

**RENCANA BISNIS *PRELOVED* TAS MEWAH  
MELALUI MEDIA SOSIAL  
“NALUX BUTIK”**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister  
Manajemen**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**ANISSA NABILA RAMADHINI**

**2201001025**


**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA 2022**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Anissa Nabila Ramadhini**

**NIM : 2201001025**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 18 Agustus 2022**

## HALAMAN PENGESAHAN TESIS

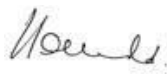
Tesis ini diajukan oleh

Nama : Anissa Nabila Ramadhini  
NIM : 2201001025  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Rencana Bisnis *Preloved* Tas Mewah Melalui Media Sosial “Nalux Butik”

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelas Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Suwandi, S.E., M.Si

  
(.....)

Penguji 1 : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A.,

  
(.....)

Ph.D Penguji 2 : Wahyudi David Dr. Agr

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2022

## UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Rencana Bisnis *Preloved* Tas Mewah Melalui Media Sosial (Nalux Butik)” Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka pemenuhan salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan dukungan, doa dan bantuan dari berbagai pihak sehingga termotivasi dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin Terima Kasih kepada beberapa pihak, diantaranya:

1. Bapak Dr. Suwandi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing tesis. Tanpa bimbingan dan bantuan beliau penulis tidak akan bisa menyelesaikan tulisan ini.
2. Bapak Muchsin Saggaf Shibab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D selaku dosen penguji dan pembahas yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Wahyudi David Dr. Agr selaku dosen penguji dan pembahas yang telah memberikan feedback dan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Orang Tua penulis Bapak Aries Feisal dan Ibu Siti Soleha atas segala bantuan, dukungan, doa dan bimbingannya sampai penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Mertua atas segala bantuan, dukungan, doa dan bimbingannya sampai penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Muhammad Andrea Ginola P selaku suami penulis yang telah membimbing, mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Segenap dosen Magister Manajemen Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dan nasihat-nasihat selama penulis menempuh Pendidikan S2.
8. Segenap tim Nalux Butik yang telah membantu penulis dalam melengkapi dan menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabat penulis, Anak-anak deadliners anti kepalsuan dan sahabat terdekat lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang senantiasa mendukung, menemani dan membantu penulis selama menempuh Pendidikan S2.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anissa Nabila Ramadhini

NIM : 2201001025

Program Studi : Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tesis : Rencana Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui kepada Universitas Bakrie untuk mendapat Hak Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### RENCANA BISNIS PRELOVED TAS MEWAH MELALUI MEDIA SOSIAL “NALUX BUTIK”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 18 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Anissa Nabila Ramadhini

# RENCANA BISNIS *PRELOVED* TAS MEWAH MELALUI MEDIA SOSIAL “NALUX BUTIK”

Anissa Nabila Ramadhini

---

## ABSTRAK

*Penggunaan tas mewah preloved sangat diminati oleh beberapa konsumen. Industri penjualan Preloved di media sosial saat ini berkembang sangat pesat. Nalux Butik berdiri sejak Tahun 2020 dengan memulai memasarkan melalui Instagram dan ternyata antusias orang-orang sangat tinggi. Nalux Butik mempunyai inovasi untuk menyediakan penyewaan terhadap beberapa tas mewah yang dijual. Strategi bisnis yang dilakukan Nalux Butik dimulai dari menganalisis STP (Segmentation, Targeting dan Positioning) dan menganalisis marketing mix strategy, serta dilakukan juga analisis SWOT terhadap bisnis Nalux Butik. Dan memperhatikan risiko-risiko yang kemungkinan terjadi selama menjalankan bisnis ini.*

*Hasil dari analisis strategi tersebut didapatkan bahwa bisnis ini berfokus pada penjualan melalui online (media sosial Instagram) dan berdasarkan dari analisis kelayakan bisnis, dinyatakan bahwa Nalux Butik layak dijalankan meskipun Profitability Index tergolong kecil karena modal awal menggunakan modal pribadi tanpa menggunakan pinjaman lain dan keuntungannya digunakan untuk membeli stok tas mewah. Hasil perhitungan payback period yaitu pengembalian modal akan terjadi di tahun ke 2.*

***Kata Kunci: Nalux Butik, Preloved Tas Mewah, STP (Segmentation, Targeting, Positioning), Marketing Mix Strategy, SWOT***

# **PRELOVED LUXURY BAG BUSINESS PLAN THROUGH SOCIAL MEDIA "NALUX BOUTIQUE"**

Anissa Nabila Ramadhini

---

## **ABSTRACT**

*The use of preloved luxury bags is in great demand among some consumers. Preloved's sales industry on social media is currently growing very rapidly. Nalux Boutique was founded in 2020 by starting to market through Instagram and it turns out that people's enthusiasm is very high. Nalux Boutique has an innovation to provide rentals for some of the luxury bags sold. The business strategy carried out by Nalux Boutique starts from analyzing STP (Segmentation, Targeting and Positioning) and analyzing the marketing mix strategy, as well as a SWOT analysis of the Nalux Boutique business. And pay attention to the risks that may occur during the course of running this business.*

*The results of the strategy analysis found that this business focused on selling through online (Instagram social media) and based on the business feasibility analysis, it was stated that Nalux Boutique is feasible to run even though the Profitability Index is relatively small because the initial capital uses personal capital without using other loans and the profits are used to buy luxury bag stocks. The result of the payback period calculation is that the return of capital will occur in the 2nd year.*

***Keywords: Boutique Nalux, Preloved Luxury Bags, STP (Segmentation, Targeting, Positioning), Marketing Mix Strategy, SWOT***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.3.1 Tujuan Tugas Akhir .....	3
1.3.2 Tujuan Rencana Bisnis .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II DESKRIPSI INDUSTRI DAN LANDASAN TEORI .....</b>	<b>5</b>
2.1 Pengertian <i>Preloved</i> .....	5
2.2 Luxury Product .....	5
2.2.1 Karakter Pasar .....	6
2.2.2 Merek Mewah .....	7
2.3 <i>Preloved Luxury Bag</i> .....	8
2.4 Media Sosial.....	8
2.4.1 Fungsi Media Sosial.....	9
2.4.2 Media Sosial dan Perdagangan Online .....	10
2.5 Deskripsi Industri.....	11
2.5.1 Posisi Pasar .....	12
2.6 Peluang Bisnis.....	12
2.7 Persaingan .....	12
<b>BAB III DESKRIPSI BISNIS DAN PRODUK.....</b>	<b>16</b>
3.1 Company Profile .....	16
3.1.1 Sejarah Nalux Butik.....	16
3.1.2 Logo Nalux Butik .....	17
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	18
3.1.4 Deskripsi Tanggung Jawab .....	19
3.2 Deskripsi Produk.....	20
3.3 Aspek Lingkup Rencana Bisnis Nalux Butik .....	20
<b>BAB IV METODOLOGI .....</b>	<b>21</b>
4.1 Rancangan Penelitian.....	21
4.2 Pengumpulan Data .....	21
4.2.1 Data Primer .....	21
4.2.2 Data Sekunder.....	21



<b>BAB V ANALISIS DATA .....</b>	<b>22</b>
5.1 Analisis Pasar .....	22
5.2 Marketing Mix Strategy .....	23
5.3 Analisis SWOT Nalux Butik .....	24
5.4 Analisis Operasional .....	25
5.4.1 Aspek-Aspek Operasional .....	25
5.4.2 Aspek-Aspek Konten Produk .....	25
5.4.3 Aspek-Aspek Sumber Daya Manusia .....	26
5.5 Analisis Legal dan Tim Manajemen .....	27
5.6 Analisis Risiko .....	28
5.7 Analisis Keuangan .....	28
<b>BAB VI PENGEMBANGAN BISNIS.....</b>	<b>32</b>
6.1 Strategi Pemasaran dan Persaingan .....	32
6.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning (STP) .....	32
6.1.2 Marketing Mix Strategy (4P) .....	33
6.2 Strategi Pengoperasian Bisnis.....	34
6.2.1 Proses Pemesanan .....	34
6.2.2 Proses Pembayaran .....	34
6.2.3 Proses Pengiriman.....	34
6.3 Strategi Menghadapi Risiko.....	35
6.4 Analisis Kelayakan Bisnis .....	36
<b>BAB VII KESIMPULAN .....</b>	<b>40</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Social Medi Use .....	2
Gambar 1.2 Top 5 Merek Tas Mewah Teratas Tahun 2021 .....	3
Gambar 2.1 Major Characteristics of Luxury Products .....	6
Gambar 2.2 Conceptual Linkages between The Main Concepts .....	8
Gambar 2.3 Media Sosial Terbanyak Digunakan pada Semester 1 2021 .....	10
Gambar 2.4 Tampilan Instagram santahype_id .....	13
Gambar 2.5 Tampilan Instagram @luxury_prelovedbyme .....	14
Gambar 2.6 Tampilan Instagram @thevintagebag .....	15
Gambar 3.1 Biodata Bisnis Nalux Butik.....	17
Gambar 3.2 Logo Nalux Butik.....	17
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	18
Gambar 5.1 Tampilan Instagram @Naluxbutik.....	26

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Analisis SWOT .....	24
Tabel 5.2 Modal Pembelian Barang.....	29
Tabel 5.3 Modal Pembelian Aset.....	29
Tabel 5.4 Biaya Variabel .....	29
Tabel 5.5 Biaya Tetap .....	29
Tabel 5.6 Modal Investasi.....	30
Tabel 5.7 Penjualan dan Penyewaan Tahun 1 .....	30
Tabel 5.8 Penjualan dan Penyewaan Tahun 2 .....	30
Tabel 5.9 Penjualan dan Penyewaan Tahun 3 .....	31
Tabel 6.1 Modal Awal Usaha .....	36
Tabel 6.2 Laba / Rugi.....	37
Tabel 6.3 Arus Kas .....	37
Tabel 6.4 Neraca selama 3 tahun .....	38