

**STUDI KELAYAKAN PEMBUKAAN USAHA FASHION
WANITA KOREAN LOOK BERBASIS TIKTOK SHOP
(ANESKA KOREAN SHOP) DI INDOESIA**

(Studi pada pengguna TikTok di Komunitas K-Pop Bekasi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh

Bagas Putra Setya Pratama

202511905

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI BEKASI

TAHUN, 2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

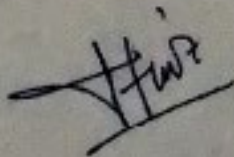
Nama : Bagas Putra Setya Pratama
NIM : 202511905
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Studi Kelayakan Pembukaan Usaha *Fashion* Wanita
Korean look Berbasis Tik Tok Shop (Aneska Korean
Shop) di Indonesia

Skripsi tersebut di atas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen

Mengetahui,

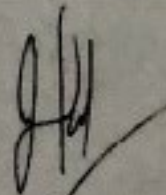
Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida, S.E., MM

NIDN : 0309027801



Irvan FC. Oentoeng, SE., MM

NIDN : 0411118204

LEMBAR PENGESAHAN

STUDI KELAYAKAN PEMBUKAAN USAHA *FASHION* WANITA *KOREAN LOOK* BERBASIS TIKTOK SHOP (ANESKA KOREAN SHOP) DI INDOESIA

Oleh :

Bagas Putra Setya
202511905

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana manajemen telah disetujui oleh tim penguji seperti dibawah ini

Bekasi, Agustus 2025

Ketua Penguji



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN : 0325107402

Anggota Penguji I



Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si

NIDN : 0328037401

Anggota Penguji II



Irvan F.C. Oentoeng, SE., MM

NIDN : 0411118204

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana manajemen di STIE tri bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing data penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendaan pat atau yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 2025

Yang membuat pernyataan



Bagas Putra Setya Pratama

NIM : 202511905

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Nama : Bagas Putra Setya Pratama
NIM : 202511905
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : S1Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Hak bebas royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV K2 Motor Bekasi” beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database). Mendistribusikann dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, Agustus 2025



Bagas Putra Setya Pratama

NIM: 202511905

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan pendirian usaha Aneska Korean Fashion, sebuah brand fashion wanita bergaya Korean look yang direncanakan beroperasi melalui platform TikTok Shop. Analisis dilakukan secara simulatif dengan mempertimbangkan lima aspek utama: pasar, teknis, sumber daya manusia (SDM), keuangan (persepsi konsumen), dan kelayakan finansial. Metode penelitian menggunakan penyebaran kuesioner daring kepada 50 responden perempuan dan laki-laki berusia 17–35 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok dan memiliki ketertarikan terhadap fashion Korea. Hasil analisis non-finansial menunjukkan rata-rata skor tinggi pada seluruh aspek: pasar (3,39), teknis (3,67), SDM (3,81), dan keuangan persepsi konsumen (3,68). Aspek pasar menegaskan adanya minat konsumen yang kuat, aspek teknis menunjukkan kemudahan operasional TikTok Shop, aspek SDM menyoroti pentingnya kreativitas konten dan adaptasi teknologi, sedangkan aspek keuangan menilai harga produk terjangkau dan promosi efisien. Analisis finansial menggunakan metode *Net Present Value* (NPV), Payback Period (PP), dan Profitability Index (PI) menghasilkan NPV positif sebesar Rp2.835.637, PP selama 5,12 bulan, dan PI sebesar 1,14. Hasil ini mengindikasikan usaha layak dijalankan secara finansial. Secara keseluruhan, rencana usaha Aneska Korean Fashion dinyatakan layak untuk direalisasikan sebagai UMKM digital berbasis TikTok Shop, dengan catatan perlunya pemantauan kinerja secara real-time, penyesuaian strategi konten, serta pemenuhan aspek legalitas usaha.

Kata kunci : Studi kelayakan usaha, fashion Korean look, TikTok Shop, UMKM digital, analisis finansial

ABSTRACT

This study assesses the feasibility of establishing Aneska Korean Fashion, a women's fashion business inspired by the Korean look, operating exclusively through TikTok Shop. The research was conducted as a realistic simulation based on market trends, digital data, and Gen Z shopping behavior in Indonesia. Feasibility was evaluated through non-financial aspects (market, technical, human resources, and consumer financial perception) and financial aspects (Net Present Value, Payback Period, and Profitability Index). Data collection involved an online questionnaire distributed to 50 purposively selected respondents—women aged 17–35 who actively use TikTok and are interested in Korean fashion. Results indicate that the market aspect scored 3.39 (high), technical aspect 3.67 (high), human resources aspect 3.81 (very high), and consumer financial perception 3.68 (high) on a 4-point scale. Financial analysis yielded a positive NPV of IDR 2,835,637, a Payback Period of 5.12 months, and a Profitability Index of 1.14, indicating economic feasibility. Overall, Aneska Korean Fashion is considered viable to operate as a digital-first micro-enterprise through TikTok Shop, supported by strong consumer interest, operational readiness, competent human resources, and promising profitability prospects..

Keywords: *Business feasibility, Korean look fashion, TikTok Shop, micro-enterprise, NPV, Payback Period, Profitability Index*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan bagi Tuhan Yang Maha Esa karena kasih dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Studi Kelayakan Pembukaan Usaha Fashion Wanita Korean Look Berbasis TikTok Shop (Aneska Korean Shop) di Indonesia”**, yang merupakan salah satu persyaratan akademik bagi peneliti untuk menyelesaikan jenjang S1 di Tri Bhakti Business School.

Penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan berupa bimbingan, petunjuk, data, saran, dan dorongan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.IKOM selaku ketua Tri Bhakti Business School.
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM. selaku ketua program studi manajemen Tri Bhakti Business School.
3. Bapak Irvan FC. Oentoeng, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan serta membimbing saya dengan sabar dalam menyusun skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Administrasi Tri Bhakti Business School
5. Keluarga terutama Istri, Bapak, Mamah dan adik tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, semangat serta do'a tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman angkatan 2020 kelas Manajemen dan Akuntansi atas kebersamaan dan semangatnya.
7. Teman-teman di kampus Tri Bhakti Business School
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik dan benar.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bermanfaat bagi penulis khususnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan penelitian	5
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian dan Fungsi Manajemen	9
2.1.2 Fungsi Manajemen dalam Usaha Fashion.....	9
2.1.3 Pengertian dan Konsep E-Commerce dalam Fashion Digital	10
2.1.4 TikTok Shop sebagai Kanal Distribusi Digital	11
2.1.5 Strategi Digital Marketing untuk UMKM Fashion	12
2.1.6 Model Bisnis Online (Business Model Canvas).....	13
2.1.7 Tren Konsumen Fashion Wanita Korean Look	14
2.1.8 Karakteristik Gaya Korean Look	15
2.1.9 Preferensi Gen Z dan Milenial dalam Fashion.....	16
2.1.10 Studi Kelayakan Bisnis.....	17
2.1.11 Teori Capital Budgeting dalam Kelayakan Finansial Usaha	19

2.1.12	Analisis SWOT	20
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Pemikiran	23
BAB III	METODE PENELITIAN	26
3.1	Desain dan Metode Penelitian	26
3.1.1	Metode Analisis Data	26
3.1.2	Tujuan Penelitian	29
3.1.3	Strategi Penelitian	30
3.1.4	Unit Analisis.....	30
3.1.5	Latar Penelitian	31
3.1.6	Waktu Penelitian.....	32
3.2	Desain Variabel.....	32
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	33
3.3	Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1	Populasi	35
3.3.2	Sampel.....	35
3.4	Sumber Data	36
3.4.1	Data Primer	36
3.4.2	Data sekunder	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6	Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian.....	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Gambaran Umum Usaha.....	39
4.1.1	Sejarah Singkat TikTok Shop	39
4.1.2	Logo Perusahaan	40
4.1.3	Visi, Misi, dan Tujuan Usaha	41
4.1.4	Struktur Organisasi.....	41
4.1.5	Produk Yang Akan Dijual	43
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	46
4.2.1	Uji Validitas.....	46
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	47
4.3	Analisis Data Non-finansial	50

4.3.1	Deskripsi Responden.....	50
4.3.2	Aspek Pasar	51
4.3.3	Aspek Teknis.....	52
4.3.4	Aspek Sumber Daya Manusia.....	55
4.3.5	Aspek Keuangan (Persepsi Konsumen)	56
4.3.6	Aspek Hukum	57
4.4	Kelayakan Finansial.....	58
4.4.1	Rincian Modal Awal.....	58
4.4.2	Rincian Perlengkapan Operasional	59
4.4.3	Rincian Harga Produk dan Stok Awal	59
4.4.4	Proyeksi Penjualan Bulanan (Bruto).....	60
4.4.5	Diskon Promo Tiktok Shop	60
4.4.6	Biaya Operasional Bulanan	61
4.4.7	Proyeksi Arus Kas dan Laba Bersih	62
4.5	Analisis Kelayakan finansial	62
4.5.1	<i>Net Present Value (NPV)</i>	62
4.5.2	<i>Payback Period (PP)</i>	63
4.5.3	<i>Profitability Indeks</i>	64
4.5.1	Analisis SWOT <i>Aneska Korean Shop</i>	64
4.5.2	Hasil Pembahasan Analisis Non-Finansial	66
4.5.3	Hasil Pembahasan Kelayakan Finansial	68
4.5.4	Hasil Pembahasan Analisis SWOT	69
BAB V PENUTUP.....		71
5.1.	Kesimpulan	71
5.2.	Saran	72
5.3.	Keterbatasan Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Desain Variabel.....	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	33
Tabel 4.1 Tugas Utama Masing-masing Struktur Organisasi.....	42
Tabel 4.2 Uji Validitas Aspek Pasar	46
Tabel 4.3 Uji Validitas Aspek Teknis	47
Tabel 4.4 Uji Validitas Aspek SDM.....	47
Tabel 4.5 Uji Validitas Aspek Keuangan	47
Tabel 4.6 Uji Realibilitas Aspek Pasar	48
Tabel 4.7 Uji Realibilitas Aspek Teknis	48
Tabel 4.8 Uji Realibilitas Aspek SDM.....	49
Tabel 4.9 Uji Realibilitas Aspek Keuangan	49
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.12 Frekuensi Penggunaan TikTok Shop	51
Tabel 4.13 Hasil Kuisisioner Aspek Pasar.....	52
Tabel 4.14 Hasil Kuisisioner Aspek Teknis.....	53
Tabel 4.15 Hasil Kuisisioner Aspek Sumber Daya Manusia	55
Tabel 4.16 Hasil Kuisisioner Aspek Keuangan (Persepsi Konsumen).....	56
Tabel 4.17 Rincian Modal Awal.....	58
Tabel 4.18 Rincian Perlengkapan Operasional.....	59
Tabel 4.19 Rincian Harga Produk dan Stok Awal.....	60
Tabel 4.20 Proyeksi Penjualan Bulanan (bruto)	60
Tabel 4.21 Diskon Promo Tiktok Shop	61
Tabel 4.22 Biaya Operasional Bulanan.....	61
Tabel 4.23 Proyeksi Arus Kas dan Laba Bersih	62
Tabel 4.24 NPV.....	63
Tabel 4.25 Analisis SWOT Aneska Korean Shop	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan E-Commerce.....	2
Gambar 1.2 Statistik Jangkauan Pengguna Iklan TikTok Global & Indonesia (Januari 2025).....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Logo Usaha Aneska Korean Fashion.....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Aneska Korean Fashion.....	42
Gambar 4.3 Produk Blouse Puff Korean Look.....	43
Gambar 4.4 Produk Rok Plisket High Waist	44
Gambar 4.5 Produk Cardigan Pastel.....	46
Gambar 4.6 Denah Layout Operasional Aneska Korean Fashion	54