

RINGKASAN EKSEKUTIF

Karakter kaum dewasa muda Indonesia yang tinggi akan mobilitas dan kepedulian terhadap dampak negatif industri *fashion*, bersamaan dengan permintaan pakaian pria di Indonesia yang kian meningkat, menjadi landasan awal LOKUA menciptakan merek pakaian pria dengan ciri *versatile* dan *sustainable*. Hasil penelitian kualitatif dan kuantitatif menyokong intensi LOKUA untuk memperkenalkan produk pakaian pria dengan desain *timeless* namun *fashionable*, material yang *breathable* dan organik, yang mudah ditemukan baik secara *online* maupun *offline*. Alasan LOKUA memilih spesifikasi tersebut terhadap produknya adalah untuk mendukung kebutuhan pakaian pria Indonesia berusia 18 - 35 tahun dengan aktivitas padat sepanjang hari. Visi LOKUA adalah untuk menjadi merek *fashion apparel* pilihan bagi masyarakat dewasa muda modern yang memiliki kepedulian akan *sustainability*.

LOKUA mewujudkan konsep produk dan mereknya di rilis koleksi pertama "SONNEBLOM" pada 1 April 2019, melalui *platform* media sosial Instagram. Fokus bisnis LOKUA pada tahun perdana adalah untuk memberikan solusi masalah yang ada saat ini, memperkenalkan produk dan memperluas jangkauan pasar. Selama 3 bulan bisnis berjalan, LOKUA berhasil menjual 62 unit produk dengan total penjualan Rp18.880.000. LOKUA juga mendapatkan 560 *followers* dan jangkauan pasar sebesar 12,723 akun, keduanya pada Instagram.

LOKUA untuk menjadi bisnis yang berkelanjutan merupakan pengembangan produk lebih lanjut dengan lebih banyak variasi, penambahan lini pilihan produk, dan kolaborasi dengan pihak-pihak yang memiliki nilai berkaitan dengan LOKUA.

Kata Kunci	:	Pakaian pria, <i>versatile</i> , <i>sustainable</i> , <i>timeless</i> .
Bidang Usaha	:	<i>Fashion apparel</i>

EXECUTIVE SUMMARY

The characteristics of Indonesia's young adult clan, which is high in both mobility and awareness of fashion industry's negative impacts, together with the increasing demand for men clothing in Indonesia, became the initial base for LOKUA to create a men apparel brand with a versatile and sustainable traits. The result of quantitative and qualitative researches sustain LOKUA's intention to introduce a men clothing product with timeless yet fashionable design, breathable and organic material, which is accessible both online or offline. The reason LOKUA choose the said specifications for the product is to support the attire needs of Indonesian men within the age range of 18 - 35 with an all-day-long crowded activities. LOKUA's vision is to be the preferred fashion apparel brand for modern young adult with concerns on sustainability.

LOKUA materialize the product and brand concept on the first collection release "SONNEBLOM" on April 1st 2019 through social media platform Instagram. LOKUA's business focus within the inaugural year is to offer solution to the existing problem, introduce the product and develop the market reach. During the 3 months period of running the business, LOKUA manages to sell 62 product units with the sales total of Rp18.880.000. LOKUA is also able to gain 560 followers and market reach of 12.723 accounts, both on Instagram.

LOKUA's strategies to be a sustainable business are further product development with more variation, the addition of more product line selection, and collaboration with parties that possess similar values to LOKUA.

Key words	:	<i>Menswear, versatile, sustainable, timeless.</i>
Field of Business	:	<i>Fashion apparel</i>