

MAKALAH RENCANA BISNIS (BUSINESS PLAN)

INK REBEL: STRATEGI PENGEMBANGAN BRAND STREETWEAR PREMIUM LOKAL BERBASIS DROP SYSTEM



Disusun oleh : Muhammad Azriel Septiansyah

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *fashion* lokal di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pakaian kini tidak lagi sekadar berfungsi sebagai pelindung tubuh, melainkan telah bergeser menjadi media komunikasi visual, bahasa ekspresi, dan manifesto identitas diri bagi penggunanya. Di tengah tren ini, kebudayaan jalanan (*street culture*), musik, dan seni menjadi elemen yang sangat memengaruhi gaya hidup generasi muda.

Melihat peluang tersebut, INK REBEL hadir sejak tahun 2022 sebagai sebuah brand *streetwear* premium yang lahir di Indonesia. INK REBEL dibangun di atas keyakinan bahwa setiap individu memiliki keberanian untuk tampil beda dan menolak batasan-batasan biasa. Melalui kombinasi desain grafis yang berani (*bold*), kualitas bahan premium, dan strategi pemasaran yang eksklusif, INK REBEL memposisikan diri bukan sekadar sebagai merek pakaian, melainkan sebuah gerakan dan revolusi *streetwear* tanah air.

1.2 Visi dan Misi Perusahaan

- Visi: Menjadi brand *streetwear* lokal paling *iconic* di Indonesia — pakaian sebagai manifesto identitas.
- Misi: Menghadirkan kaos berkualitas premium dengan desain *bold & original* melalui sistem *drop* terbatas.

BAB II: PROFIL PRODUK DAN OPERASIONAL

2.1 Karakteristik dan Lini Produk

INK REBEL berfokus pada produksi kaos *oversize* dan *graphic tee* menggunakan material premium Katun Combed 30S dan 24S. Kualitas visual dan daya tahan produk ditunjang oleh

penggunaan teknik sablon *Direct-to-Film* (DTF) serta *waterbase* yang tahan lama, disertai dengan proses *Quality Control* (QC) yang ketat.

Berikut adalah portofolio lini produk dari INK REBEL:

- Rebel Core Tee (Best Seller): Kaos berpotongan *Oversize Fit*, berbahan Combed 30S, bersifat *unisex*, dengan harga jual Rp 185.000.
- Ink Manifesto (New): Kaos berpotongan *Regular Fit*, berbahan Combed 30S, bersifat *unisex*, dengan harga jual Rp 165.000.
- Void Oversized (New): Kaos berpotongan *Oversize XL*, berbahan Combed 30S, bersifat *unisex*, dengan harga jual Rp 195.000.
- Dead Line Drop (Limited Edition): Kaos berpotongan *Oversize*, menggunakan bahan Combed 24S, diproduksi sangat terbatas hanya 100 pcs, dengan harga jual Rp 210.000.

2.2 Rencana Operasional dan Siklus Produksi

Operasional bisnis INK REBEL dijalankan menggunakan siklus terstruktur berbasis *Drop System* (rilis terbatas berkala setiap bulan) untuk menjaga produk tetap segar (*fresh*) dan eksklusif. Rencana operasional berkala diatur sebagai berikut:

- Bulan 1-2 (Ideasi & Desain): Tim desainer melakukan riset tren streetwear, membuat konsep, serta melewati proses revisi & persetujuan (*approval*).
- Bulan 2-3 (Produksi): Proses produksi bekerja sama dengan vendor katun premium dengan pengawasan QC yang ketat, menggunakan sablon DTF & *waterbase*.
- Bulan 3 (Pre-Order & Hype): Melakukan pemasaran awal melalui *teaser* di media sosial, perhitungan mundur (*countdown drop*), dan memberikan akses *early bird* untuk anggota *Rebel List*.
- Bulan 4 (Launch Drop): Rilis produk secara serentak di semua *marketplace* dan situs web resmi dengan pembaruan stok secara *real-time*.
- Ongoing (After Sales): Menindaklanjuti ulasan konsumen (*follow-up review*), memberikan garansi sablon, serta menjalankan program loyalitas untuk pembelian berulang (*repeat order*).

BAB III: ANALISIS PASAR DAN STRATEGI PEMASARAN

3.1 Target dan Segmentasi Pasar

INK REBEL menetapkan target demografi yang spesifik demi efektivitas penetrasi pasar:

- Usia: 17 – 30 Tahun.
- Gender: *Unisex* (Laki-laki & Perempuan).
- Lokasi: Seluruh Indonesia.
- Gaya Hidup: Melekat dengan *Street Culture*, Musik, dan Seni.
- Platform Utama: Instagram, TikTok, Shopee.

Adapun porsi minat pasar terhadap segmen varian produk INK REBEL terbagi menjadi:

- Oversize Tee (40%)
- Graphic Tee (32%)
- All Black Series (18%)
- Limited Edition (10%)

3.2 Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)

Strategi pemasaran INK REBEL mengintegrasikan tiga pilar utama:

- Social Media: Optimalisasi Instagram (@inkrebel.id) dan TikTok untuk konten viral, pembuatan *lookbook & unboxing* melalui Reels, serta membagikan cerita di balik layar (*story behind-the-scene*).
- Marketplace: Membuka toko resmi di Tokopedia (Official Store), Shopee (Star Seller), dan TikTok Shop, ditunjang fitur COD & Gratis Ongkir untuk pembelian di atas 100K.
- Kolaborasi: Membangun kemitraan strategis dengan brand lokal, musisi, *content creator streetwear*, pesanan kustom komunitas, serta strategi *endorse* ke *micro-influencer*.

BAB IV: ANALISIS SWOT

Untuk mengukur kapabilitas internal dan tantangan eksternal, berikut adalah matriks analisis SWOT dari INK REBEL:

Strengths (Kekuatan):

- Desain produk original & bold.
- Menggunakan bahan katun premium.
- Penerapan drop system terbukti efektif memicu efek FOMO konsumen.
- Fondasi citra merek (branding) yang kuat & konsisten.

Weaknesses (Kelemahan):

- Tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) yang saat ini masih berskala lokal.
- Sistem manajemen produksi yang terbatas per-kelompok (*batch*).
- Ketergantungan yang tinggi terhadap kinerja vendor pihak ketiga.
- Kebutuhan modal produksi yang cukup besar di setiap siklus rilis (*per-drop*).

Opportunities (Peluang):

- Pertumbuhan pasar industri fashion lokal yang melaju sangat pesat.
- Optimalisasi TikTok Shop sebagai saluran penjualan baru yang potensial.
- Terbukanya peluang kolaborasi dengan artis atau musisi nasional.
- Peluang melakukan ekspansi pasar hingga ke luar negeri.

Threats (Ancaman):

- Meningkatnya jumlah kompetitor di ranah industri streetwear.
- Siklus perubahan tren busana (fashion) yang berputar sangat cepat.
- Adanya risiko tindakan plagiarisme atau penjiplakan desain.
- Fluktuasi dan kenaikan harga bahan baku tekstil di pasaran.

BAB V: PROYEKSI KEUANGAN

Berdasarkan modal rekam jejak operasional yang berhasil mengumpulkan lebih dari 5.000 pelanggan puas dan mempertahankan rating toko 4.9★, proyeksi finansial disusun secara terukur:

- Target Volume Produksi: 500 pcs / bulan.
- Rata-rata Nilai Transaksi (*Avg. Order Value*): Rp 190.000.
- Margin Laba Kotor (*Gross Margin*): Estimasi ~55%.
- Target Pendapatan Tahun 2025 (*Target Revenue*): Rp 350.000.000.

BAB VI: KESIMPULAN

INK REBEL telah membuktikan eksistensinya sejak tahun 2022 sebagai brand streetwear premium lokal yang memiliki karakter kuat. Melalui pendekatan bisnis yang fokus pada kekuatan desain original, kualitas produk, manajemen operasional berbasis drop system, serta kekuatan komunitas, brand ini memiliki fondasi kokoh untuk bersaing di pasar nasional. Target pendapatan sebesar Rp 350 Juta di tahun 2025 sangat realistis untuk dicapai dengan konsistensi eksekusi strategi pemasaran digital dan pengelolaan risiko rantai pasok secara bijak.

