

## EXECUTIVE SUMMARY

GAZE is a local brand which produces multi gadget bag; a unique carrier that accomodate consumers' need to carry multiple daily gadgets suchas smartphone, tablet PC, and accesories for those gadgets in a single bag. GAZEproritizes design and practicality asits two main value propositions which are expected to be perceived most by the targeted consumers.

GAZE's main target market is working men and women which who have a range age between 19 – 55, active and have some gadgets which they always use and bring everywhere daily such as tablet pc and smartphone. By carrying out differentiation in terms of usage and design as a key strategy in building this business, GAZE brings something new into the market which characterize GAZE's products with different added value from it's competitors by presenting new way to carry daily gadgets used by cconsumers, so that they can organize their gadgets tidier and more stylish.

GAZE has already conducted a grand launching of its first product, after they are done Alpha and Beta test.The results of the tests are used to fix technical problems occurred in the past before the grand launching was conducted on Indonesia Creative Week 2013.

Initial capital spent for creating GAZE is Rp 30.000.000. According to the calculated valuation based on the five year projections, GAZE will have NPV of Rp 624.792.819,- and IRR of 251% by the end of it's fifth operational year. The final

figures on GAZE's NPV and IRR indicates a positive value. Therefore it can be concluded that this business is feasible to carried out.



## RINGKASAN EKSEKUTIF

GAZE adalah produk lokal yang memproduksi tas untuk membawa beberapa perangkat elektronik sekaligus yang biasa dibawa seorang individu sehari-hari seperti telepon pintar, komputer tablet, dan aksesoris untuk perangkat-perangkat elektronik tersebut. GAZE memprioritaskan desain dan praktikalitas sebagai proposisi nilai utama yang ingin ditonjolkan kepada konsumen yang ditargetkan.

Target pasar utama GAZE adalah pria dan wanita yang sudah bekerja dengan jangkauan umur 19 – 55 tahun yang aktif dan memiliki beberapa perangkat elektronik yang selalu dibawa setiap hari seperti komputer tablet dan telepon pintar. Dengan mengusung diferensiasi dari segi penggunaan dan desain sebagai strategi utama dalam membangun bisnis ini, GAZE membawa hal baru ke dalam pasar dan membuat produk GAZE memiliki ciri khas serta nilai lebih yang berbeda dari kompetitor dalam pasar yang diincar dengan cara baru membawa perangkat elektronik yang biasa mereka gunakan sehari-hari, sehingga konsumen dapat mengorganisir seluruh perangkat elektronik mereka dengan lebih rapih, dan dengan gaya yang lebih menarik.

GAZE telah melakukan peluncuran produk yang sebelumnya didahului oleh tahap *Alpha Test* dan *Beta Test*. Hasil dari kedua tes tersebut digunakan untuk memperbaiki masalah teknis dari segi desain yang dimiliki produk sebelum peluncuran produk pada acara *Indonesia Creative Week 2013* pada bulan Juni 2013 dilaksanakan.

Modal awal yang dikeluarkan untuk bisnis GAZE adalah sebesar Rp 30.000.000. Berdasarkan perhitungan valuasi yang dibuat berdasarkan proyeksi lima tahun, diketahui NPV GAZE pada akhir tahun operasional kelima sebesar Rp 624.792.819,- dan IRR sebesar 251%. NPV dan IRR GAZE menunjukkan nilai yang positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa GAZE adalah bisnis yang layak dijalankan.

