

RINGKASAN EKSEKUTIF

Madre merupakan sebuah perusahaan *start-up* yang bergerak dalam industri mode khusus pakaian ibu hamil dan menyusui. Nama Madre berasal dari bahasa Spanyol yang berarti ibu. Madre terinspirasi dari permasalahan ibu muda Indonesia yang mengalami kesulitan dalam mencari pakaian hamil dan menyusui dengan desain menarik dan trendi. Dengan *tagline* “*Timeless Beauty*”, Madre ingin menunjukkan bahwa pakaian yang ditawarkan Madre dapat mendukung kecantikan seorang ibu yang tidak lekang oleh waktu walaupun saat sedang mengandung sekalipun.

Madre menawarkan pakaian ibu hamil fungsional yang dilengkapi dengan fitur-fitur khusus yang memudahkan sang ibu untuk menyusui, serta fitur yang dapat menyesuaikan bentuk tubuh ibu saat hamil dan setelah melahirkan. Selain itu, Madre juga memiliki nilai *up-to-date* dengan desain pakaian Madre yang mengikuti perkembangan zaman, sehingga konsumen merasa percaya diri dengan menggunakan produk Madre.

Dengan nilai-nilai tersebut, Madre memiliki visi untuk menjadi penyedia pakaian hamil dan menyusui pilihan utama seluruh ibu di Indonesia. Konsumen yang dituju Madre adalah wanita menikah berusia 22-35 tahun dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga atau wiraswasta dan tergolong pada kelas atas. Dengan menawarkan produk berkisar Rp140.000,- hingga Rp220.000,-, Madre yakin memiliki peluang yang sangat besar di pasar dan dapat menghasilkan laba bersih sebesar Rp174,187,773,00 pada tahun kelima.

EXECUTIVE SUMMARY

Madre is a start-up company that offers maternity and nursing clothes. The name of Madre is derived from Spanish means mother. Madre was inspired by Indonesian young mothers' problematic that difficult to find maternity and nursing clothes with attractive design and stylish. With its tagline "*Timeless Beauty*", Madre wants to show that the products can reflect the beauty of mother even in their pregnancy time.

Madre offers a functional maternity clothes, which has a special feature that facilitate mothers to breastfeed and also the feature that can adjust to mothers' body shape during pregnancy and post pregnancy. Moreover, Madre has an up-to-date value, which its design is following the trend so consumer will not feel outdated and confident by using Madre's product.

With these values, Madre has a vision to be the first choice of young mothers in Indonesia as a maternity and nursing brand. Target market of Madre are married women aged 22-35 years old who works as a housewife or an entrepreneur and classified in upper social economy class. With the products price range between Rp140.000,- and Rp220.000,-, Madre has a great opportunity to compete in Indonesian market and can gain a projected net income of Rp174,187,773,00 in the 5th year.