

Ringkasan Eksekutif

Data dari Databoks menyatakan bahwa produk domestik regional bruto (PDB) industri pakaian jadi dan tekstil atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp 180,22 triliun pada 2021. Sumber tersebut juga mengatakan bahwa ekspor tekstil dan pakaian jadi Indonesia tumbuh 17,74% menjadi USD 6,9 juta pada tahun 2021. Pasca-pandemi Covid-19, masyarakat mulai tertarik untuk membeli produk selain kebutuhan primer. Hal ini memperlihatkan adanya peningkatan industri tekstil di Indonesia sehingga menjadi peluang yang dapat diambil untuk memasuki usaha di bidang fesyen.

Dengan tren pakaian yang selalu berubah dengan cepat, industri pakaian banyak digemari oleh pemain lokal yang antusias untuk berinovasi untuk menciptakan model-model baru. Sejak 2021, minat masyarakat terhadap merek meningkat. Oleh karena itu, VOWELS hadir sebagai merek lokal yang berfokus di bidang industri kreatif pakaian yang menyajikan produk pakaian sesuai dengan tren yang terjadi di masyarakat. VOWELS menawarkan pakaian yang mengikuti tren dan bergaya yang dapat dipadupadankan dengan bahan yang nyaman, dapat digunakan sebagai pakaian sehari-hari baik informal maupun formal sesuai kebutuhan konsumen, serta meningkatkan kepercayaan diri penggunanya.

Adapun target pasar yang ingin dituju oleh VOWELS adalah wanita berumur 15 hingga 24 tahun yang berdomisili di kota-kota besar di Indonesia. VOWELS juga menargetkan pada kelas sosial SES A dan B dengan VALS yaitu *strivers* dan *experiencers* (*trendy*, senang mengekspresikan diri, konsumtif), serta memiliki perilaku *softcore loyal*. Dari *customer segments* tersebut, industri ini diperkirakan memiliki potensi pasar sebesar 2,225,225 unit per tahun. Selama 3 bulan penjualan, VOWELS sudah menjual 80 produk dari total produksi 96 pakaian.

Kata kunci	:	Fesyen, bisnis pakaian, gaya berbusana, fesyen berani, pakaian wanita
Bidang usaha	:	Pakaian

Executive Summary

Data from Databoks stated that the gross regional domestic product (GDP) of the apparel and textile industry at current prices (ADHB) was at IDR 180.22 trillion in 2021. The source also indicated that the Indonesia's textile and apparel exports grew by 17.74% to USD 6.9 million in 2021. Entering the post-covid-19 situation, people started buying products other than primary needs. This changing in behaviour shows development of textile industry in Indonesia thus, opening up opportunities for those who are starting in fashion industry.

The rapid change of fashion, the fashion industry is appreciated by local businesses who are enthusiastic to make fashion innovation. In addition, public has also liked local brands since 2021 and still on the uptrend. Therefore, VOWELS is present as a local brand that focuses on the creative fashion industry that presents fashion products according to trends that occur in the community. VOWELS offers trendy and stylish clothes that are produced with comfortable materials for daily use and fulfil customer's convenience. In addition, VOWELS can be used as daily wear both informal and formal according to consumer needs while increasing the confidence of its users.

The target market for VOWELS is women aged 15 to 24 years who live in big cities in Indonesia. VOWELS also targets SES A and B social classes with strivers and experiencers (trendy, likes to express themselves, consumptive), with VALS elements of strivers, experiencers, and softcore loyal behaviours. From these customer segments, the market potential of this industry is 2,225,225 units per year. After 3 months of running this business, VOWELS managed to sell 80 out of a total of 96 units produced.

Keywords	:	Fashion, clothing business, fashion style, bold fashion, women's clothing
Field of Business	:	Fashion