

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri fesyen tas merupakan salah satu industri dengan potensi perkembangan yang cukup besar dikarenakan pertumbuhan permintaannya yang cukup stabil, yaitu rata-rata sebesar 10% per tahun di Indonesia. Selain itu, adanya permasalahan dimana perempuan milenial menyukai produk yang dispesialisasikan untuk dirinya, serta perilaku wanita *fashionable* yang boros karena suka untuk mencocokkan tasnya dengan berbagai pakaian atau pun acara menjadikan industri ini semakin menggiurkan untuk dimasuki.

Melihat peluang tersebut, PAVA hadir dengan konsep *adaptive customization* dalam bentuk *interchangeable flap* dan *strap* untuk menjawab permasalahan yang ada tersebut. Konsep ini memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih setiap komponen tas (*base, flap, dan strap*) sesuai dengan keinginan mereka. Bukan hanya itu, konsep lepas-pasang atau *interchangeable* pada *flap* dan *strap* memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menyesuaikan desain tas-nya dengan berbagai pakaian ataupun acara yang ingin mereka pakai atau datang. PAVA menargetkan sasarannya pada wanita *stylish* dan *fashionable* berusia 18-25 tahun yang tinggal di Jakarta dan Tangerang Selatan dengan SES A dan merupakan seorang *experiencer*.

Perencanaan konsep produk hingga strategi fungsional telah dilakukan guna bertahan dan berkembang pada industri fesyen. Tujuan dari PAVA pada tahun pertamanya adalah untuk meraup *market share* industri tas wanita sebesar 0,3%. Hingga bulan Juli 2019, PAVA telah mendapatkan pendapatan sebesar Rp 28.950.000,- dengan laba bersih sebesar Rp 8.027.386,-. Diharapkan pada November 2019, PAVA telah mencapai *payback* atas investasi yang telah dikeluarkan dan berhasil mencapai tujuan perusahaannya pada tahun pertama.

Kata Kunci	:	<i>adaptive customization, interchangeable flap dan strap, kebebasan memilih, sesuai dengan pakaian, sesuai dengan acara</i>
Bidang Usaha	:	<i>Fashion</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Bag industry is one of the industries that has a big growing potential because of its stable growth in demand, which is 10% a year in average in Indonesia. Other than that, there is also a problem where millennial women love to use specialized products for themselves, and also an extravagant behavior because they love to mix and match their bag with any outfit and occasion, that makes this industry is more attempting to entry.

Seeing the opportunity, PAVA comes in with adaptive customization concept in form of interchangeable flap and strap to solve the existing problem mentioned above. This concept gives consumers the freedom to choose any bag elements (namely base, flap, and strap) that suits their preferences. Not only that, interchangeable flap and strap also presents the opportunity for users to adjust or fit their bag designs with any outfit or occasion they want to wear or to go. Those, PAVA's target market is stylish and fashionable woman in age of 18-25 years old, who lives in Jakarta dan Tangerang Selatan with SES A, and also an experienter.

Concept building to fungsional strategic planning has been done to exist and grow in bag industry. PAVA's goal in one year is to gain a market share of 0.3% in women bag industry. Up to July 2019, PAVA has already gain Rp 28,950,000 of sales revenue and Rp 8,027,386 of profit margin. In November 2019, PAVA is expected to reach it payback period over its investment and succeeded in gaining its one-year goal.

Keywords	:	<i>adaptive customization, interchangeable flap and strap, freedom to choose, match any outfit, match any occasion</i>
Field of Business	:	<i>Fashion</i>