

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2019), menyatakan bahwa Indonesia menempati urutan keempat sebagai produsen terbesar dengan kontribusi sebanyak 6,3 persen dan konsumen alas kaki terbesar keempat sebesar 4,5 persen. Mengutip dari Badan Pusat Statistik (BPS), terkait potensi industri alas kaki nasional yang diprediksi mencapai nilai penjualan di pasar domestik sebesar Rp5,07 triliun pada triwulan III-2023. Melihat dari data-data dan peluang yang ada, maka kelompok memilih untuk membuat bisnis di bidang fesyen yaitu alas kaki dengan nama merek Kelana.

Produk pertama dari Kelana bernama “KEIA” mengambil konsep *slip-on strap sandal*. Kelana mendesain produk yang mendukung pemberdayaan wanita yang direpresentasikan pada motif batik *ecoprint* berwarna indigo di bagian *upper sandal* hasil produksi perajin asal Kecamatan Pondok Melati, Kota Bekasi, Jawa Barat. Target pasar Kelana adalah perempuan, berdomisili di Jabodetabek, berusia 18-22 tahun yang tergolong SES A.

Kelana menawarkan *slip-on strap sandal* dengan fitur utama kenyamanan dan desain yang menarik. Dengan visi untuk menyediakan alas kaki wanita yang tebal dan nyaman sekaligus meningkatkan kesadaran akan gerakan pemberdayaan wanita. Misi Kelana yaitu meyakinkan perempuan Indonesia bahwa alas kaki yang nyaman dan tebal sama pentingnya dan esensial dengan keindahan penampilan, sekaligus mengajak masyarakat untuk lebih sadar akan gerakan pemberdayaan wanita. Bersama Kelana, kelompok berusaha untuk terus mendorong pertumbuhan karyawan kelompok dengan selalu menyediakan alas kaki berkualitas tinggi.

|              |   |   |
|--------------|---|---|
| Kata Kunci   | : | Alas kaki, sandal, <i>slip-on</i> , nyaman, pemberdayaan wanita |
| Bidang Usaha | : | Fesyen  |

## EXECUTIVE SUMMARY

The Ministry of Industry of the Republic of Indonesia (2019), stated that Indonesia ranks fourth as the largest producer with a contribution of 6.3 percent and the fourth largest consumer of footwear with 4.5 percent. Quoting from the Central Statistics Agency (BPS), regarding the potential of the national footwear industry which is predicted to reach sales value in the domestic market of IDR 5.07 trillion in quarter III-2023. Looking at the existing data and opportunities, our group chose to create a footwear business in the fashion sector with the brand name Kelana.

The first product from Kelana called "KEIA" takes the concept of a slip-on strap sandal. Kelana designs products that support women's empowerment which are represented in the indigo-colored ecoprint batik motif on the upper sandals produced by artisans from Pondok Melati District, Bekasi City, West Java. Kelana's target market is women, domiciled in Jabodetabek, aged 18-22 years who are classified as SES A.

Kelana offers slip-on strap sandals with the main features of comfort and attractive design. With a vision to provide chunky and comfortable women's footwear while raising awareness of the women's empowerment movement. Kelana's mission is to convince Indonesian women that comfortable and chunky footwear is as important and essential as a beautiful appearance, as well as inviting the public to be more aware of the women's empowerment movement. Together with Kelana, we strive to survive and stimulate growth with our employees to provide high quality Kelana footwear.

|                   |   |   |
|-------------------|---|---|
| Keywords          | : | Footwear, sandal, slip-on, comfortable, women empowerment |
| Field of Business | : | Fashion   |