

RINGKASAN EKSEKUTIF

Alvery dibentuk dengan adanya kesempatan kelompok dalam menjalankan *business project* yang diselenggarakan oleh Prasetiya Mulya Business School untuk syarat kelulusan Strata 1.

Alvery adalah bisnis yang bergerak di bidang *fashion industry*. Produk yang ditawarkan oleh Alvery adalah produk *fashion accessories* berupa *holder*, yang menonjolkan nilai *cute*¹, unik, tidak konvensional, serta memiliki bentuk desain yang merupakan karya sendiri (asli). Alvery menawarkan bentuk desain yang tidak konvensional, dimana tim mengubah bentuk-bentuk *holder* yang biasa menjadi bentuk *3D cute mascots*. Alvery menawarkan lima *value proposition* utama, yaitu *cute* yang dapat dilihat dari desain dari produk sendiri, *unique* yang dilihat dari bentuknya yang *3D, seasonal and collectible* karena Alvery akan mengeluarkan berbagai produk dengan desain yang sama, agar konsumen dapat mengoleksi produk Alvery, *authentic design* yang merupakan karya tim Alvery, serta *limited edition*.

Pada saat ini bisnis Alvery dikelola oleh 5 orang mahasiswa, yaitu:

1. Layla (Manajer Umum)
2. Fitri Nurina Aqmar (Manajer Operasi)
3. Octaviani Marsha (Manajer Pemasaran)
4. Annatasya Fariana (Manajer Keuangan)
5. Firda Istania (Manajer Sumber Daya Manusia)

Target utama Alvery adalah para wanita yang berusia 14-25 tahun, yang peduli akan kebutuhan *fashion*, serta menyukai barang-barang yang *cute*. Golongan yang menjadi target Alvery adalah golongan di dalam SES B dan C, dengan *disposable*

income sebesar Rp1.000.000 – Rp3.000.000, di dalam wilayah Jabodetabek. Alvery mendistribusikan produknya melalui *webstore*, *social media*, secara langsung, serta melalui kegiatan penjualan di *event/bazaar*.

Alvery memiliki beberapa pesaing langsung, namun Alvery merupakan pelopor pada *industri fashion accessories holder* dengan desain yang *3D* dan *authentic*, sehingga Alvery memiliki kekuatan lebih dibanding pesaing langsungnya. Alvery juga memiliki kelemahan dibanding pesaing-pesaingnya. Hal ini karena Alvery adalah *brand* baru, sehingga belum memiliki *awareness* yang kuat dan masih sulit untuk mengambil perhatian pasar. Untuk itu Alvery melakukan pendekatan kepada pasar dengan menonjolkan kekuatan utama Alvery, sehingga Alvery yakin dapat terus berkembang dengan diimbangnya pengembangan produk yang ditawarkan.

Alvery menggunakan 3 rasio profitabilitas, yaitu *Profit Margin*, ROA, dan ROE. Pada akhir tahun pertama rasio profitabilitas Alvery tetap terjaga positif.

EXECUTIVE SUMMARY

Alvery was established the opportunity to run a business project which held by Prasetiya Mulya Business School as a requirement for Undergraduate Program.

Alvery is a business that moves in fashion industry. Products offered by Alvery are fashion accessory products which are holders, that emphasize their cuteness, uniqueness, unconventionality, with an authentic design.

Alvery offers unconventional design, in which the team transforms holders' standard design into 3D cute mascots. Alvery offers five main value propositions, which are their cuteness that can be seen from the product's design, their uniqueness that can be observed from their 3D form, their value as a seasonal and collectible items because Alvery is planning to create variety of products with the same design so that consumers are able to collect Alvery's products, their authentic design that is Alvery team's original creation, and the fact that they are limited editions.

At the moment, Alvery is run by 5 college students, consisting of:

1. Layla (General Manager)
2. Fitri Nurina Aqmar (Manager of Operational)
3. Octaviani Marsha (Manager of Marketing)
4. Annastasya Fariana (Manager of Financial)
5. Firda Istania (Manager of Human Resources)

Alvery's main target are women aged from 14-25 years old that love fashion and fond of cute collectibles. Alvery targets people that positioned in SES B and C with disposable income of Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000, and in the range area of

Jabodetabek. Alvery distributes its products through its webstore, social media, directly, and by participating in events/bazaars.

Alvery has a few competitors, but Alvery is a pioneer in the industry of fashion accessory holders with authentic 3D design, thus making Alvery had more advantage than its competitors. Alvery also has disadvantages compared to its competitors. The fact that Alvery is a new brand, resulted to low brand awareness and difficulty to grab the market's attention. Therefore, Alvery used a market approach by accentuating Alvery's main strength. Alvery believe that this project will flourished along with its products development.

Alvery used 3 profitability ratio which are, Profit Margin, ROA and ROE. At the end of its first year Alvery's profitability ratios remain positive.

