

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri tas lokal di Indonesia sudah mulai dipandang baik oleh masyarakat lokal dan peningkatan penjualan rata-rata 10% per tahun menurut Euromonitor 2017.

KANAE merupakan bisnis yang bergerak dalam industri tas lokal dengan visi menjadi merek tas lokal perempuan di Indonesia yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan konsumen. Misi KANAE adalah menyediakan tas dengan banyak kompartemen, meluncurkan desain unik khas KANAE minimal dua kali dalam setahun, menjaga hubungan internal dengan transparansi antar divisi, memberikan pelayanan terbaik, dan menanggapi keluhan konsumen secara sigap.

KANAE memiliki tiga model tas, yaitu Bases, Signature, dan New Bases. Bases merupakan tas yang menggunakan bahan kulit sintetis, sedangkan Signature dan New Bases menggunakan bahan kulit asli. Khusus untuk Signature, KANAE menambahkan desain unik pada tampak depan tas. Seluruh desain tas KANAE memiliki nilai multifungsi dan terorganisir.

KANAE memilih jalur distribusi secara *online* dengan target pasar perempuan usia 20 hingga 29 di DKI Jakarta. Harga tas KANAE adalah Rp500.000,00 hingga Rp1.250.000,00. Hingga saat ini, total penjualan tas KANAE melalui jalur media Instagram, Line, dan Whatsapp sudah menghasilkan laba dalam empat bulan sebesar hampir Rp1.400.000,00 dan sudah melakukan produksi sebanyak dua kali.

Kunci penting dalam menjalankan bisnis di industri tas lokal Indonesia adalah memiliki tenaga ahli yang sudah berpengalaman membuat produk tas, memiliki alternatif cadangan pemasok bahan baku, dan anggota pendiri yang bisa bekerja sama dengan baik.

Kata Kunci	:	Bisnis tas <i>online</i> , tas kulit lokal perempuan sehari-hari, banyak kompartemen.
Bidang Usaha	:	<i>Fashion</i>

EXECUTIVE SUMMARY

The local bag industry in Indonesia has already viewed well by the local community and has an increase in sales at an average of 10% per year by Euromonitor 2017.

KANAE is a local brand business for women's bag which has a vision of becoming a qualified local brand for women's bag and fulfilling the needs of customers. The missions are to provide bags with many compartments, to launch a unique bag with a typical design of KANAE at least twice a year, to maintain internal relationships with transparency among divisions, to provide the best service, and to handle customers' complaints immediately.

KANAE has three kinds of bags, such as Bases, Signature, and New Bases. Bases is made of faux leather, while Signature and New Bases are made of genuine leather. Especially for Signature, KANAE adds a unique design at the front side of the bag. All KANAE bag designs have multifunctional and organized values.

KANAE chooses online distribution channels with a target market of women aged 20 to 29 in DKI Jakarta. The price of KANAE bags are IDR500,000 to IDR1,250,000. Currently, the total sales of KANAE bags through the media of Instagram, Line, and Whatsapp have already generated a cumulative profit of almost IDR1,400,000 in four months with two batches of production.

Key factor success for running business in local Indonesian bag industry are to have a skillful key resources in making bag products, to have some alternative suppliers, and to form a best group of founder to work well together.

Keywords	:	Online bag business, women's daily leather bags, many compartments
Field of Business	:	Fashion