

RINGKASAN EKSEKUTIF

Bisnis Hide&Sleek menghadirkan inovasi baru di pasar Indonesia, yaitu produk penghilang kerutan pada pakaian berbentuk semprotan yang dapat melicinkan pakaian tanpa disetrika. Pengguna cukup menyemprotkan Hide&Sleek pada bagian yang kusut sambil meluruskan pakaian menggunakan telapak tangan dan menunggu selama lima menit. Penggunaan Hide&Sleek yang mudah dan ukurannya yang kecil membuat Hide&Sleek cocok untuk dibawa bepergian. Target pasar produk Hide&Sleek ialah pria dan wanita berusia 20-55 tahun yang memperhatikan penampilan, mengutamakan kepraktisan, dan sering bepergian baik untuk tujuan bisnis maupun liburan.

Bisnis Hide&Sleek memproyeksikan omzet sebesar Rp 93.171.000 pada tahun pertama, sementara dalam empat bulan pertama omzet yang diraih telah mencapai 43% dari target. Hide&Sleek bertujuan untuk meraih *Net Margin* sebesar 4,1%, *Return on Equity* sebesar 39%, dan *Return on Asset* sebesar 7,55% pada tahun pertama. Setelah bisnis berlangsung selama empat bulan, jalur distribusi *online* telah menyumbang 49,98% dari total omzet. Sementara itu, sejak dimulainya jalur distribusi *offline* pada tanggal 24 Juni 2019 yang berupa kerjasama konsinyasi, kontribusi yang dihasilkan berjumlah 15,21% dari total omzet.

Hide&Sleek memanfaatkan berbagai titik distribusi seperti media *online* berupa *e-commerce* dan *offline* dengan melakukan konsinyasi dengan toko ritel di empat pusat perbelanjaan di Jakarta. Setelah melakukan analisis terhadap performa bisnis, Hide&Sleek menemukan bahwa teknik *endorsement* serta konsinyasi merupakan strategi yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan. Kedepannya, Hide&Sleek akan melakukan lebih banyak *endorsement* di media sosial dan konsinyasi dengan toko ritel lainnya serta meneruskan pengembangan varian baru agar opsi aroma yang dapat dipilih pelanggan menjadi lebih bervariasi.

Kata Kunci	:	Produk penghilang kerutan, melicinkan pakaian, tanpa setrika, cocok dibawa bepergian, memperhatikan penampilan
Bidang Usaha	:	<i>Laundry Care</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Hide&Sleek business presents a new innovation in the Indonesian market, a wrinkle releaser spray that could sleek clothes without ironing. Hide&Sleek users only need to spray on the wrinkled areas while tugging the clothes with their palm and wait for it to dry in five minutes. The ease of use and its portable size makes it suitable for travel purposes. Hide&Sleek's target market are male and female aged 20-55 years old who is particular about appearance, prefers practicality, and travels frequently, be it for leisure or business purposes.

Hide&Sleek targets a total sale of Rp 93.171.000 in its first year of operation and has reached 43% in 4 months. Hide&Sleek also targets a 4,1% net margin. Along with it, Hide&Sleek also aims to achieve a Return on Equity of 39% and a Return of Asset of 7,55%. After four months, online channels has contributed to 49,98% of total sales. Whereas, since Hide&Sleek started *offline* distribution effort through consignment on 24th of June 2019, the consignment has generated sales equivalent to 15,21% of total sales thus far.

Hide&Sleek has utilized online channels such as e-commerce platform and offline channels such as consignment with retail stores in four popular shopping centers in Jakarta. After analyzing the business performance thus far, Hide&Sleek found that endorsement and consignment strategy are the two most effective strategy to bring in sales. For the future, Hide&Sleek will try to do more endorsement and consignment with retail stores in prominent shopping centers in Jakarta to increase sales. Hide&Sleek will also continue the research and development effort to introduce new scents to provide more options for the customers to choose from.

Keywords	:	Wrinkle releaser spray, sleeks clothes, without the need to iron, travel purposes, particular about appearance
Field of Business	:	Laundry Care