

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tingkat kebutuhan berbanding lurus dengan tingkat populasi penduduk yang terus meningkat. Salah satunya adalah tren model fesyen di Indonesia yang terus berkembang. Melalui data dan riset yang telah dilakukan, KNOTE melihat peluang yang menarik untuk masuk dalam industri fesyen tas tangan dengan perkiraan penjualan maksimum sesuai target pasar yang dituju adalah sekitar 79.264,576 tas.

KNOTE mempunyai visi untuk menjadi merek lokal fesyen yang menunjukkan kegunaan bagi wanita sederhana dan trendi dengan mengedepankan inovasi dan kualitas produk. Secara spesifik, sasaran yang dituju adalah wanita berusia 20-29 tahun dan mempunyai gaya hidup *impulsive spender* dan *inspired adventurer*, serta tingkat status sosial kelas menengah dan menengah ke atas yang tinggal di daerah perkotaan dan pinggiran kota. Untuk menjangkau pasar sasaran maka KNOTE menggunakan *e-commerce* yaitu Shopee dan Tokopedia.

Dari segi keuangan, KNOTE akan mencapai *break-even point* saat menjual 201 tas. Kebutuhan modal investasi awal sebesar Rp25 juta yang akan kembali pada 8 bulan 17 hari dan kelompok memiliki target untuk mencapai akumulasi keuntungan senilai Rp56 juta. Angka tersebut didapatkan dari penjualan yang mencapai Rp210 juta dengan biaya operasional biaya lainnya sebesar Rp160 juta dalam satu tahun.

Kata Kunci	:	Tas, kegunaan, trendi, simpel, kualitas
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

The level of demand is directly proportional to the level of the population that continues to increase. One of them is a fashion trend model in Indonesia that continues to grow. Through the data and research that has been done, KNOTE sees an interesting opportunities to enter the industry. Handbag fashion with the optimum target sales according to the target market is around 79,264,576 bag.

KNOTE has a vision to become a local fashion brand that shows usability for simple and trendy women by promoting innovation and product quality. Specifically, the target is women between 20-29 years old with a lifestyle of impulsive spenders and inspired adventurers, as well as the social status of the middle and upper classes who live in urban and suburban areas. To reach the target market, KNOTE uses e-commerce namely Shopee and Tokopedia.

From financial perspective, KNOTE will reach a break-even point when selling 201 bags. The initial investment capital requirement is IDR25 million which will return in 8 months 17 days and the group has a target to reach an accumulated profit of IDR56 million. This figure was obtained from sales that reached IDR210 million with other operational costs of IDR160 million in one year.

Keywords	:	<i>Bag, usability, trendy, simple, quality</i>
Field of Business	:	<i>Fashion</i>