

RINGKASAN EKSEKUTIF

CALE merupakan merek fesyen yang fokus terhadap produk tas. Diketahui bahwa tas merupakan produk yang dibutuhkan sehari-hari oleh masyarakat modern Indonesia dalam hidup yang dinamis. Namun, ditemukan bahwa salah satu permasalahan dalam tas yang sudah ada di pasar adalah kurangnya kenyamanan dan keefisienan. Permasalahan ini dibuktikan lebih lanjut oleh riset primer CALE selama menjalankan proyek bisnis. Oleh karena itu, CALE ingin menyelesaikan permasalahan tersebut dengan menyediakan tas yang mengedepankan nilai kenyamanan sehingga dapat mengakomodasi kehidupan sehari-hari secara efektif.

Hal tersebut juga menjadi dasar yang penting dari identitas merek CALE dimana CALE sendiri merupakan singkatan dari “*Comforting and Accommodating Life Effectively*”. CALE percaya bahwa setiap orang seharusnya dapat hidup secara nyaman dan efektif. Produk-produk CALE yang ada sekarang ini menyasar konsumen pria dan wanita berumur 18-29 tahun kelas menengah sampai menengah ke atas di area *urban* Jakarta dengan tipe konsumen *undaunted strivers*. Ciri khas konsumen CALE adalah orang dewasa yang aktif bepergian dan mengedepankan kenyamanan dalam tas yang dibawa.

Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen CALE, CALE pertama melakukan analisis permintaan dan penawaran untuk mengetahui kondisi general pasar. Setelah itu, CALE melakukan riset kualitatif, kuantitatif, alfa tes, dan beta tes untuk melakukan validasi terhadap hipotesis *value* dan kanvas model bisnis CALE. Melakukan riset untuk memperjelas *value* yang ditawarkan sangat membantu CALE dalam mengerti kebutuhan konsumen dan aspek apa yang harus lebih ditekankan oleh CALE.

Dalam tiga bulan pertama beroperasi, CALE mendapatkan banyak pelajaran dari percobaan dan kesalahan yang dialami. CALE kemudian melakukan analisis terhadap kesalahan dan memperbaiki diri dengan memperbaharui tampilan produk lama dan mengeluarkan produk baru. Setelah itu, CALE mendapatkan hasil yang jauh lebih memuaskan dalam bulan-bulan berikutnya sampai akhir proyek *Business Project*.

Kata Kunci	:	Tas, organizer, multi-model, nyaman, multifungsi
Bidang Usaha	:	Fashion

EXECUTIVE SUMMARY

CALE is a fashion brand focused on bag products. Bags are essential products needed in the daily life of the Indonesian modern society with high dynamics. However, it is found that one of the problems to the bags that already exist in the market is the lack of comfort and efficiency. This problem is further justified by CALE's primary research during this business project. Hence, CALE intends to solve this issue by providing bags that emphasize comfort in order to accommodate daily life effectively.

This insight became an important foundation for CALE's brand identity where CALE itself stands for "Comforting and Accommodating Life Effectively". CALE believes that every individual should be able to live comfortably and effectively. CALE's products are targeted for men and women aged 18-29 in the middle and upper middle class living in the urban areas of Jakarta with the consumer type of *undaunted strivers*. One of the main characteristics of CALE's consumers are adults who are active and mobile, thus emphasizing their need of comfort in a bag.

In the effort to fulfill CALE's consumer needs, CALE firstly did an analysis on demand and supply to understand the general market condition. Afterwards, CALE conducted qualitative and quantitative research, as well as alpha and beta tests to validate the hypothesized value proposition design and business model canvas. The research implemented to clarify CALE's value propositions helped CALE comprehend the needs of consumers and which aspects should be emphasized.

In the first three months of business operations, CALE attained many lessons from experiencing different trials and errors. CALE then performed an analysis of these errors and was able to improve as a business by renewing current product appearance as well as launching a new product. Afterwards, CALE yielded much more satisfying results in the upcoming months until the end of this business project.

Kata Kunci	:	<i>Bags, organizer, multi-model, comfort, multifunction</i>
Bidang Usaha	:	<i>Fashion</i>