

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Belfort adalah sebuah merek sepatu *semi-formal* berjenis *loafer* khusus untuk pria. Belfort memberikan nilai tambah berupa kenyamanan dengan fitur *double layered insole*, dan bantalan samping yang dipadukan dengan desain yang menarik. Visi bisnis Belfort adalah untuk menjadi perusahaan sepatu lokal terkemuka dari segi kenyamanan sepatu serta berprioritas memberikan pelayanan terbaik.

Target pasar Belfort adalah pria dengan umur 18 sampai dengan umur 35 , yang berdomisili di wilayah perkotaan Indonesia, dengan karakteristik *experiencers* dan *thinkers*, yang memiliki profesi sebagai mahasiswa, pengusaha, maupun profesional. Media yang digunakan untuk menggapai target pasar tersebut adalah media *online* (Facebook, Instagram, Tokopedia, Blibli.com) dan *offline* (bazaar).

Investasi yang ditanamkan oleh tim Belfort adalah sebesar Rp.50.000.000,00, yang telah terserap untuk pembiayaan kegiatan pemasaran, operasional, dan pembuatan 100 buah produk dengan menggunakan jasa sub-kontraktor. Diharapkan Belfort pada akhir tahun ini dapat meraih *return on investment* sebesar 15%.

Pencapaian Belfort sejauh ini adalah menjalin kerjasama dengan beberapa bisnis, tingkat cacat produk yang rendah sehingga tidak ada komplain, peningkatan jumlah pengikut dalam media sosial, dan penjualan yang sudah masuk dalam skala nasional.

Pembelajaran yang diterima dari proyek bisnis Belfort adalah adanya keterbatasan minimum kuantitas pada sub-kontraktor berskala pabrik, kegiatan penjualan yang kurang efektif karena *brand awareness* masih rendah, dan kesulitan melakukan konsinyasi. Sehingga untuk *batch* berikutnya Belfort harus meningkatkan *brand awareness* dengan cara menambah kanal distribusi dan menambah diferensiasi dari produk dan servis Belfort.

<b>Kata Kunci / Keywords</b>	:	Mens Footwear, Loafer, Comfort, Trendy, Semi Formal
<b>Bidang Usaha</b>	:	Fashion / Mens Footwear

## EXECUTIVE SUMMARY

Belfort is a semi-formal shoe brand specialized in mens loafer. Belfort provides added value with features of double layered insole and side pads, combined with an attractive design. Belfort's vision is to become a leading local shoe company, committed in providing comfortable shoes and the best services.

Belfort's target market are men within the age of 18 until 35, who lives in urban area of Indonesia, with the characteristics as experiencers and thinkers, and work as university student, entrepreneurs or executives. Belfort uses online (Facebook, Instagram, Tokopedia, Blibli.com) and offline (bazaar) media as a mean to serve our target market.

Belfort's initial investment is Rp.50.000.000,00 which allocated for marketing expenses, operational expenses, and manufacturing cost of 100 products using sub-contractor services. Belfort is expected to achieve a return on investment of 15% by the end of first year.

Up to this point, Belfort has formed cooperation with other businesses, achieve low product defect rates, significant increase for number of followers in social media and reach out to customer on national scale.

Lessons learned from Belfort's business projects are the limitation of minimum quantity on factory-scale subcontractors, ineffective selling activity caused by low brand awareness, and difficulty in consignment. Therefore, for the next batch, Belfort must increase brand awareness by adding more distribution channels and differentiation of Belfort's products and services from various aspect.

<b>Kata Kunci / Keywords</b>	:	Mens Footwear, Loafer, Comfort, Trendy, Semi Formal
<b>Bidang Usaha</b>	:	Fashion / Mens Footwear