

RINGKASAN EKSEKUTIF

Speace merupakan sebuah merek yang menyediakan berbagai produk *travel packing solution* dengan tujuan membantu pengguna agar dapat melakukan *packing* secara rapi dan teratur. Pada tahap awal, Speace menawarkan produk *packing cube* dengan inovasi berupa fitur *compression zipper* untuk mengurangi volume pakaian di dalamnya. Kedepannya, varian lain akan diluncurkan mengikuti kebutuhan konsumen akan produk untuk *packing*. Speace berfokus pada konsumen yang gemar melakukan *travelling* di seluruh Indonesia.

Perusahaan berfokus pada strategi penetrasi pasar untuk mengenalkan produk dan menjangkau konsumen di seluruh Indonesia. Lewat pemasaran digital yang tertarget, perusahaan telah menjangkau lebih dari 300.000 orang dan mendatangkan lebih dari 5.000 pengunjung *website*. Pemilihan bahan sesuai dengan standar perusahaan dan pengendalian produksi yang ketat membuat Speace mampu mempertahankan konsistensi kualitas produk dan fitur *compression*. Struktur organisasi yang organik menciptakan dinamika perusahaan sehingga dapat terus menghasilkan ide dan inovasi. Pengelolaan keuangan dilakukan dengan berfokus pada pertumbuhan laba sehingga memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan.

Setelah melakukan kegiatan bisnis selama 4 bulan, Speace berhasil menjual lebih dari 200 produk *packing cubes* dengan laba bersih senilai lebih dari Rp 11.000.000. Besar modal awal sebesar Rp 15,000,000 diproyeksikan mencapai *payback period* pada bulan Oktober atau kurang lebih 6 bulan bisnis berjalan. Nilai *break-even point* dari bisnis adalah sebesar Rp 6,273,537 perbulan, dengan nilai ROE sebesar 79,8% selama 4 bulan berjalan. Adanya kenaikan jumlah penjualan setiap bulannya membuat perusahaan optimis bahwa kebutuhan produk aksesoris travel bersifat jangka panjang dan akan terus diminati seiring meningkatnya konsumsi masyarakat Indonesia akan *travelling*.

Kata Kunci	:	<i>Travelling, Aksesoris Travel, Packing, Packing Cube, Online</i>
Bidang Usaha	:	Kreatif

EXECUTIVE SUMMARY

Speace is a brand that provides various travel packing solution goods with the intention of helping users to be able to do packing neatly. At first, Speace offered a *packing* cube product with a twist of innovation. The innovation is the 'compression zipper' feature to reduce the volume of clothing inside. In the future, other variants will be launched, following the customer's need for travel packing products. Speace focuses on consumers who like to travel throughout Indonesia.

The company focuses on market penetration strategies to introduce products and reach consumers throughout Indonesia. Through targeted digital marketing, the company has reached more than 300,000 people and brought more than 5,000 website visitors. The selection of materials according to company standards and strict production control makes Speace able to maintain product and 'compression' quality consistency. Organic organizational structure creates company dynamics, allowing companies to continue to generate ideas and innovations. Financial management is done by focusing on profit growth. Thus, it can provide added value for all stakeholders.

After 4 months of running business, Speace managed to sell more than 200 packing cubes products with a net profit of more than Rp 11,000,000. The initial business capital of Rp 15,000,000 is projected to reach a payback period in October or approximately 6 months. The break-even point value of the business is Rp 6,273,537 per month, with ROE value of 79,8% for the current 4 months. An increase in the number of sales every month makes the company optimistic that the needs of travel accessories products are long-term and will continue to be in demand as the consumption for travelling increases.

Keywords	:	Travelling, Travel Accessories, Packing, Packing Cube, Online
Field of Business	:	Creative