

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Jumlah penjualan produk industri *fashion* di Indonesia pada kategori *bags & luggage* terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020, angka penjualan kategori ini diperkirakan bertambah 3.8% dari tahun sebelumnya. Industri *fashion* turut menjadi penyumbang PDB Indonesia terbesar ke-2 pada sektor industri kreatif dengan total 18.15%. Hal ini didukung oleh pertumbuhan masyarakat kelas menengah dan penetrasi teknologi yang tinggi sehingga menjadikan *fashion* sebagai pembentuk gaya hidup masyarakat Indonesia. Dalam memilih produk *fashion*, mayoritas konsumen menilai produk dari sisi desain, kualitas, dan kecocokan produk dengan gaya berpakaian mereka. Dengan melihat peluang perkembangan kategori *bags & luggage* serta kemampuan dan pengalaman anggota kelompok, maka kelompok memutuskan untuk membuat produk tas dan aksesoris khusus wanita bermerek “Kimple”.

Kimple merupakan sebuah *brand* kategori tas dan aksesoris untuk wanita yang mengedepankan desain kontemporer dengan *playful hint* sebagai pembeda. Target konsumen Kimple adalah wanita berumur 18-25 tahun dengan gaya berpakaian *sophisticated* yang sering beraktivitas di luar saat berakhir pekan. Produk Kimple menggunakan bahan utama kulit sintetis berkualitas. Dalam menentukan fitur produk dan desain, Kimple selalu mengutamakan observasi tren terkini.

Berdasarkan analisis, Kimple memprediksi adanya target konsumen sejumlah 182.745 orang dengan potensi pembelian sebanyak 17.121 unit. Untuk menjangkau pasar, Kimple selalu berusaha mengedepankan kualitas produk dan layanan, terutama penyuguhan desain yang trendi dengan tambahan *playful hint*.

Kata Kunci	:	Tas wanita, desain, kulit sintetis, trendi, <i>playful hint</i>
Bidang Usaha	:	<i>Fashion</i>

## EXECUTIVE SUMMARY

Indonesia's sales transaction for the bags and luggage category keeps developing each year. In 2020, the number is predicted to rise 3.8%. The growth has made fashion as the 2nd highest contributor (for creative industry) to Indonesia's gross domestic product with a total of 18.15%. One of the reasons for this condition is the development of middle-class citizens whose numbers keep increasing and technological penetration that developed around them. These two reasons resulted in fashion as a lifestyle shaper. BEKRAF stated how the increasing demand of fashion products isn't only used to fulfill daily needs, but as a representation of identity. In determining which product to buy, the majority will decide based on design, quality and how one design fits their style. Upon seeing the opportunity in Indonesia's bags & luggage category through the increasing demand and our group's members' skill and experience, we decided to create bags & accessories for women with Kimple as its brand.

Kimple is a brand which sells bags & accessories specialized for women which offer a contemporary design product with playful hints as its unique selling point. Kimple's main customer is targeted to women aged 18-25 years old with sophisticated style and who occasionally spend their weekend outside. Kimple produces its product by using synthetic leather with high grade quality available around the market. In deciding a product's features and design, trend observation is always an essential part of research.

Based on analysis, Kimple predicted a total of 182.745 potential target customers with 17.121 units product demand. To reach full potential of the market, Kimple will always try to put product and customer service quality, especially a trendy design with playful hints.

Keywords	:	Women's bag, design, synthetic leather, trendy, playful hint
Business	:	Fashion