

RINGKASAN EKSEKUTIF

Didirikan tahun 2017, Miles&co adalah perusahaan retail fesyen yang memfokuskan target pasarnya terhadap pria berusia 15-34 tahun. Miles&co memulai bisnisnya dengan menjual sepatu kasual pria, terutama sepatu kets. Mengakui fakta bahwa laju industri fesyen sangat cepat, Miles&co mencoba untuk terus meluncurkan desain baru dengan mempertimbangkan daya tahan, keterjangkauan, dan inovasi.

Setelah mengadakan beberapa penelitian mengenai permasalahan bau kaki, Miles&co telah mengembangkan prototipe dan desain produk baru, yang diberi nama seri *Connor*. Nilai-nilai produk adalah anti-bau, daya tahan, dan desain yang trendi. Seri sepatu ini menggunakan *insole* organik yang terbuat dari arang bambu yang memiliki sifat anti-bakteri. Untuk lini produk ini, Miles&co menargetkan pria berusia 15-34 tahun yang tinggal di Jabodetabek dari kelas menengah, serta memiliki kebiasaan atau preferensi tidak memakai kaos kaki saat memakai sepatu kets.

Makalah ini juga melaksanakan rencana dan aksi strategis dan fungsional dari peluncuran produk baru yang dilakukan pada Maret 2018. Rencana strategis untuk setahun ke depan fokus terhadap strategi *market penetration* untuk meningkatkan kesadaran merek dan diterjemahkan ke setiap kegiatan divisi yang dilakukan sejak Maret hingga Juni 2018. Divisi pemasaran telah menjual 122 pasang *Connor Series* selama empat bulan dan berhasil bekerja sama dengan *Truly Department Store* untuk konsinyasi. Sementara itu, divisi operasi telah berhasil menjalin kerja sama dengan satu ekspedisi, menurunkan biaya produksi, dan cacat produk masih di bawah batas toleransi. Divisi sumber daya manusia berhasil menjaga kesejahteraan serta mempertahankan kinerja individu dengan baik. Apabila dilihat dari divisi keuangan, Miles&co telah mencapai titik impas dengan mempertahankan arus kas yang baik.

Kata Kunci	:	sepatu, kasual, pria, anti bau, organik
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

Established since 2017, Miles&co is a fashion retailer that primarily aims at men from 15-34 years old. Miles&co started its business by selling men casual shoes, mainly sneakers. Acknowledging the fact that fashion industry is fast-moving industry, Miles&co attempts to continuously launch new designs while considering durability, affordability, and innovativeness at its core.

After conducting several researches about foot odor, Miles&co has developed prototype and design of new product, named Connor Series. The values of the product are anti-odor, durability, and trendy designs. The shoes use organic *insole* made from bamboo charcoal that has anti-bacterial properties, which is proven effective by plenty researches.

This paper also accounts the strategic and functional plan and action of the new product launch where the grand launching was conducted in March 2018. The initial strategic plan until next year is further growth of company by penetrating the market in order to increase brand awareness, which then translated to each division's activities carried out from March–June 2018.

Marketing division has successfully planned and executed promotion strategies and distribution channels through social media (Instagram & LINE@), official website, direct selling through bazaar, and consignment in department store. Meanwhie, operation division has succeeded in forging partnership with one logistics company, lowering COGS, and almost-to-none product defect. The human resource division is has succeeded in maintaining good individual performance with a minimum of 70 points in the performance appraisal. The finance division has reached break-even, while maintaining acceptable financial ratios and positive cash flow.

Keywords	:	shoes, casual, man, odorless, organic
Business Fields	:	Fashion