

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan utama dalam kehidupan manusia. Dalam hirarki kebutuhan manusia, pakaian termasuk dalam kebutuhan fisiologis dan kebutuhan psikologis yang merupakan kebutuhan dasar. Hal ini terbukti dari pengeluaran perkapita di Indonesia mengalami tren positif tiap tahunnya. Selain itu, produk pakaian jadi dalam negeri yang memiliki nilai seni dan ciri khas yaitu batik sangat diminati konsumen, dimana konsumen batik dalam negeri pada tahun 2010 mencapai 72,86 juta orang.

Kadiva merupakan sebuah bisnis yang bergerak di industri fesyen. Kami menawarkan pakaian bisnis kasual dengan kombinasi motif batik, yang dapat digunakan di berbagai situasi, mudah dipadu padankan dan bahan yang nyaman di kulit. Produk Kadiva menggunakan berbagai kain batik nusantara dan Kadiva mengangkat arti dari setiap motif batik yang digunakan sebagai suatu bentuk edukasi kepada konsumen.

Target pasar kami adalah wanita generasi *millennials* yang berusia 19 sampai 30 tahun, berprofesi sebagai mahasiswi maupun profesional dengan pengeluaran sebesar Rp1.800.000 hingga lebih dari Rp3.000.000,00 (SES A dan B). Sebagai seorang yang tinggal dan beraktivitas di daerah perkotaan dan memiliki aktivitas yang cukup padat, mereka tentunya membutuhkan pakaian yang rapi dan sopan untuk sehari-hari.

Meskipun persaingan industri pakaian jadi merupakan persaingan monopolistik yang cukup ketat, Kadiva memiliki diferensiasi yaitu memadukan kain batik dengan konsep pakaian *business casual* sehingga pakaian Kadiva dapat digunakan di berbagai situasi dan aktivitas, cukup rapi dikenakan saat bekerja, namun tetap cocok dikenakan pada saat bepergian.

Kata Kunci	:	Pakaian Wanita, Pakaian kerja, bisnis kasual, batik, pakaian kasual
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

Clothing is one of the human primary needs. In the hierarchy of human needs, clothing is both physiological and psychological needs that is considered as basic needs. This is proven by the annual per capita expenditure of clothing in Indonesia is growing in positive trend. In addition, domestic apparel product that has artistic value and special features, that is batik, is very attractive to consumer, that domestic batik consumer in 2010 reaches 72,86 million people.

Kadiva is a business that runs in the fashion industry. We provide various business casual clothing with combination of batik that is suitable in every occasion and situation, easy to mix and match, and using comfortable material. Every Kadiva product uses various kinds of batik pattern from across Indonesia's archipelago. We try to promote the value of every kind of batik pattern that we use as a way to educate the consumer.

Our target market is millennials generation women, ages 19 to 30, which work as student or professional with monthly living expenditure about Rp 1.800.000 up to more than Rp 3.000.000 (SES A and B). As a people that lives and do activities in urban areas, they need decent and proper clothing in their daily activities.

In spite of heavy monopolistic competitive in the fashion industry, Kadiva uses batik fabric combined with business casual attire to differentiate with other brand to provide best use attire that suits their every occasion, proper enough to wear at work, but also in other daily activities.

Keywords	:	Women's wear, Work wear, Business Casual, Batik, Casual wear
Field of Business	:	Fashion