

RINGKASAN EKSEKUTIF

Apple Pineapple adalah sebuah perusahaan yang menawarkan pakaian anak berkualitas tinggi yang juga menekankan pada pentingnya nilai sosial dan kebahagiaan pada anak-anak berumur 1-7 tahun di Indonesia. Selain dapat menggunakan produk yang nyaman, tahan lama, terpercaya, dan modis, Apple Pineapple berharap konsumen mendapatkan pengalaman berbagi di usia dini kepada sesama yang membutuhkan.

Ide mendirikan Apple Pineapple bagi pasar menengah atas di Indonesia diawali atas ketersediaan modal wirausaha anggota perusahaan di industri pakaian dan peluang target pasar yang mencapai 12 juta anak pada tahun 2013. Selain kedua hal tersebut, keprihatinan akan isu sosial anak-anak di Indonesia yang semakin bersifat individualis serta menjamurnya anak-anak jalanan yang tidak tersentuh perhatian pemerintah mencapai 220 ribu anak di tahun 2014. Sebagai sebuah perusahaan fesyen yang baru, Apple Pineapple memiliki visi untuk menjadi pilihan pertama fesyen anak yang juga peduli terhadap isu-isu sosial anak di Indonesia. Apple Pineapple menitikberatkan pada empat aspek kualitas yakni performa, reliabilitas, durabilitas, dan estetika.

Apple Pineapple mendorong kontribusi konsumen untuk menyumbangkan baju bekas layak pakai anak-anak mereka dalam kampanye sosial 'One for One' dengan apresiasi potongan harga sebesar 10%. Pakaian-pakaian bekas yang telah terkumpul akan didonasikan kepada anak-anak jalanan di Indonesia melalui organisasi sosial pengelola anak jalanan yang bekerjasama dengan Apple Pineapple.

EXECUTIVE SUMMARY

Apple Pineapple is a company which offers high quality children's clothes and also highlights on the importance of social values and happiness to children aged 1-7 years old in Indonesia. Other than wearing comfortable, durable, reliable, and stylish clothes, Apple Pineapple pursues consumers to get sharing experiences at an early age for those in need.

The idea of creating Apple Pineapple for middle up market in Indonesia began with the availability of entrepreneurial capitals from its members and the potential market which had reached 22 million children in 2013. Our concern to the social issues in Indonesia's children which has been more individualistic and the growth of 220 thousand homeless kids in 2014 strengthen our reason. As a start up fashion business, Apple Pineapple envisions to be the first choice of kids clothes which also cares about the social issues in Indonesia's children. Apple Pineapple emphasizes on four dimensions of quality which are performance, reliability, durability, dan aesthetics.

Apple Pineapple invites consumer's contribution to donate a wearable used clothes of their kids in 'One for One' social campaign along with an appreciation of 10% discount. The gathered clothes will then be donated to the homeless kids in Indonesia through partnered social organization which is focusing on the care of homeless children.