

INTISARI

Industri fesyen di Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini juga diikuti dengan kesadaran masyarakat akan fesyen yang semakin tinggi. Kesadaran masyarakat akan fesyen membuat mereka juga terus mengikuti perkembangan tren. Pada dasarnya tren fesyen selalu berubah seiring perkembangan zaman. Adapun tren gaya *vintage* adalah salah satu gaya yang tidak pernah lekang oleh waktu. Bahkan penelitian juga menyebutkan bahwa tren fesyen saat ini merupakan hasil daur ulang dari gaya *vintage* (Cassidy dan Bennett, 2012).

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merancang model bisnis fesyen UrbanVintage. UrbanVintage ingin menunjukkan bahwa setiap orang bisa tampil trendi dan kekinian dengan gaya *vintage*. Metode penelitian yang digunakan yaitu survey berupa kuesioner, wawancara dan studi literatur. Hasil yang diperoleh dari ketiga metode penelitian tersebut kemudian dianalisis dengan peta empati. Kemudian perolehan dari analisis empati dituangkan dalam kanvas model bisnis yang terdiri dari sembilan blok bangunan.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa mayoritas responden sebesar 22 (73,33%) responden tertarik terhadap pakaian *vintage* yang dikombinasikan dengan gaya urban yang terlihat lebih trendi. Adapun 8 (26,67%) responden lainnya menyatakan sangat tertarik terhadap ide bisnis ini. Berdasarkan analisis kelayakan ekonomi yang dilakukan, diperoleh NPV sebesar Rp542.884.063, IRR sebesar 59% dan *Payback Periode* sebesar 2,00. Artinya bisnis fesyen UrbanVintage ini layak untuk dilakukan.

Kata Kunci: model bisnis, fesyen, *vintage*, urban, *e-commerce*.

ABSTRACT

The fashion industry in Indonesia is currently experiencing rapid growth. This is also followed by the public awareness of the ever-increasing fashion. Public awareness of fashion makes them also keep abreast of trends. Basically, fashion trends always change with the times. The vintage style trend is known as timeless style. Even the research also mention that the current fashion trends are the result of recycling of vintage style (Cassidy and Bennett, 2012).

The purpose of this research is to design the fashion business model UrbanVintage. UrbanVintage wants to show that everyone can look trendy with a vintage style. The research method used surveys in the form of the questionnaire, interview, and literature study. The results obtained from the three research methods are analyzed by empathy map. Then the acquisition of empathy analysis is outlined in a business model canvas that consists of nine building blocks.

The results of the study showed that the majority of respondents of 22 (73.33%) are interested in vintage clothing combined with an urban style that looks more trendy. As for 8 (26.67%) respondents stated that they are very interested in this business idea. Based on the economic feasibility analysis, obtained the amount of NPV is Rp542.884.063, IRR is 59% and Payback Period is 2,00. This means that fashion business of UrbanVintage is feasible to do.

Keywords: business model, fashion, vintage, urban, e-commerce.