

RINGKASAN EKSEKUTIF

INDIVERSE menawarkan *low top sneakers* yang terbuat dari kulit *full-grain* dengan pemilihan warna serta *emboss* koordinat daerah pada setiap produk yang merepresentasikan cerita-cerita kebudayaan dan bertujuan untuk memberikan kesan bangga akan identitas pemakai sebagai orang Indonesia. Desain *sneakers* Indiverse yang simpel dan minimalis cocok dipadupadankan dengan berbagai jenis pakaian untuk berbagai acara dari kasual hingga formal. Indiverse menargetkan generasi milenial (19-39 tahun) dengan kelas sosial menengah ke atas yang memiliki pengeluaran di atas Rp3.000.000 per bulan.

Selama 3 bulan bisnis berjalan, Indiverse telah berhasil mencapai 77% dari sasaran perusahaan. Melalui *platform online*, Indiverse tersedia di media sosial, *website* dan *online marketplace*. Instagram Indiverse telah mencapai *impressions* sejumlah 95.000 dalam 2 minggu pertama dan mengalami peningkatan *followers* sebesar 300% dalam 1 bulan. Melalui *platform offline*, Indiverse menjual produknya melalui konsinyasi di toko *retail* The Goods Dept. Produk Indiverse terbuat dari material yang berkualitas dan diproduksi oleh pabrik sepatu yang telah berpengalaman lebih dari 40 tahun, sehingga berhasil mempertahankan *defect rate* sebesar 3%. Untuk dapat terus meningkatkan kualitas produk serta layanan bagi pelanggan secara berkala, Indiverse mengedepankan produktivitas dan efisiensi yang tinggi dalam manajemen sumber daya manusia.

Berdasarkan fisibilitas bisnis ini, Indiverse berhasil mencapai *Break Even Point* dalam 3 bulan dengan menjual 108 pasang sepatu dan *Return on Asset* sebesar 16.52%. Dari penjabaran hasil pencapaian diatas, bisnis ini layak untuk terus berjalan dan dikembangkan dengan penambahan jalur distribusi baru serta inovasi produk yang berkelanjutan.

Kata Kunci	:	Sepatu kulit, kebanggaan lokal, cerita, keserbagunaan, kenyamanan
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

INDIVERSE offers low top sneakers crafted out of full grain leather that features embossed geographic coordinates on each side and color combinations as a representative of cultural stories that captivates pride in being Indonesian. Its simple and versatile design is suitable for both casual to formal occasions. Indiverse targets milenials (19-39 years old) in the upper middle class with spending that exceeds Rp3.000.000 per month.

Within 3 months of the business, Indiverse has successfully achieved 77% of its target. Through online platforms, Indiverse is available on social media, website and online marketplaces. Our Instagram account has reached 95.000 impressions in the first 2 weeks and has experienced a sharp increase of its followers' amount as much as 300% within the first month. Through offline platforms, Indiverse is available to purchase at The Goods Dept Pondok Indah Mall 2 and Pacific Place. Our products are made out of high quality materials produced by a large-scale factory with more than 40 years of experience in the footwear industry, therefore maintaining its defect rate at 3%. Indiverse constantly stresses on high productivity and efficiency in human resource in order to always strive for betterment in product quality and customer service.

According to the feasibility of the business, Indiverse has reached its Break Even Point in 3 months by selling 108 pair of shoes and also a 16.52% Return on Asset. Based on these achievements, this business will continuously grow by expanding more distribution channels and product innovation.

<i>Keywords</i>	<i>:</i>	<i>Leather footwear, local pride, stories, versatile, comfort</i>
<i>Field of Business</i>	<i>:</i>	<i>Fashion</i>