

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Lavana adalah sebuah merek yang menawarkan baju khusus untuk ibu menyusui. Lavana mengidentifikasi masalah yang dialami oleh ibu menyusui ketika mencari baju yang sesuai. Perubahan bentuk tubuh, ukuran tubuh, dan kebutuhan untuk menyusui membuat mereka kesulitan menemukan baju yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Lavana melihat adanya kesempatan karena adanya *gap* antara keinginan dan kebutuhan konsumen dengan produk yang sudah ada di pasaran. Lavana ingin menjadi *brand* yang memiliki nilai fungsi tinggi bagi konsumen dengan harga yang terjangkau. Hal ini diwujudkan dengan menghadirkan produk atasan menyusui yang memiliki kain penutup dan lubang menyusui dengan harga yang terjangkau bagi konsumen.

Produk yang ditawarkan Lavana sesuai dengan target market yang dituju yaitu ibu menyusui yang berada di rentang usia produktif, yaitu usia 20 sampai 35 tahun, yang sebagian besar aktif berkegiatan di luar rumah. Sebagai *brand* baru, Lavana aktif melakukan pemasaran, khususnya secara *online* menggunakan media sosial dan *e-commerce*. Lavana menawarkan 2 model untuk koleksi pertama dengan 3 pilihan warna dan 3 pilihan ukuran. Harga jual yang ditawarkan untuk produk Lavana adalah Rp. 195.000 - Rp. 205.000. Investasi awal Lavana adalah sejumlah Rp28.000.000. Lavana memproyeksikan bahwa *payback period* akan tercapai di bulan ke-14 operasional, dan menargetkan untuk mencapai *break-even point* pada tahun pertama operasional.

Kata Kunci	Baju Ibu Menyusui, atasan menyusui, bayi, ibu menyusui
Bidang Usaha	<i>Fashion</i>

## EXECUTIVE SUMMARY

*Lavanya is a brand that offers special clothes for nursing mothers. Lavanya identifies problems experienced by nursing mothers when looking for suitable clothes. Changes in body shape, body size, and the need for breastfeeding make it difficult for them to find clothes that meet their wants and needs.*

*Lavanya saw an opportunity because of the gap between consumer wants and needs with products that are already on the market. Lavanya wants to be a brand that has high functional value for consumers at an affordable price. Lavanya offered a breastfeeding top that has a cover cloth and a nursing hole, at an affordable price for consumers.*

*The products offered by Lavanya are in accordance with the intended target market, breastfeeding mothers who are in the productive age range, i.e age of 20 to 35 years, most of whom are active in activities outside their home. As a new brand, Lavanya will do promotions, especially online using social media and e-commerce. Lavanya offers 2 models for the first collection, with 3 color choices and 3 size options. The selling price offered for our products are in the range of Rp. 195,000 - Rp. 205,000. The initial investment of Lavanya was IDR 28.000.000. Lavanya projects that the payback period will be reached in the 14th month of operation, and aims to reach a break-even point in the first year of operation.*

<i>Keyword</i>	<i>Clothes for breastfeeding mothers, breastfeeding tops, babies, nursing mothers</i>
<i>Business Fields</i>	<i>Fashion</i>