

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Hampir semua masyarakat di Indonesia, bahkan di dunia, tidak bisa lepas dengan keberadaan media tulis kertas dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari pelajar sekolah, mahasiswa, hingga masyarakat yang sudah bekerja membutuhkan media tulis seperti ini. Munculnya kemajuan teknologi seperti komputer, *tablet*, hingga *smartphone* pun belum bisa menggantikan sepenuhnya peran dari media tulis kertas ini. Hal ini dibuktikan melalui riset yang dilakukan dimana 91,3% masyarakat muda (16-35 tahun) di Indonesia menggunakan media tulis kertas dalam keseharian mereka. Namun demikian, sebanyak 78,6% dari anak muda di Indonesia merasa *stationery* yang mereka gunakan cenderung kaku, konvensional, dan tidak *stylish*.

Berangkat dari permasalahan tersebut, ORCA hadir sebagai sebuah merk *stationery* yang menawarkan konsep berbeda dari kebanyakan merk *stationery* lain di pasar lokal yang cenderung konvensional bagi anak muda. ORCA menawarkan konsep *fashion-stationery* melalui produk-produk seperti notebook hingga sketchbook dengan *cover* yang *fashionable* serta memiliki desain simpel dan berwarna-warni.

Dengan modal awal sebesar Rp 48.600.000 yang berasal dari setoran masing-masing pemilik, ORCA membuat proyeksi keuangan selama 5 tahun ke depan dengan nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 349.160.802 dan *Internal Rate of Return* sebesar 227% di akhir tahun kelima. Berdasarkan potensi pasar serta analisa kelayakan bisnis yang positif tersebut, ORCA menilai bahwa bisnis ini layak untuk dikembangkan.

## EXECUTIVE SUMMARY

Most people in Indonesia, and even in the world still have a need for paper-based stationery. From students to executive workers, stationeries are used by them in a daily basis. The existence of technology such as computer, tablet, and smartphone are not able to fully replace the role of paper-based stationery. This is also proved by our research that revealed that 91.3% of young people (16-35 years old) in Indonesia are using paper-based stationery for their daily needs. However, 78.6% of them felt that stationeries that they use tend to be rigid, conventional, and not stylish.

Based on those problems, ORCA comes as a stationery brand that offers a different concept than any other stationery brands in local market. ORCA provides a fashion-stationery concept through products such as notebook, sketchbook, and other products with fashionable cover and simple yet colorful design.

ORCA were established with the initial investment from the owners amounted Rp 48.600.000. It is projected that within 5 years ORCA will have a Net Present Value (NPV) of Rp 349.160.802 and Internal Rate of Return of 227%. Based on the market opportunities and positive business feasibility, we consider that this business is feasible to be developed.