

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kesadaran masyarakat akan buruknya efek industri pakaian yang diproduksi secara cepat didukung dengan jumlah permintaan pakaian perempuan di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya adalah alasan HULADAYS ingin menciptakan merek pakaian perempuan yang diproduksi lebih etis. Melalui penelitian kualitatif dan kuantitatif lebih lanjut, HULADAYS menawarkan pakaian berlibur yang terinspirasi dari destinasi wisata tropis dengan desain yang simpel, bahan berkualitas dan harga yang kompetitif untuk perempuan Indonesia berusia 15 hingga 28 tahun yang gemar liburan. Visi HULADAYS adalah menjadi pilihan merek pakaian yang praktis untuk menemani perempuan Asia berlibur.

Koleksi pertama yang dirilis melalui situs HULADAYS pada 11 Desember 2017. Fokus bisnis HULADAYS pada tahun pertama adalah memperkenalkan merek dan memperluas pasar. Sejak peluncuran, HULADAYS telah menghasilkan Tingkat Respon Pasar sebesar 44% dengan potensi pasar yang bisa diraih sebesar 43%. Selama 8 bulan bisnis berjalan, HULADAYS telah berhasil menjual 120 unit sebesar Rp 29.936.800. Produk HULADAYS juga telah tersedia di 2 toko ritel daring dan 1 toko ritel luring.

Uji kelayakan proyek bisnis dinyatakan melalui beberapa indikator keuangan. *Net Present Value* HULADAYS 5 tahun pertama adalah Rp. 56.572.184,- Sedangkan *Internal Rate of Return* adalah 43,25% yang lebih besar daripada bunga bank yaitu 10,74% dan pertumbuhan industri yaitu 5,5% sehingga potensi investasi bisnis lebih baik daripada investasi di bank. Indeks Profitabilitas menunjukkan angka 2,62.

Strategi untuk dapat menjadi bisnis yang berkelanjutan adalah melalui peningkatan jalur distribusi penjualan, strategi pemasaran yang lebih interaktif, konsistensi pemasok dan konveksi yang berkualitas, pelatihan sumber daya manusia dan penyusunan anggaran yang baik sebagai tolak ukur kegiatan bisnis.

Kata Kunci	:	Pakaian berlibur, liburan, produksi etis, online, kualitas,
Bidang Usaha	:	Mode

EXECUTIVE SUMMARY

Society's awareness towards negative effects of fast fashion along with increasing demand for women's outerwear in Indonesia every year are why HULADAYS wants to create a more ethically-produced women clothing brand. Through extensive qualitative and quantitative research, HULADAYS offers travel-inspired resort wear with simple design, superior material quality, and competitive price for Indonesian women who like to travel, from 15 to 28 years old. HULADAYS wants to be easy-to-wear resort wear choice for Asian women's tropical holiday.

HULADAYS' collaboration with convection, suppliers and public figures result in its very first collection, launched through HULADAYS' website on December 11th, 2017. HULADAYS' business focus during the first year is to introduce the brand and develop the market. Since its launch, HULADAYS generates Marketing Responsiveness Level of 44% with 43% market potential. After 8 months of running the business, HULADAYS sells 120 units with total revenue of Rp 29.936.800. HULADAYS products are also available at 2 online and 1 offline retail store.

Feasibility study of business project is stated through few financial indicators. HULADAYS' Net Present Value for the first five years is Rp. 56.572.184,- which is the gap between cash inflow and initial investment. Internal Rate of Return of business project is 43,25%, bigger than bank's interest rate at 10,74% and industry's growth at 5,5%, which means the potential in investing in this business is better than the potential to invest in a bank. Profitability Index shows 2,62, which means for every rupiah invested will give profit of 2,62 times.

HULADAYS' strategies to become a more sustainable business are through increased distribution channels, more interactive marketing strategy, consistent quality of suppliers and convection, human resource trainings and proper budget planning as benchmark to company's business activities.

Keywords	:	Resort wear, travel, ethically-produced, online, quality
Field of Business	:	Fashion