

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laju pertumbuhan penduduk merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Pada tahun 2016, Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi terbanyak ke-4 di dunia dengan pertumbuhan penduduk sebesar 1,49%. Hal ini membuat permintaan terhadap kebutuhan primer akan bertumbuh seiring dengan pertumbuhan populasi, khususnya kebutuhan sandang. Pakaian bayi tergolong sebagai salah satu kebutuhan sandang terbesar karena pertumbuhan bayi yang pesat pada usia 0-6 bulan. Isu di atas menimbulkan adanya tantangan bagi orangtua, khususnya para ibu karena harus membeli pakaian sesuai dengan pertumbuhan bayi.

FYLO, sebagai sebuah merek pakaian bayi, berusaha untuk menyediakan solusi bagi orangtua di Indonesia. Inovasi yang dihadirkan FYLO berupa pembaharuan produk dengan menambahkan fitur *adjustable* sebagai diferensiasi. Fitur *adjustable* pada pakaian bodysuit dapat dikenakan bayi dari usia 0 hingga 6 bulan. Sasaran konsumen FYLO adalah orangtua, terutama ibu rumah tangga berdomisili di Jakarta. Selain fitur *adjustable*, FYLO juga mengedepankan estetika produk dengan penetapan tema per koleksi, seperti tema “*The Breggfast Club*” sebagai untuk koleksi pertama.

Sebagai pendatang baru di dalam industri, FYLO berfokus dalam menawarkan produk yang terbaik demi kepuasan konsumen. Nilai dan upaya akan dituju untuk perkembangan produk, proses, serta layanan untuk memberikan dampak positif bagi pasar.

Kata Kunci	:	<i>Adjustable, baju bayi, bodysuit, motif tematik, pertumbuhan bayi</i>
Bidang Usaha	:	<i>Fashion</i>

EXECUTIVE SUMMARY

The growth of human population is an inevitable cause in the world, as it occurs more often developing countries, especially Indonesia. Being the fourth highest growing population country in the world with 1,49% growth per 2016, Indonesia is also believed to have their population increase even further. Hence, demand towards primary needs will eventually increase parallel with population growth, one of them being clothings. Taking a closer look, it turns out that babies wear is one of the most required proportion of clothing industry due to babies' rapid growth in their early stages. This becomes a challenge for parents, especially mothers, to keep purchasing babies wear to keep up with their loved ones' growth accordingly.

FYLO, as a babies wear brand, seeks out to provide solution upon the challenges faced by Indonesian parents. Our innovation redevelops current available products that has been accepted by the market, added with adjustable feature as our differentiation point. This adjustable feature will allow our bodysuits to be worn by newborn babies up to six month old babies. Parents, especially mothers from age 24-40, working as housewives in Jakarta will be our target customers. We also put consideration towards product aesthetics, as we will determine thematic concepts for each of our new collections, and "The Breggfast Club" is our debut theme.

As a newcomer in the industry, we focus on delivering product excellence to achieve customer satisfaction. Our values derive around constant product development, process improvement, and service management to build favorable situation for our stakeholders, especially bringing positive impact for the market and people.

Kata Kunci	:	Adjustable, baju bayi, bodysuit, motif tematik, pertumbuhan bayi
Bidang Usaha	:	Fashion