

PROYEK AKHIR

PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL LEAN CANVAS* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA *BRAND JOCHAE* MODE

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan



POLITEKNIK TEMPO

Disusun oleh

Oza Yuniar Hernanto

221210004

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-15
PENGESAHAN TUGAS AKHIR		

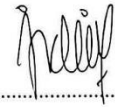
Judul Tugas Akhir : Perancangan dan Implementasi *Business Model Lean Canvas* Untuk Membangun *Brand Awareness* Pada *Brand Jochae Mode*

Nama : Oza Yuniar Hernanto

NIM : 221210004

Tugas Akhir ini telah dinyatakan lulus dalam sidang Tugas Akhir pada 12 Juni 2026 dihadapan penguji dan telah di revisi sesuai catatan Tim Penguji. Karena itu, penulis berhak memperoleh gelar Sarjana Terapan D4 S.Tr.M di bidang Manajemen

Jakarta, 26 Juni 2026

	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Program Studi <u>Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.</u> NIDN. 0320058005	19/ 2026 ..6/.....	
Penguji I <u>Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.</u> NIDN. 0312029401	18/ 2026 ..6/.....	
Penguji II <u>Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A</u> NIDN. 0304028306	18/ 2026 ..6/.....	
Pembimbing I <u>Harry Jundrio, S.E., M.M.</u> NIDN. 0330068302	19/06/2026	
Pembimbing II <u>Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.</u> NIDN. 0320058005	18/ 2026 ..6/.....	

Mengetahui,
Direktur Politeknik Tempo


Shalfi Andri, S.P., M.M
 NIDN. 0328087202

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

“PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL LEAN* *CANVAS* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA *BRAND* *JOCHAE MODE*”

Disusun oleh :

Oza Yuniar Hernanto

221210004

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

Jakarta, 26 Mei 2026

Pembimbing I

Pembimbing II


05/06/2026
Harry Jundrio, S.E., M.M.
NIDN: 0330068302


Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN: 0320058005

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional


Ardiansyah, S. Kom., M.M.
NIDN: 0320058005

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Oza Yuniar Hernanto

Tempat/Tanggal lahir : Mojokerto, 6 Juni 2002

NIM : 221210004

Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL LEAN CANVAS* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA *BRAND JOCHAE MODE*

Dosen Pembimbing : 1. Harry Jundrio, S.E., M.M.
2. Dr. Ardiasyah, S.Kom., M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 3 Juni 2026

Mahasiswa Ybs,



Oza Yuniar Hernanto

221210004

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210

☎ 021-5360409 ✉ admin@politekniktempo.ac.id

🌐 www.politekniktempo.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Politeknik Tempo, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oza Yuniar Hernanto

NIM : 221210004

Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2022

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan Politeknik Tempo, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Tugas Akhir ☐ Laporan Penelitian ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL LEAN***

***CANVAS* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA**

BRAND JOCHAE MODE

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan Politeknik Tempo berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Politeknik Tempo, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juni 2026

Penulis

METERAI
TEMPO
D-AD7AOX022650426
Oza Yuniar Hernanto

ABSTRAK

Perancangan dan Implementasi *Business Model Lean Canvas* Untuk Membangun *Brand Awareness* Pada *Brand Jochae Mode*

Brand Jochae Mode merupakan *brand fashion* lokal yang didirikan pada tahun 2025 dan saat ini masih berada pada tahap awal pengembangan. Sebagai *brand* yang baru dibentuk, Jochae Mode memerlukan perencanaan bisnis yang terstruktur serta strategi yang efektif untuk membangun *brand awareness*. Proyek tugas akhir ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan *business model Lean Canvas* guna mendukung pengembangan bisnis dan meningkatkan *brand awareness* Jochae Mode. Metode yang digunakan adalah *model Lean Canvas* yang terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu *Problem, Solution, Key Metrics, Unique Value Proposition, Unfair Advantage, Channels, Customer Segments, Cost Structure, dan Revenue Streams*. Implementasi dilakukan melalui pengembangan produk, pembangunan identitas merek, serta pemanfaatan media sosial dan *platform* digital sebagai saluran pemasaran. Hasil proyek menunjukkan bahwa *Lean Canvas* membantu Jochae Mode menyusun model bisnis yang lebih terarah dan meningkatkan *brand awareness* berdasarkan indikator *brand recall, brand recognition, dan unaware of brand*.

Kata Kunci: *Business Model Lean Canvas, brand awareness, fashion, media sosial.*

Design and Implementation Of Lean Canvas Business Model To Build Brand Awareness For Jochae Mode Brand

Jochae Mode is a local fashion brand established in 2025 and currently in the early stage of development. As a newly established brand, Jochae Mode requires a structured business plan and an effective strategy to build brand awareness. This final project aims to design and implement the Lean Canvas business model to support business development and increase Jochae Mode's brand awareness. The method used is the Lean Canvas model, which consists of nine key elements: Problem, Solution, Key Metrics, Unique Value Proposition, Unfair Advantage, Channels, Customer Segments, Cost Structure, and Revenue Streams. The implementation was carried out through product development, brand identity establishment, and the utilization of social media and digital platforms as marketing channels. The results show that Lean Canvas helped Jochae Mode develop a more structured business model and improve brand awareness based on brand recall, brand recognition, and brand unawareness indicators.

Keywords: *Lean Canvas Business Model, brand awareness, fashion, social media.*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang hingga saat ini memberikan kehidupan dengan rezeki berupa nikmat iman, kesehatan, dan umur Panjang, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan dan Implementasi *Business Model Lean Canvas* Untuk Membangun *Brand Awareness* Pada *Brand Jochae Mode*”. Tugas akhir ini dilakukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Tempo.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini kepada:

1. Shalfi Andri, S.P., M.M. selaku Direktur Politeknik Tempo.
2. Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Pemasaran Internasional.
3. Harry Jundrio, S.E., M.M. dan Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, kritik, dan saran yang membangun selama proses penyusunan Tugas Akhir.
4. Seluruh dosen Politeknik Tempo yang telah memberikan ilmu pengetahuan, motivasi, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua, bapak Gatot Irianto dan ibu Yayuk Hernawati, juga kakak dan adik saya yaitu Rizaldy dan Ivel yang senantiasa memberikan do’a, dukungan moral maupun material, motivasi, serta semangat kepada penulis.
6. Sahabat sekaligus pasangan terbaik saya selamanya yaitu Chiko Ar’raafi yang telah setia menemani dan membantu saya untuk menyelesaikan masa perkuliahan hingga Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman terbaik saya yaitu Nisa, Tesselonika, Anggita, Arif, Mutia, Richard, Banu, Aviv, dan Bunga yang telah memberikan semangat juga menjadi tempat berbagi cerita dan pengalaman untuk saya.
8. Rekan-rekan MPI 2022 dan seluruh teman-teman Angkatan 2022 atas kebersamaan dalam menyelesaikan masa perkuliahan dan Tugas Akhirnya.
9. Seluruh civitas academica Politeknik Tempo.

10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian proyek Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna serta keterbatasan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Penulis berharap karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 2 Juni 2026

Penulis



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Oza Yuniar Hernanto', written in a cursive style.

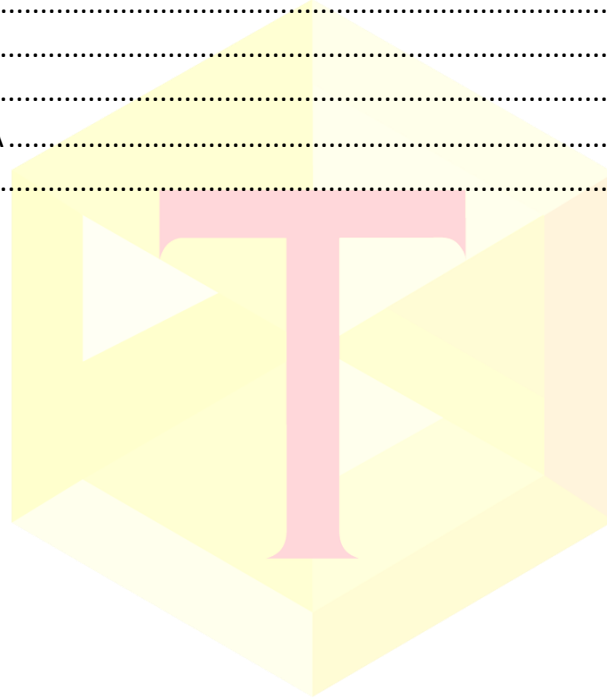
Oza Yuniar Hernanto

POLITEKNIK TEMPO

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Pembatasan Masalah.....	11
E. Tujuan Proyek.....	12
F. Manfaat Proyek	12
BAB II	14
KAJIAN TEORI.....	14
A. LANDASAN TEORI.....	14
B. Pertanyaan Kajian.....	19
BAB III	23
METODE KAJIAN	23
A. Profil Jochae Mode	23
B. Lokasi Usaha.....	24
C. Produk Jochae Mode.....	27
D. Status Usaha	28
E. <i>Timeline</i> Proyek.....	29
F. Analisis SWOT	30
G. Aspek Sumber Daya Manusia	31
I. Aspek Operasional.....	34
J. Aspek Pemasaran.....	37
L. Aspek Keuangan	41
M. Populasi dan Sampel	45
BAB IV	47

HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil	47
B. Pembahasan	48
BAB V	97
PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Implikasi	99
C. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	111



POLITEKNIK TEMPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Pentingnya <i>Fashion</i> Berdasarkan Gender.....	1
Gambar 1. 2 Data Jenis Produk <i>Fashion</i> Yang Banyak Disukai.....	2
Gambar 1. 3 Data Penggunaan <i>Platform</i> Media Sosial.....	6
Gambar 1. 4 Data Pembelian <i>Fashion</i> Pada <i>Marketplace</i>	7
Gambar 1. 5 <i>Platform E-Commerce</i> Yang Paling Banyak Digunakan	7
Gambar 1. 6 Aktivitas Belanja <i>Online</i> di Indonesia	8
Gambar 2. 1 <i>Business Model Lean Canvas</i>	15
Gambar 3. 1 Logo Jochae Mode.....	23
Gambar 3. 2 Lokasi Promosi <i>Online</i> Melalui Instagram Jochae Mode.....	24
Gambar 3. 3 Lokasi Promosi <i>Online</i> Melalui TikTok Jochae Mode	25
Gambar 3. 4 Lokasi Penjualan <i>Online</i> Jochae Mode	25
Gambar 3. 5 <i>Website</i> Resmi Jochae Mode.....	26
Gambar 3. 6 Rancangan Desain <i>Button Up Shirt</i>	27
Gambar 3. 7 Rancangan Desain <i>Casual Dress</i>	28
Gambar 3. 8 Struktur Organisasi Jochae Mode	32
Gambar 3. 9 Aspek Operasional.....	34
Gambar 4. 1 Hasil Perancangan <i>Business Model Lean Canvas</i>	48
Gambar 4. 2 Desain Visual <i>Girls Must Comfy</i> Jochae Mode	53
Gambar 4. 3 Desain Produk Jochae Mode	54
Gambar 4. 4 <i>Packaging custom</i> yang akan di gunakan Jochae Mode	63
Gambar 4. 5 Media Promosi Melalui Instagram Jochae Mode.....	64
Gambar 4. 6 Media Promosi Melalui Tiktok Jochae Mode	65
Gambar 4. 7 Media Promosi Melalui <i>Website</i> Jochae Mode.....	65
Gambar 4. 8 Media Promosi Melalui <i>Website</i> Jochae Mode.....	65
Gambar 4. 9 Media Promosi Melalui Shopee Jochae Mode.....	66
Gambar 4. 10 Promosi Melalui <i>Chat</i> Whatsapp Ke Orang Terdekat	67
Gambar 4. 11 Vendor Kain dan Hasil Pembelian Kain	68
Gambar 4. 12 Vendor <i>Packaging</i> dan Hasil <i>Packaging</i> Untuk Jochae Mode	68
Gambar 4. 13 Vendor Konveksi dan Hasil Jahitan.....	69
Gambar 4. 14 Vendor Label dan Hasil Label Untuk Jochae Mode	69
Gambar 4. 15 Jumlah <i>Followers</i> Instagram Jochae Mode	70
Gambar 4. 16 Jumlah <i>Followers</i> TikTok Jochae Mode	71

Gambar 4. 17 Jumlah Kunjungan Pada <i>Platform</i> Shopee	72
Gambar 4. 18 Desain Konten Pada TikTok Jochae Mode.....	74
Gambar 4. 19 Desain Konten Pada Instagram Jochae Mode.....	75
Gambar 4. 20 Kode Warna Visual Jochae Mode	76
Gambar 4. 21 Desain Konten Jochae Mode	77
Gambar 4. 22 Produk <i>Button Up Shirt</i> Jochae Mode	81
Gambar 4. 23 Produk <i>Dress</i> Jochae mode	82
Gambar 4. 24 Instagram Jochae mode	85
Gambar 4. 25 QR Code Instagram Jochae Mode	86
Gambar 4. 26 TikTok Jochae Mode.....	86
Gambar 4. 27 QR Code TikTok Jochae Mode	88
Gambar 4. 28 <i>Website</i> Jochae Mode	88
Gambar 4. 29 QR Code <i>Website</i> Jochae Mode	89
Gambar 4. 30 <i>E-Commerce</i> Shopee Jochae Mode	89
Gambar 4. 31 QR Code <i>E-commerce</i> Jochae Mode.....	90

POLITEKNIK
TEMPO

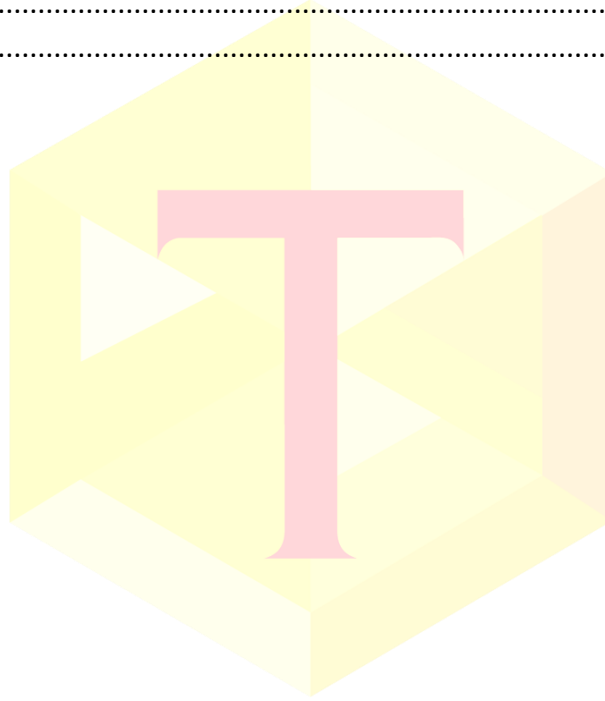
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Survei Brand Awareness Pada Jochae Mode	4
Tabel 1. 2 Data Kompetitor UMKM Fashion Lokal	9
Tabel 3. 1 Timeline Proyek Tugas Akhir Tahun 2025	30
Tabel 3. 2 Timeline Proyek Tugas Akhir Tahun 2026	30
Tabel 3. 3 Deskripsi Jobdesk Pada Setiap Posisi di Jochae Mode	33
Tabel 3. 4 Asumsi Dasar	42
Tabel 3. 5 Neraca.....	42
Tabel 3. 6 HPP.....	44
Tabel 4. 1 Cost Structure CAPEX Pada Jochae Mode	58
Tabel 4. 2 Cost Structure OPEX Pada Jochae Mode	58
Tabel 4. 3 Revenue Streams Pada Jochae Mode	59
Tabel 4. 4 Pencarian Vendor Untuk Jochae Mode	61
Tabel 4. 5 Komunikasi Visual Pada Media Digital Jochae Mode	78
Tabel 4. 6 Hasil Realisasi desain Jochae Mode.....	84
Tabel 4. 7 Cost Structure CAPEX Pada Jochae Mode	91
Tabel 4. 8 Cost Structure OPEX Pada Jochae Mode	92
Tabel 4. 9 Revenue Streams Pada Jochae Mode	94
Tabel 4. 10 Hasil Survei <i>Brand Awareness</i> Setelah Implementasi <i>Lean Canvas</i> Pada Jochae Mode	95

POLITEKNIK
TEMPO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	111
Lampiran 2	113
Lampiran 3	115
Lampiran 4	116
Lampiran 5	117
Lampiran 6	119



POLITEKNIK TEMPO