

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penjualan dalam kategori tas dan koper mengalami peningkatan sebesar 9,6% dari tahun 2015 ke tahun 2016 dengan penjualan mencapai Rp11,5 triliun pada tahun 2016 (Euromonitor, 2017). Hasil riset bab 3 menunjukkan bahwa wanita lebih sering membeli tas dibandingkan dengan pria. Selain itu, tren tas kulit wanita stabil dikarenakan dapat digunakan pada acara formal maupun informal. Melihat hal ini, kami memutuskan menciptakan produk tas kulit wanita yang memiliki keunggulan pada keunikan fungsionalnya dengan merk Krepa.

Krepa menawarkan produk tas kulit wanita yang dapat digunakan pada dua sisinya (*reversible*). Kedua sisi tas mempunyai bahan dan warna yang berbeda sehingga konsumen dapat memilih sisi tas mana yang akan digunakan sesuai dengan keperluan. Sisi utama tas Krepa berbahan dasar kulit dengan warna hitam. Sedangkan sisi dalam tas terbuat dari bahan suede dengan pilihan warna biru tua, coklat muda, dan abu-abu. Harga yang ditawarkan pada konsumen untuk setiap produk Krepa adalah Rp899.000.

Visi Krepa adalah menjadi pengusaha tas *reversible* terbesar di pulau Jawa dan Sumatera. Untuk mencapai visi tersebut, salah satu misi Krepa adalah mengikuti tren agar selalu dapat memenuhi gaya hidup pasar sasaran. Dalam melakukan penjualan, Krepa menawarkan produk secara *online* melalui media sosial dan *offline* melalui toko konsinyasi. Strategi bisnis Krepa adalah melakukan penetrasi pasar melalui sosial media dengan melakukan promosi. Investasi yang dikeluarkan dalam membangun usaha Krepa adalah sebesar Rp25.000.000 dengan *payback period* dalam waktu kurang dari 10 bulan. Dengan peluang yang ada, bisnis Krepa menarik untuk dijalankan.

Kata Kunci	:	tas Kulit, <i>reversible</i>, wanita
Bidang Usaha	:	mode

EXECUTIVE SUMMARY

Sales of bags and luggage increased 9,6% from 2015 to 2016 which reached 11,5 billion rupiahs in 2016 (Euromonitor, 2017). Research on chapter 3 shows that women buy more bags than men. Women tend to buy bags when they find an interesting model of bag and they tend to have more than a bag. Other than that, the trend of bags made of genuine leather is stable because they could be used in a formal or an informal event. Briefly, we decided to create bags made of genuine leather for women which have a functional uniqueness with a brand called Krepa.

Krepa offers leather bag products where can be use on both sides are applicable (reversible). Each side is made of different material and colour so that consumers may choose to match with their needs. The main side of the bags is made of genuine leather in black and the other side is made of suede in navy blue, light brown, or gray. A bag of Krepa is priced 899.000 Indonesian Rupiahs. At this moment, Krepa only offers one size of bags with 30cm length and 20cm wide since these size is the most demanded size of consumers.

Krepa has a vision to be the largest company producing reversible bags in Java and Sumatra island. To achieve the vision, one of Krepa's mission is to follow the trend in order to meet the lifestyle of the targeted market. Krepa offers its products online through social media and offline through consignment store. Krepa uses a market penetration strategy which is promoting through social media. To run Krepa, initial investment needed is 25.000.000 Indonesian Rupiahs with a payback period in 10 months. Hence, with the opportunity operate, Krepa is an interesting business to run.

Key Word	:	<i>leather bag, reversible, woman</i>
Industry	:	<i>Fashion</i>