

## Ringkasan Eksekutif

Berdasarkan peluang yang kami temukan, terdapat banyak jumlah mahasiswa dan juga angka permintaan tas *duffel* yang tinggi. Selama 6 tahun, dari 2011-2016, penjualan tas *duffel* meningkat sebanyak 1.8 kali lipat. Angka ini diprediksi akan terus meningkat hingga 2021. Di antara jenis-jenis tas lainnya, tas *duffel* juga berkembang dengan pesat, dimana tas *duffel* menduduki ketiga terbesar dalam presentase volume penjualan kategori “bags” (Euromonitor Internasional, 2016). Pangkalan Data Perguruan Tinggi juga menyatakan bahwa Jakarta memiliki jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia, yaitu sebesar 719.029 mahasiswa. Angka ini akan terus meningkat, seiring meningkatnya jumlah penduduk DKI Jakarta, seperti yang diutarakan oleh Badan Pusat Statistik. Gaya hidup mahasiswa yang zaman sekarang dituntut untuk memiliki mobilitas yang tinggi, dengan padatnya jadwal kegiatan mereka. Tentunya kehadiran tas *duffel* akan membantu mereka dalam kegiatan sehari-hari. Dengan ini, DVFEL dapat menyimpulkan bahwa terdapat *high unrecognized needs* dan juga *emerging market* dalam pasar tas *duffel* di Indonesia, terutama di Jakarta.

DVFEL merupakan sebuah bisnis yang menawarkan tas untuk kebutuhan sehari-hari remaja dan pemuda kelas menengah yang memiliki gaya hidup mobilitas tinggi. Tas DVFEL dirancang sedemikian rupa agar multifungsi dan dapat bermanfaat efisien. Adapun nilai-nilai tambahan DVFEL ialah sederhana, fungsionalitas tinggi, mudah dan nyaman untuk digunakan, anti-air, bahan yang kuat, desain yang modis, dan juga *value for money*.

Dalam melayani kebutuhan ini, DVFEL memiliki strategi- strategi tersendiri yang disusun untuk 5 tahun ke depan. Strategi-strategi ini terdiri dari, pembentukan tim *marketing (research)* yang kuat, penyediaan berbagai jenis dan rangkaian produk, penyebaran *channel of distribution*, penyebaran pasar lokal di Indonesia (terutama kota-kota besar di seluruh Indonesia), penyampaian fungsional tas dengan baik, pembentukan berbagai kampanye pemasaran, dan pengimplementasian konsep *referral promotion*.

Kata kunci: tas *duffel*; mobilitas; mahasiswa; Jakarta; Indonesia; DVFEL

## Executive Summary

We have discovered that there is a lot of college students and also a high demand of duffel bag. In the period of 6 years, 2011-2016, duffel's sales increased up to 1.8 times. This number is predicted to boost up more until 2021. Between the other types of bags, duffel also has competitive sales. This is proved as it is positioned as 1 of the 3 largest sales in the category of bags (Euromonitor International, 2016). Supporting the market availability of duffel bag, university center stated that Jakarta has the largest amount of college students in Indonesia, with the number of 719.029 students. This number will continue to increase, in parallel to the growing number of DKI Jakarta's populations, as stated by *Badan Pusat Statistik*. Nowadays, the lifestyle of college students are characterized by the need to have high mobility through the tightly packed schedule, and so the presence of duffel bag will definitely help them during through their daily routines. Therefore, DVFEL can conclude that there is high unrecognized needs and also emerging market of duffel in Indonesia, especially in Jakarta.

DVFEL is a business that offers bag for college student's daily routines, the ones with medium economic level and has a lifestyle of high mobility. DVFEL is designed to be multifunctional and can have maximized benefits while being efficient. Furthermore, DVFEL's values are; simplistic, high functionality, easy and comfortable to use, waterproof, high durability, stylish and also value for money.

In response to this demand, DVFEL has its own strategy to undergo, in the period of 5 years. These strategies include; establishing a strong marketing (research) team, providing different types and series of products, having various distribution channels, entering local markets in Indonesia (especially large cities), delivering the functionality of the bag well, creating impactful marketing campaigns, and implementing referral promotion concepts.

Key words: duffel bag; mobility; college students; Jakarta; Indonesia; DVFEL