

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perkembangan fesyen di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini didukung oleh kontribusi bidang fesyen terhadap total perekonomian sebanyak 18,15 persen. Fesyen sendiri tidak hanya berbicara tentang pakaian, namun juga aksesoris. Saat ini, pria juga turut ikut sebagai konsumen di bidang fesyen, dimana saat ini pria mulai memperhatikan penampilan dan style (Kompas, 2012).

Gentlehomme merupakan suatu bisnis yang bergerak dalam bidang kreatif fesyen pria, yang berfokus pada aksesoris, khususnya dasi berbahan dasar akrilik dan kayu. Gentlehomme berambisi untuk menjadi suatu perusahaan yang menyediakan kebutuhan barang-barang pria, dengan identitas unik yang dibawa oleh merek dan nilai praktis yang ada di setiap produk Gentlehomme. Dimulai dengan dasi futuristik dengan desain yang unik, Gentlehomme berusaha untuk menggabungkan nilai etnis dan budaya Indonesia, yaitu Batik menjadi salah satu identitas produk Gentlehomme. Dengan menggabungkan nilai-nilai kebudayaan Indonesia dengan *experience* seorang pria sejati, Gentlehomme terus mengembangkan produk industri aksesoris pria masa kini, dengan desain yang elegan, namun tetap praktis dan menawarkan fungsi yang berbeda dengan perusahaan lainnya.

Berbasis data riset yang telah didapatkan oleh kelompok, terdapat total potensi pasar sebesar 92.211 orang sesuai dengan karakteristik target pasar yang ditentukan oleh kelompok. Gentlehomme terus memegang nilai profesionalitas perusahaan yang diterapkan dalam proses bisnis guna mencapai target akhir perusahaan yang menguntungkan bagi pemangku kepentingan.

Kata Kunci	:	Gentlehomme, dasi pria, futuristik, unik, praktis
Bidang Usaha	:	Fesyen Kriya

EXECUTIVE SUMMARY

Fashion industry in Indonesia continues to rise every year. This statement is supported by the growth of total 18,15 percent in fashion industry sector. Not only clothing, fashion industry itself also talk about accessories. Nowadays, men also participate as consumers in the fashion sector, while men are starting to pay attention to their appearance and style (Kompas, 2012).

Gentlehomme is an Indonesian men fashion creative business, that focusing on men's essential. Gentlehomme's ambition is to be a brand that provide men's stuff, with unique brand identity and practical value in every product. Started from a futuristic and unique tie design, Gentlehomme keep developing other products and integrating Indonesian's heritage, Batik to be one of the product's identity. Combining the heritage values and the gentleman's experience, Gentlehomme keep on innovating on the men's essentials of today, with the elegant design yet practical and offering unique function apart from other brands.

Based on research by group, there are a total market potential of 159,574 people according to the characteristics of the target market that determined by the group. Gentlehomme continues to hold the value of the company's professionalism that is applied in business processes in order to achieve the company's final targets that are beneficial to stakeholders.

Keywords	:	Gentlehomme, men's tie, futuristic, unique, practical
Field of Business	:	Fashion Craft