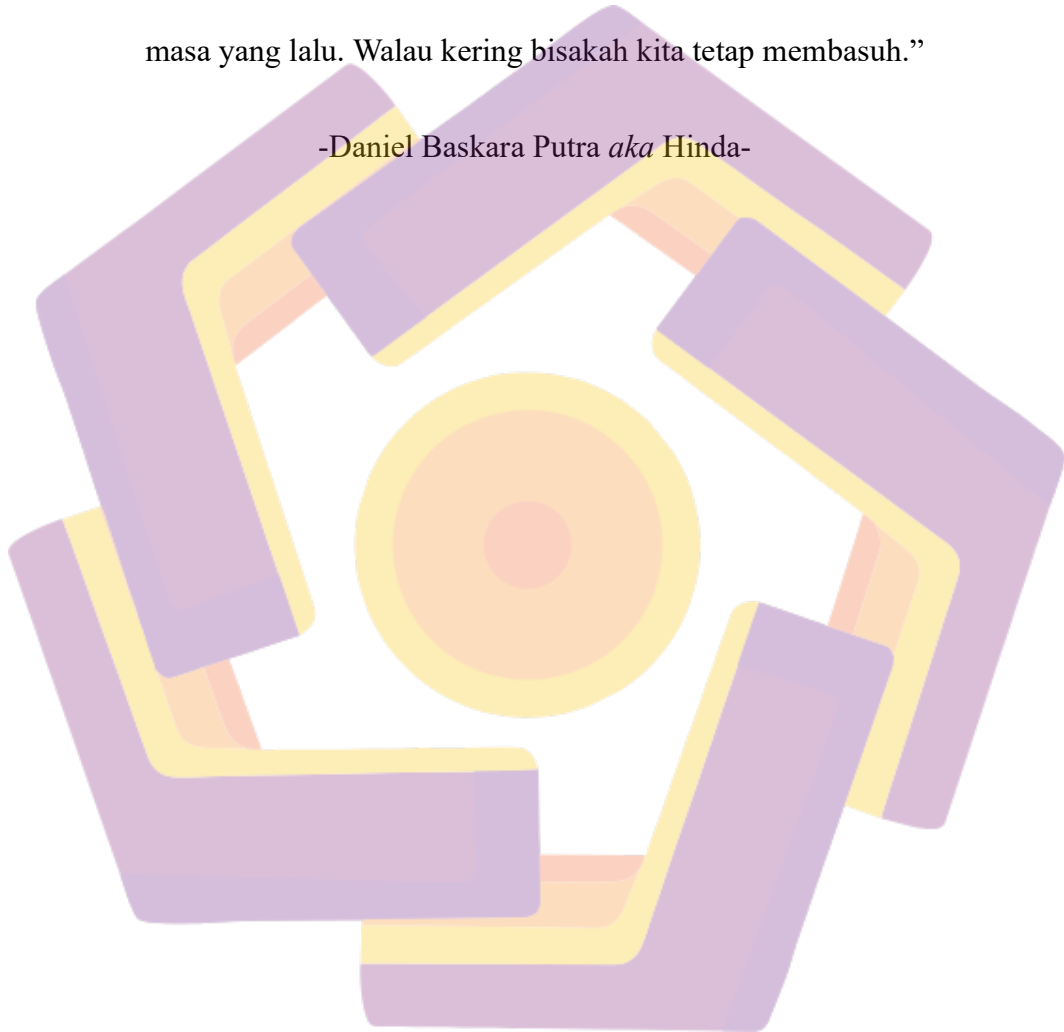


Aliyafita Diyanti Jinan

## MOTTO HIDUP

“Hidup bukanlah perihal mengambil yang kau tebar, sedikit air yang ku punya milikmu juga bersama. Bisakah kita tetap memberi walau tak suci, bisakah terus mengobati walau membiru. Cukup besar tuk mengampuni, tuk mengasihi tanpa memperhitungkan masa yang lalu. Walau kering bisakah kita tetap membasuh.”

-Daniel Baskara Putra *aka Hinda*-



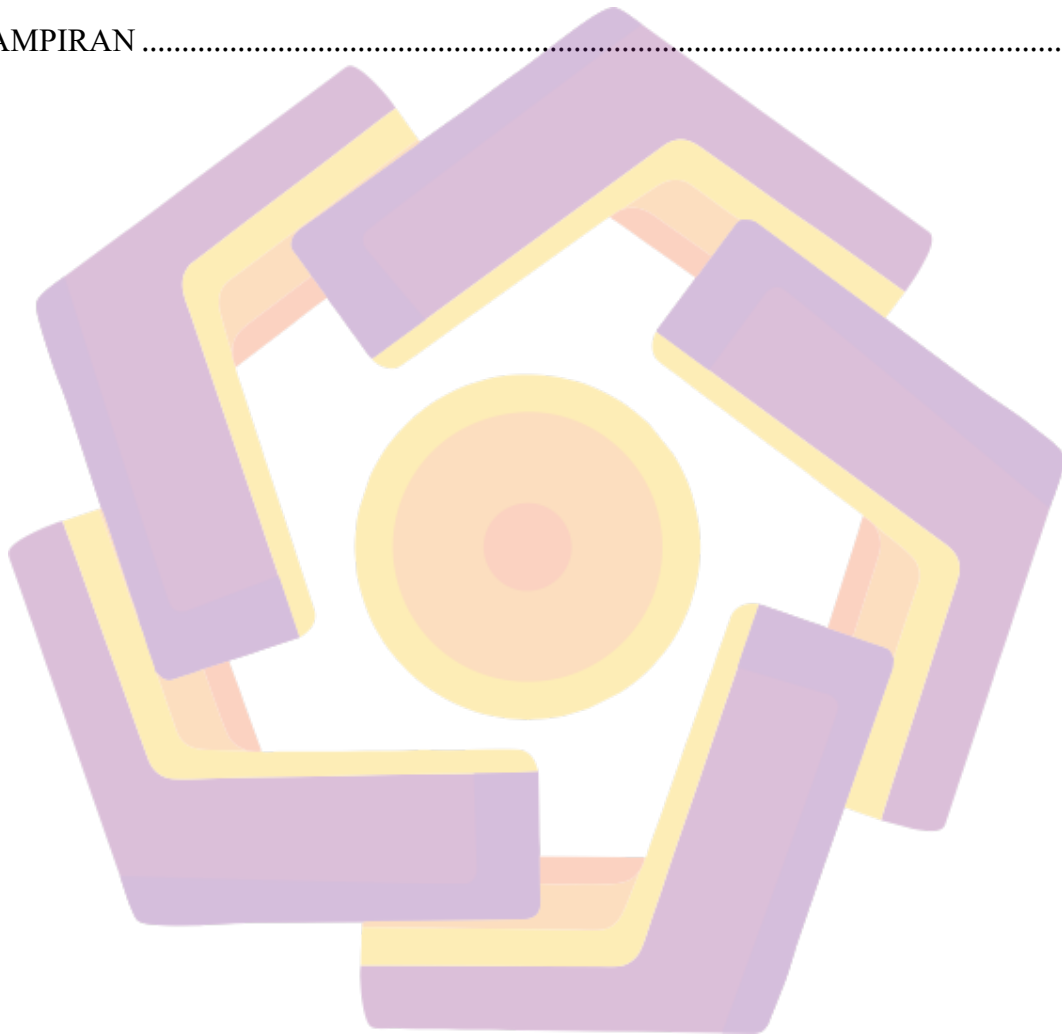
## DAFTAR ISI

|                                                 |      |
|-------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                       | III  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                        | IV   |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....        | V    |
| KATA PENGANTAR .....                            | VI   |
| MOTTO HIDUP .....                               | VII  |
| DAFTAR ISI.....                                 | VIII |
| DAFTAR TABEL .....                              | XI   |
| DAFTAR GAMBAR.....                              | XII  |
| INTISARI.....                                   | XIII |
| BAB I.....                                      | 1    |
| PENDAHULUAN .....                               | 1    |
| 1.1 Permasalahan .....                          | 1    |
| 1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan..... | 2    |
| 1.3 Noble Purpose.....                          | 3    |
| 1.4 Visi dan Misi, Logo Bisnis .....            | 3    |
| BAB II .....                                    | 4    |
| DESKRIPSI BISNIS .....                          | 4    |
| 2.1 Sejarah Bisnis .....                        | 4    |
| 2.2 Model Bisnis yang Dijalankan .....          | 5    |



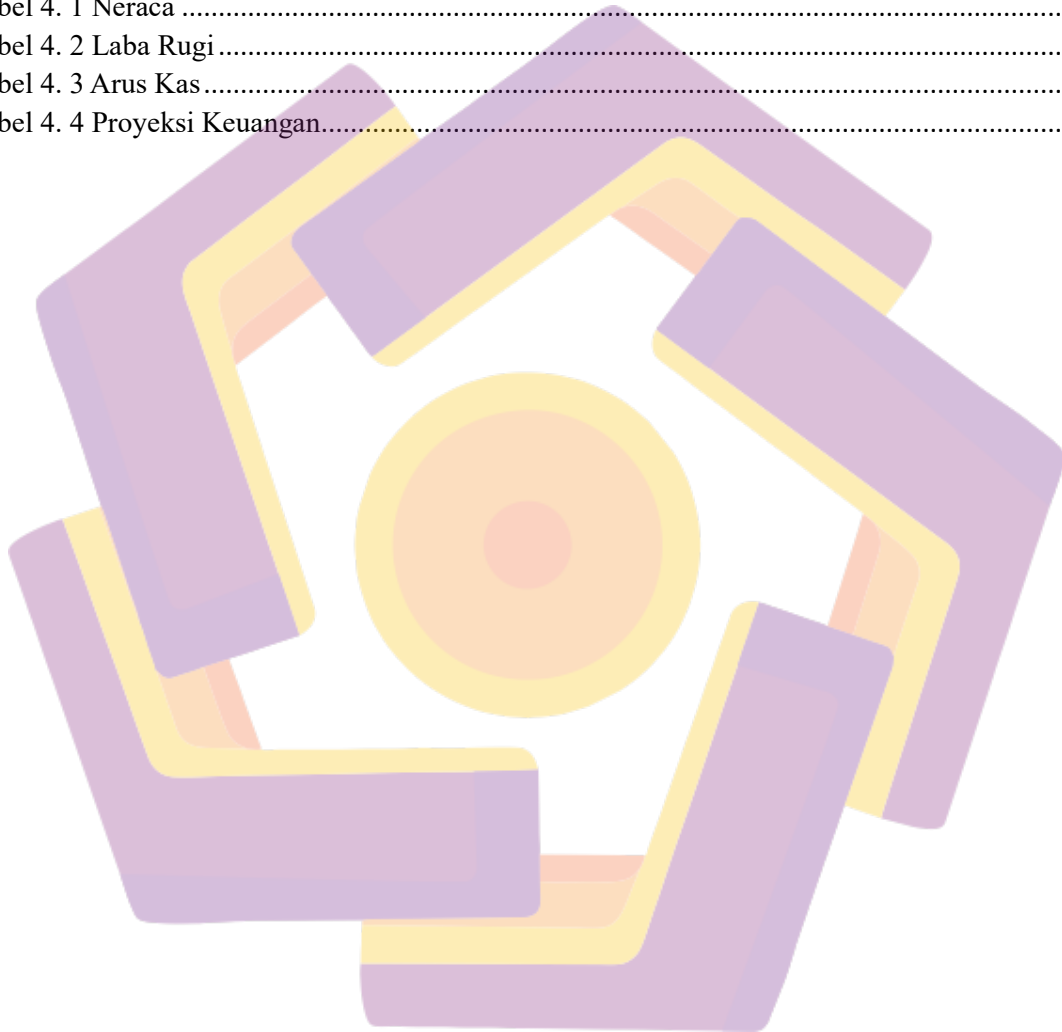
|                          |                                                    |    |
|--------------------------|----------------------------------------------------|----|
| 2.3                      | Produk dan Inovasi Produk.....                     | 5  |
| 2.4                      | Ukuran Pasar.....                                  | 6  |
| 2.4.1                    | TAM (Total Adressable Market) .....                | 6  |
| 2.4.2                    | SAM (Serviceable Available Market) .....           | 7  |
| 2.4.3                    | SOM (Serviceable Obtainable Market) .....          | 7  |
| 2.5                      | Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing ..... | 7  |
| 2.6                      | Strategi Pengelolaan Bisnis .....                  | 9  |
| 2.6.1                    | Strategi Pemasaran.....                            | 9  |
| 2.6.2                    | Strategi Operasional dan Produksi.....             | 10 |
| 2.6.3                    | Strategi Sumber Daya Manusia .....                 | 13 |
| 2.6.4                    | Proses Rekrutmen dan Evaluasi .....                | 15 |
| 2.6.5                    | Proses Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) .....        | 15 |
| 2.6.6                    | Strategi Keuangan.....                             | 15 |
| BAB III                  | .....                                              | 17 |
| PERENCANAAN PENGEMBANGAN | .....                                              | 17 |
| 3.1                      | Analisis Matrix SWOT .....                         | 17 |
| 3.1.1                    | Strategi Pengembangan Bisnis.....                  | 17 |
| 3.1.2                    | Rencana Pengembangan .....                         | 18 |
| BAB IV                   | .....                                              | 20 |
| LAPORAN KEUANGAN         | .....                                              | 20 |
| 4.1                      | Neraca.....                                        | 20 |
| 4.2                      | Laba Rugi .....                                    | 21 |
| 4.3                      | Arus Kas .....                                     | 22 |
| 4.4                      | HPP Produk .....                                   | 22 |
| 4.5                      | BEP & ROI.....                                     | 23 |
| 4.6                      | Proyeksi Keuangan .....                            | 24 |
| BAB V                    | .....                                              | 25 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| PENUTUP .....        | 25 |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 25 |
| 5.2 Saran .....      | 26 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 27 |
| LAMPIRAN .....       | 28 |



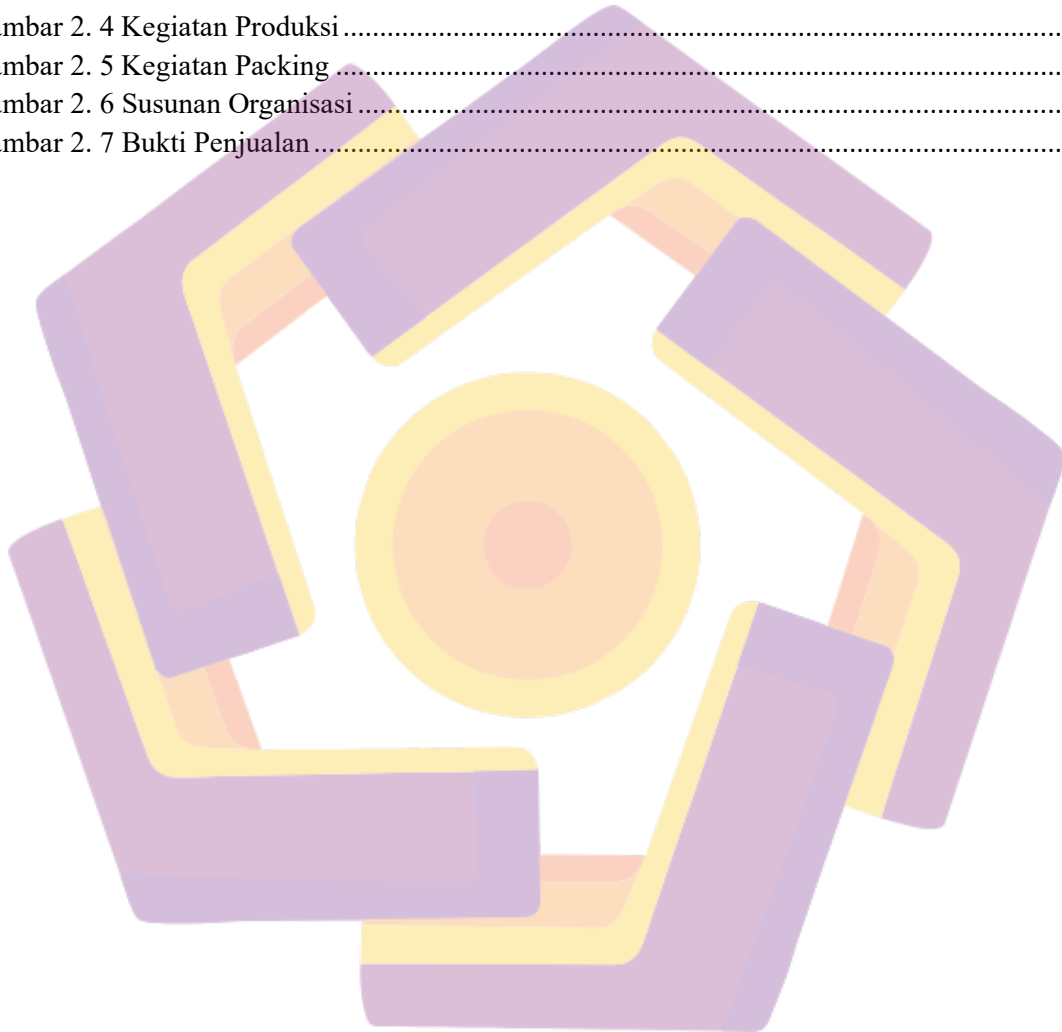
## DAFTAR TABEL

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Produk dan Inovasi Produk .....                   | 6  |
| Tabel 2. 2 Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing..... | 7  |
| Tabel 2. 3 Susunan Organisasi .....                          | 14 |
| Tabel 3. 1 Strategi Pengembangan Bisnis .....                | 17 |
| Tabel 3. 2 Rencanna Pengembangan.....                        | 18 |
| Tabel 4. 1 Neraca .....                                      | 20 |
| Tabel 4. 2 Laba Rugi.....                                    | 21 |
| Tabel 4. 3 Arus Kas .....                                    | 22 |
| Tabel 4. 4 Proyeksi Keuangan.....                            | 24 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Value Proposition Canvas ..... | 2  |
| Gambar 1. 2 Logo Bisnis .....              | 3  |
| Gambar 2. 1 Business Model Canvas .....    | 5  |
| Gambar 2. 2 Media Sosial.....              | 10 |
| Gambar 2. 3 Bahan dan Pemasok .....        | 11 |
| Gambar 2. 4 Kegiatan Produksi .....        | 12 |
| Gambar 2. 5 Kegiatan Packing .....         | 12 |
| Gambar 2. 6 Susunan Organisasi .....       | 13 |
| Gambar 2. 7 Bukti Penjualan .....          | 16 |



## INTISARI

Perubahan tren yang cepat di sosial media menyebabkan sebagian besar masyarakat mempunyai keinginan untuk terus mengikuti tren, bahkan cenderung takut tertinggal atau yang saat ini sering disebut *FOMO (Fear of Missing Out)*, sehingga masyarakat cenderung membeli barang *fashion* dari berbagai *brand* yang tidak berkelanjutan. Penulis melakukan survei *online* dengan menyebarkan kuesioner Google Form, terdapat beberapa masalah yaitu: produk tidak bisa digunakan dalam jangka panjang, kekacauan pada ruang penyimpanan, sulit mengambil keputusan dan rasa ketidakpuasan, serta pemborosan. Berdasarkan hal tersebut, Goodeals memberikan beberapa solusi dan nilai lebih dari produk kami, yaitu: pakaian dengan kualitas bahan yang premium, warna yang cenderung netral dan mudah dipadu padankan, serta model yang sederhana. Terdapat beberapa masalah pada proses menjalankan bisnis bisnis Goodeals seperti, belum menemukan *vendor* jahit yang baik dan masih mencari cara untuk menekan biaya produksi. Goodeals melakukan pemasaran melalui media sosial Instagram dan Tiktok serta *e-commerce* Shopee dan Tiktok Shop. Per bulan Februari-Juli 2024 Goodeals telah meraih laba bersih sejumlah Rp8.535.000,00.

**Kata Kunci:** Fashion minimalis; pengembangan bisnis; pakaian *timeless*.

## **ABSTRACT**

*Rapid changes in trends on social media cause most people to have the desire to continue following trends, and even tend to be afraid of being left behind or what is currently often called FOMO (Fear of Missing Out), so that people tend to buy fashion items from various brands that are not sustainable. The author conducted an online survey by distributing a Google Form questionnaire, there were several problems, namely: the product could not be used in the long term, chaos in storage space, difficulty making decisions and a feeling of dissatisfaction, as well as waste. Based on this, Goodeals provides several solutions and added value from our products, namely: clothing with premium quality materials, colors that tend to be neutral and easy to mix and match, and simple models. There are several problems in the process of running the Goodeals business, such as not having found a good sewing vendor and still looking for ways to reduce production costs. Goodeals carries out marketing via social media Instagram and Tiktok as well as e-commerce Shopee and Tiktok Shop. As of February-July 2024, Goodeals has achieved a net profit of IDR 8,535,000.00.*

**Keyword:** *Minimalist fashion; business development; timeless clothes.*