

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Pandora adalah sebuah perusahaan ritel *fashion* yang berdiri di Jakarta, Indonesia. Pandora telah meluncurkan produknya pada tanggal 15 April-2012 melalui situs resminya. Pandora bertujuan untuk menawarkan produk yang dapat bersaing dengan harga kompetitif untuk memenuhi kebutuhan pasar menengah keatas baik penduduk lokal maupun turis.

Pandora memiliki visi yaitu menjadi *local brand* pilihan pertama yang dapat menginspirasi para pecinta *fashion* tanah air. Dengan misi menawarkan produk kreatif dan inovatif demi memenuhi kebutuhan serta membangun hubungan emosional yang baik dengan pelanggan di Indonesia dan memanfaatkan secara maksimal kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi *stakeholders*.

Pandora menawarkan bralet yang memiliki fungsi dan desain yang berbeda dari kebanyakan bralet yang ada. Bralet Pandora memiliki *cup* dan varian panjang yang berbeda guna memberikan pilihan kepada pengguna sesuai dengan kepribadian diri mereka. Produk Pandora juga memiliki nilai ekonomis yang lebih jika dibandingkan dengan produk lain yang beredar di pasaran dengan kualitas yang sama.

Pasar sasaran yang dituju oleh Pandora adalah perempuan usia 18 sampai dengan 25 tahun dengan ukuran payudara kecil sampai sedang dan memiliki ukuran *cup* bra A sampai C, serta memiliki kepribadian yang percaya diri, mudah beradaptasi, dan aktif. Pandora menawarkan konsep yang diperkuat oleh *beta test* menghasilkan

pemahaman mengenai preferensi pengguna bralet. Penggunaan hasil *beta test* ditujukan sebagai pertimbangan dalam pengembangan produk bralet Pandora di kemudian hari.

Dengan pengalaman hampir empat tahun sebagai mahasiswa bisnis, para pendiri mengumpulkan segala keahlian yang dimiliki untuk dapat memenuhi dan mengembangkan bisnis ini. Masing-masing pendiri memiliki kemampuan yang berbeda, yakni di bidang pemasaran, operasi, dan keuangan. Di karenakan para pendiri tidak memiliki keahlian dalam industri *fashion*, maka para pendiri bekerja sama dengan perancang busana dalam membuat desain bralet Pandora.

Dengan rata-rata pertumbuhan industri *fashion* nasional 7% per tahun dan diperkirakan akan terus meningkat, kompetensi sumber daya manusia, dan hasil *beta test* yang menunjukkan bahwa bralet Pandora dapat diterima oleh pasar sasaran, maka peluang Pandora untuk menciptakan bralet masih terbuka lebar. Pada tahun pertama Pandora fokus kepada penjualan langsung melalui situs resmi yang dimiliki, pada tahun berikutnya Pandora akan melakukan ekspansi melalui saluran distribusinya, tak hanya di toko ritel Jakarta tetapi juga di Bandung dan Bali.

Pandora memulai bisnis dengan modal sebesar Rp 25.000.000. Pada tahun kedua Pandora harus sudah mencapai titik impas dengan cara meningkatkan penjualan. Pandora telah memperkirakan nilai perusahaan di masa depan, dengan NPV pada kisaran Rp104.691.395. Selain itu Pandora memperoleh IRR sebesar 54%. Dari proyeksi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Pandora layak untuk dijalankan dan dapat memberikan keuntungan yang signifikan.

## EXECUTIVE SUMMARY

Pandora is a start-up fashion retail establishment located in Jakarta, Indonesia. Pandora launched the product on April 15th, 2012 through our official site. Pandora aims to offer its products at a competitive price to meet the demand of the middle-to higher-income local market area residents and tourists.

Pandora has a vision is to be the first choice local brand which can inspire fashion lovers in Indonesia, with its mission by offering creative and innovative products to meet the needs and build an emotional connection with customers in Indonesia, and utilize the maximum competence held by the company to generate profits for stakeholders.

Pandora offered bralet that had function and design that were different from the other general bralet. Pandora's bralet has a build in cups and variety in length that gives the consumers to choose bralet that suit their personalities. Our product also had the economical value if compared to others that circulated with the same quality.

The target market that Pandora aim is women age 18 up to 25 years with bust size small to medium and cup size A to C. Their personality is confident, adaptable, and active. The concept that was offered by Pandora was reinforced by result of *beta* test that gave the understanding regarding the bralet users' preferences. The result of *beta* test will also be considered for the development of Pandora further product

With over 4 years experience as business students, the founders have gathered the expertise to complement and grow the business. Each founder holds expertise in

marketing, operation and also finance. Since the founders didn't have the expertise in fashion industry, they decided to collaborate with fashion designer to design its bralet.

With the average growth rate of national fashion industry around 7% per year and estimated to continue growing, competent human resource, and the result of *beta* test showed that its bralet has been accepted by its target market, then Pandora's opportunity to developing in creating bralet is still wide open. For the first year Pandora still focus on direct selling through our official site, in following year Pandora will begin to expand its channel distribution not only in retail store in Jakarta but also in Bandung and Bali.

Pandora started the business with Rp25.000.000 of its own capital. Pandora should break even by the second year of its operation as it steadily increases its sales. Pandora estimated the value of the company in the future, with its NPV approximately Rp104.691.395. Moreover, Pandora gained IRR at 54%. From the projection, we able to concluded that Pandora is feasible to run and could give significant profit.