

RINGKASAN EKSEKUTIF

L'OUV adalah merek lokal yang menjual pakaian wanita dengan desain yang unik dan obi sebagai nilai tambah yang mampu menunjang aktivitas sosial konsumen baik dalam aktivitas sehari-hari maupun dalam aktivitas yang lebih formal. Pada koleksi pertama, L'OUV mengeluarkan tiga desain pakaian dan dua obi yang terdiri dari *Kaira top*, *Faye top*, *Lynne dress*, *Obi belt*, dan *Obi skirt*. Pemilihan warna yang ditawarkan oleh L'OUV merupakan warna netral, yaitu 'earth tone'.

Target pasar yang disasar oleh L'OUV adalah wanita dengan rentang usia 20-29 tahun, berdomisili di wilayah Jakarta dan Tangerang, serta termasuk golongan menengah dan menengah ke atas. L'OUV mendistribusikan produk melalui media *online* yaitu *website*, *Line@*, *WhatsApp*, dan Instagram sebagai media untuk memasarkan produk.

Pada tahun pertama, fokus utama kegiatan bisnis adalah untuk melakukan penetrasi pasar dengan cara meningkatkan kesadaran merek. Hingga saat ini, L'OUV sudah bekerjasama dengan 10 *influencer* di bidang fesyen, dimana satu diantaranya berkolaborasi dengan satu stasiun TV, yaitu NET TV dalam program selebriti update. L'OUV juga berpartisipasi membantu para tenaga medis pada masa Covid-19 dan membagikan masker untuk konsumen L'OUV. Dari sisi distribusi, L'OUV telah bekerjasama dengan salah satu fesyen e-commerce yaitu The Shonet dengan cara melakukan konsinyasi produk L'OUV.

Kegiatan bisnis L'OUV, diproyeksikan akan mencapai titik *breakeven point* setelah menjual 249 unit produk. L'OUV sudah berhasil menjual 40 unit produk dari kegiatan operasional yang telah berlangsung selama 3 bulan dari 13 April 2020 hingga 13 Juli 2020. Dalam pengembangan sumber daya manusia, anggota L'OUV mengikuti beberapa seminar *online* untuk mendapatkan masukan dan pelajaran mengenai bagaimana suatu usaha dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 dari merek lokal fesyen yang sudah besar dan berpengalaman.

Kata Kunci	:	Pakaian wanita, <i>versatile</i> , desain tidak pasaran, obi, aktivitas sosial
Bidang Usaha	:	<i>Fashion</i>

EXECUTIVE SUMMARY

L'OUV is a local brand that sells women's clothing with unique designs and OBI as a unique selling point that supports consumer's social activities both for daily and formal activities. On our first collection, we released three clothes designs and two obi. Those collections consist of Kaira top, Faye top, Lynne dress, Obi belt, and Obi skirt. The color choices offered by L'OUV are neutral colors such as 'earth tone'.

L'OUV targets women who are 20-29 years old, domicile in the Jakarta and Tangerang areas who are in the socioeconomic status in the middle and upper classes. L'OUV distribution channels through online media such as website, Line@, WhatsApp, ecommerce and Instagram is used as a platform for our marketing purposes.

In the first year, the focus of our business activities is to penetrate the market by increasing brand awareness. Up to this paper was made, L'OUV has collaborated with 10 influencers who are active in the fashion industry. One of them includes a collaboration with one TV station, namely NET TV on the 'Selebriti Update' program. In addition, L'OUV also participates in helping medical workers during the Covid-19 and distributing masks to L'OUV consumers. In terms of distribution, L'OUV has collaborated or consigned with one fashion commerce TheShonet.com.

L'OUV business activities are projected to reach breakeven point after selling 249 units. After three months of running the business from 13 April 2020 until 13 July 2020, L'OUV has successfully sold 40 units. As to human resources, L'OUV members take part in several online seminars to gain insights and lessons on how businesses can survive in the midst of a Covid-19 pandemi from the large and experienced local fashion brand.

Keywords	:	Women's clothing, <i>versatile</i> , unique design, obi, social activities
Field of Business	:	<i>Fashion</i>