

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penelitian	4
BAB II	5
LANDASAN TEORI	5
2.1 Sandang Berkelanjutan (<i>Sustainable Fashion</i>)	5
2.2 Kain Tenun Kofo	5
2.3 Tekstil Berkelanjutan (<i>Sustainable Textile</i>)	6
2.3.1 Serat Tekstil Terbarukan (<i>Renewable Textile Fibre</i>)	7
2.3.2 Linen Bambu Mekanik	8
2.4 Industri Tekstil dan Produk Tekstil (PTP) dan Industri Mode	8
2.5 Ekonomi Kreatif	9
2.6 Ekonomi Sirkuler	10
2.7 Ekonomi Hijau (<i>Green Economy</i>)	10
2.8 Kebijakan dan Regulasi Lingkungan	11

2.9 Dampak Lingkungan	11
2.10 Inovasi dan Desain Berkelanjutan	12
2.11 Desain Berwawasan Lingkungan (<i>Eco Design</i>)	13
2.12 Siklus Hidup Produk	13
2.13 Katalis Sosial	14
2.14 Wirausaha Sosial	14
2.15 Rencana Bisnis	15
BAB III	20
METODE PENELITIAN	20
3.1 Tingkat Analisis	20
3.2 Metode Pengumpulan Data dan Sumber	20
3.3 Pemilihan Narasumber dan Responden Penelitian	22
3.4 Kualitas Penelitian (Validitas dan Keandalan)	24
3.5 Metode Analisis Data	25
BAB IV	27
ANALISIS POTENSI DAN KELAYAKAN BISNIS	27
4.1 Profil Perusahaan	27
4.2 Analisis Pasar dan Kompetisi	30
4.3 Rencana Pemasaran	38
4.3.1 Segmentasi, Target dan Posisi	38
4.3.2 Bauran Pemasaran	43
1. Produk	43
2. Harga (<i>Price</i>)	52
3. Tempat (<i>Place</i>)	52
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	55
5. Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relation</i>)	57
6. Orang yang Terlibat (<i>People</i>)	57
7. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	58
8. Aksi Sosial	60
4.4 Rencana Produksi dan Operasional	61
4.5 Rencana Organisasional	67

4.6	Rencana Keuangan	71
4.6.1	Modal Investasi Awal	71
4.6.2	Biaya Operasional	73
4.6.3	Proyeksi Arus Kas	74
4.6.4	Analisis Kelayakan Bisnis Finansial	78
4.6.5	Analisis Kelayakan Bisnis Non Finansial	80
4.7	Rencana Manajemen Risiko	81
4.8	Strategi Keluar	84
BAB V	85
SIMPULAN DAN RENCANA AKSI	85
5.1	Perencanaan Kegiatan	86
5.2	Penanggung Jawab	91
5.3	Komposisi Modal	92
5.4	Tahap Pertumbuhan Perusahaan	92
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	21
Tabel 3.2 Data Narasumber Pemasok dan Desainer Mitra	22
Tabel 3.1 Klasifikasi <i>Atribute Trend Fashion</i>	23
Tabel 4.1 Proyeksi Ukuran Target Pasar Perusahaan	42
Tabel 4.2 Tabel Harga Produk	52
Tabel 4.3 Tabel Harga Produk “Produksi Limbah”	52
Tabel 4.4 Tabel Biaya Tiktok Ads	55
Tabel 4.5 Tabel Rincian Tiktok Ads	55
Tabel 4.6 Tabel Biaya Instagram Ads	56
Tabel 4.7 Tabel Rincian Instagram Ads	56
Tabel 4.8 Tabel Biaya Konten Kreator	56
Tabel 4.9 Perusahaan Mitra	59
Tabel 4.10 Rangkaian Tahap Produksi	62
Tabel 4.11 Rincian Biaya Produksi Desain 1 s/d 4 dalam Periode 1 kali 2 Bulan	62
Tabel 4.12 Rincian Harga Pokok Produksi /Produk	64
Tabel 4.13 Rincian Biaya Produksi “Produksi Limbah”	65
Tabel 4.14 Tugas dan Tanggung Jawab Organisasi	68
Tabel 4.15 Upah Pekerja	69
Tabel 4.16 Rincian Modal Awal	71
Tabel 4.17 Biaya Operasional - Toko 1	73
Tabel 4.18 Biaya Operasional - Toko 2	73
Tabel 4.19 Overhead Cost	74
Tabel 4.20 Total Biaya Operasional (Variabel)	74
Tabel 4.21 Total Biaya Operasional (Tetap)	74
Tabel 4.22 Proyeksi Arus Kas Normal	76
Tabel 4.23 Proyeksi Arus Kas Optimis	77
Tabel 4.24 Proyeksi Arus Kas Realistis	78
Tabel 4.25 Analisis Kelayakan Finansial	78



Tabel 5.1 Rencana Kegiatan	90
Tabel 5.2 Rincian Tugas dan Tanggung Jawab	91
Tabel 5.3 Komposisi Modal	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembuatan <i>Renewable Textile Fibre</i>	7
Gambar 4.1 Logo Merek	28
Gambar 4.2 Linen Bambu Polos	35
Gambar 4.3. Kelompok Penduduk Indonesia Menurut Kelas Ekonomi	40
Gambar 4.4 <i>Color Palette</i>	43
Gambar 4.5 Ragam Bentuk Tubuh Wanita	46
Gambar 4.6 Padu-Padan Produk	47
Gambar 4.7 Celana dan Rok - 1 Pakaian	47
Gambar 4.8 Atasan <i>Blouse 2 in 1</i> - 1 Pakaian 2 Gaya	48
Gambar 4.9 Produk “Produksi Limbah”	49
Gambar 4.10 <i>Packaging box</i> – Bagian Luar dan Dalam, Kertas Warp dan Kartu Ucapan	51
Gambar 4.11 <i>Totebag</i>	51
Gambar 4.12 Label Kertas dan Label Peringatan	51
Gambar 4.13 Label Kain	51
Gambar 4.14 Kabupaten/Kota dengan Nilai Konsumsi Masyarakat Terbesar..	53
Gambar 4.15 Fesha Yogyakarta	54
Gambar 4.16 Galeri Jakarta Fashion Hub	54
Gambar 4.17 Galeri SMESCO	54
Gambar 4.18 Hello Go Lucky, Bandung	54
Gambar 4.18 Bagan Tahapan Iklan/Promosi Media Sosial	56
Gambar 4.18 Lokasi Produksi Loimoda.id	59
Gambar 4.19 Barcode Nomor Produksi	60
Gambar 4.20 Skema <i>Community Reinvestment</i>	60
Gambar 4.21 Alat Tenun Bukan Mesin (ATBK)	61
Gambar 4.22 Bagan Proses Operasional Loimoda.id	66
Gambar 4.23 Susunan Organisasi Loimoda.id	67
Gambar 5.1 Tahapan Pertumbuhan Perusahaan	92

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Wawancara	101
Hasil Survei Penelitian	115