

RINGKASAN EKSEKUTIF

Secara global, industri kreatif *fashion* memiliki pertumbuhan yang sangat baik dan pesat. Didukung dengan adanya globalisasi yang memungkinkan individu dari berbagai mancanegara saling berbagi informasi dan tren kekinian di tempatnya masing-masing, membuat lingkup yang bisa dijajah dari bidang industri *fashion* semakin luas dan juga beragam. Untuk perkembangan industri *fashion* di Indonesia sendiri, setelah dilakukan survei oleh Bekraf dan BPS dapat dilihat bahwa industri kreatif subsektor *fashion* memegang posisi kedua paling berpengaruh dalam kondisi penyumbangan PDB untuk perekonomian di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Badan Pusat Statistik pada tahun 2021 terdapat 30,83 juta anak usia dini di Indonesia. Dimana terbagi menjadi bayi yang berusia lebih kecil dari satu tahun, anak berumur 1-4 tahun, dan anak prasekolah yang berumur 5-6 tahun, dan berdasarkan data tersebut 57,16 % merupakan usia anak. Berdasarkan data-data diatas munculah sebuah potensi untuk membuat sebuah bisnis pakaian untuk anak dikarenakan perkembangan industri kreatif *fashion* dan juga potensi target pasar yang cukup besar. Melihat peluang yang sudah kami riset terbentuklah AMBA.

AMBA merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang *fashion* anak. AMBA menawarkan produk untuk anak yang bersifat pakaian *oversize* dengan bahan kain yang nyaman saat dikenakan dan tentunya menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dibaluti dengan tema kekayaan Indonesia. AMBA adalah singkatan dari Klambi Anak Nusantara, yang kami ambil dari Bahasa Jawa yang berarti besar, lebar, ataupun luas, hal tersebut sesuai dengan identitas produk kami karena kami menyediakan baju anak dengan model *oversize* dan memiliki desain Kekayaan Indonesia.

Dalam menjalankan bisnis ini tentu kami mengalami beberapa tantangan yang harus kami hadapai, tetapi tantangan tersebut merupakan pembelajaran yang berharga untuk kelompok agar kelompok bisa berkembang kedepannya. Strategi utama yang kami gunakan adalah market penetration. Saat ini AMBA telah berjalan selama empat bulan dimana kami membuka pada bulan April 2023. Dalam periode tersebut kami sudah melakukan penjualan sebanyak 64 produk. Berdasarkan perhitungan proyeksi finansial AMBA memiliki payback period pada bulan Desember 2023.

Kata Kunci	:	Pakaian Anak, Nyaman, <i>Trendy</i> , Desain Kekayaan Indonesia, <i>Oversize</i>
Bidang Usaha	:	<i>Fashion</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Globally, the creative fashion industry has a very good and rapid growth. Supported by globalization which allows individuals from various foreign countries to share information and current trends in their respective places, making the scope that can be colonized from the fashion industry field wider and also diverse. For the development of the fashion industry in Indonesia itself, after a survey by Bekraf and BPS, it can be seen that the creative industry of the fashion subsector holds the second most influential position in the conditions of contributing GDP to the economy in Indonesia. Based on research conducted by the Central Statistics Agency in 2021, there are 30.83 million early childhood in Indonesia. Where it is divided into babies who are younger than one year old, toddlers aged 1-4 years, and preschool children aged 5-6 years, and based on this data 57.16% are toddlers. From the data above, there is a potential to create a clothing business for toddlers due to the development of the creative fashion industry and also the potential for a large enough target market. And based on the opportunities that we have researched, AMBA was formed.

AMBA is a business engaged in children's fashion. AMBA offers products for toddlers that are oversized clothing with comfortable fabrics when worn and of course using quality materials covered with Indonesian cultural themes. AMBA stands for Klambi Anak Nusantara, which we take from the Javanese language which means big, wide, or broad, it is in accordance with our product identity because we provide toddler clothes with oversized models and have Indonesian Cultural designs.

In running this business, of course we experienced several challenges that we had to face, but these challenges were valuable lessons for the group so that the group could develop in the future. The main strategy we use is market penetration. Currently, AMBA has been running for four months where we opened in April 2023. In that period we have sold 64 products. Based on the financial projection calculation, AMBA has a payback period of December 2023.

Keywords	:	<i>Children's Clothes, Comfortable, Trendy, Indonesian Cultural Designs, Oversize</i>
Field of Business	:	<i>Fashion</i>