

## RINGKASAN EKSEKUTIF

DARA merupakan bisnis pakaian wanita yang didirikan oleh 5 mahasiswa/i Prasetiya Mulya School of Business and Economics pada tahun 2015. DARA menawarkan pakaian wanita berciri *basic* dan minimalis, berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, dan *fitting* yang sesuai untuk target pasar utama DARA. Target pasar utama DARA adalah wanita berusia 18-31 tahun yang berdemografi di Jakarta dan Tangerang Selatan. Pemilihan bisnis didukung oleh peningkatan industri pakaian wanita yang signifikan, tingkat konsumsi wanita yang meningkat, dan gaya hidup wanita Indonesia yang mendukung semakin banyaknya pakaian yang dibutuhkan.

DARA memiliki diferensiasi dengan menawarkan jasa alterasi yang belum ada pada *brand* lokal wanita Indonesia lainnya. Jasa alterasi ini dibuat untuk memenuhi keinginan para wanita yang sangat peduli terhadap kesesuaian ukuran pakaian pada tubuh mereka (*fitting*). Dari sisi produksi, DARA memiliki rencana untuk mengeluarkan sebanyak 15 model baru per bulan. Didukung dengan strategi pemasaran yang mengutamakan media sosial dan penyebaran jalur distribusi baik *offline* dan *online* untuk menghasilkan tingkat penjualan yang tinggi.

Dalam periode operasional bulan Maret – Juli, DARA telah berhasil menjual lebih dari 960 pakaian senilai Rp. 180,604,970. DARA telah bekerjasama dengan toko konsinyasi *online* nomor satu di Indonesia seperti Zalora dan BerryBenka. Berpartisipasi didalam 5 acara lokal ternama di Jakarta seperti Pop Up Market, Market Museum, I Love Bazaar JKT, JKT Go Market Week, dan Dreamers Market. Dari sisi popularitas, DARA telah memiliki pengikut sebanyak 1400 di Instagram. Sehingga dapat dikatakan, DARA merupakan bisnis yang sangat potensial untuk dikembangkan.

## EXECUTIVE SUMMARY

DARA is a women's wear brand built by the collective aspirations of 5 Prasetiya Mulya School of Business and Economics' students in 2015. DARA offers affordable high quality women's wear with basic yet minimalist design and fitting that match perfectly with DARA's main target market needs. The main target market for DARA are women in their 18<sup>th</sup> to 31<sup>st</sup> who lives in Jakarta and South Tangerang. This choice of business area was driven by the significant increase of women's wear market, growth of women's consumptions and the change of Indonesian women's lifestyle that built up the need of clothes.

DARA offers an alteration service as an added value which never been found in other women's local brand clothing line. This service was made to fulfill the needs of Indonesian women who care the most to the fit of their clothes. From the operation division, DARA planned to launch fifteen new collections per month with support from the marketing division that reinforce social media and enhance each channel distribution includes online and offline channel to assure that DARA generate a high number of sales.

From March to July, DARA have sold more than 960 clothes worth Rp. 180,604,970 and collaborate with several well-known online consignment in Indonesia, such as Zalora and BerryBenka, participated in 5 famous local events in Jakarta, for instance, Pop Up Market, Market Museum, I Love Bazaar JKT, JKT Go Market Week, and Dreamers Market. Last, in terms of market acceptance and popularity, DARA had generate 1400 followers on instagram.

All in all, considering everything above, DARA is a potential business to be develop.