

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun rencana bisnis (*business plan*) bagi usaha LECCE, sebuah brand kerajinan kulit yang memproduksi tas dan dompet berbahan kulit berkualitas tinggi dengan fokus pada industri fashion. Latar belakang penelitian didasari oleh potensi besar industri fashion berbahan kulit di Indonesia yang didukung oleh ketersediaan bahan baku melimpah dan keterampilan pengrajin lokal, namun di sisi lain menghadapi tantangan seperti persaingan produk impor, perubahan tren yang cepat, dan pemanfaatan digital marketing yang belum optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui observasi langsung, dan studi pustaka, untuk menganalisis berbagai aspek penting, yaitu pasar, pemasaran, sumber daya manusia, operasional, manajemen, keuangan, hukum, serta teknis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa LECCE memiliki kekuatan pada kualitas produk, desain yang menarik, dan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing. Peluang terbesar berasal dari pertumbuhan pasar online dan tren kustomisasi produk, sementara kelemahan terletak pada keterbatasan kapasitas produksi dan kemampuan pemasaran digital. Dari sisi keuangan, proyeksi menunjukkan potensi keuntungan yang layak dengan indikator kelayakan investasi yang positif, termasuk nilai NPV dan IRR yang memenuhi standar, serta Payback Period yang relatif singkat. Strategi yang diusulkan meliputi penguatan branding melalui kolaborasi dengan influencer, optimalisasi pemasaran digital, peningkatan kapasitas produksi, serta inovasi desain untuk menyesuaikan tren pasar.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan bisnis LECCE agar mampu bersaing secara berkelanjutan di pasar lokal maupun internasional, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan industri kreatif berbahan kulit di Indonesia.

Kata kunci: Rencana Bisnis, Kerajinan Kulit, Fashion, Pemasaran Digital, LECCE