

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Di Indonesia, pendapatan segmen industri *panty* dan lingerie berjumlah US\$269,20 juta di tahun 2022 dan diperkirakan tumbuh setiap tahun sebesar 5,20% berdasarkan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) tahun 2022-2026.

Oni yang beranggotakan lima orang wanita melihat adanya peluang sehingga Oni memiliki visi untuk menjadi perusahaan pakaian dalam terkemuka di Indonesia yang mengutamakan kenyamanan dan kesesuaian dengan bentuk tubuh wanita. Oni menghadirkan produk *panty* yang berfokus pada elastisitas bahan yang tinggi serta menggunakan bahan natural pada area *crotch* untuk memenuhi kebutuhan wanita Indonesia melalui kenyamanan saat menjalani segala aktivitas guna mendukung dan mengekspresikan kepercayaan diri serta meningkatkan kesadaran tentang kesehatan kewanitaan.

Target konsumen dari Oni merupakan wanita yang masuk pada kelas ekonomis *emerging middle class* dan *upper middle class*, berusia 17 sampai dengan 37 tahun yang memiliki perilaku aktif, mempercayai gaya hidup sehat, dan modis, serta tinggal di daerah perkotaan.

Kegiatan penjualan dan promosi Oni dilakukan secara daring melalui media sosial dan *e-commerce*. Secara luring, kegiatan penjualan dan promosi dilakukan melalui bazar dan kolaborasi dengan komunitas wanita di Indonesia. Target yang ingin dicapai oleh Oni pada tahun pertama adalah mencapai titik impas yang diperkirakan akan tercapai pada bulan Oktober tahun 2023. Untuk mencapai target tersebut, strategi yang diimplementasikan adalah penetrasi pasar.

<b>Kata Kunci</b>	:	Fesyen wanita, pakaian dalam wanita, <i>panty</i> , kenyamanan, elastisitas tinggi
<b>Bidang Usaha</b>	:	Fesyen

## EXECUTIVE SUMMARY

*In Indonesia, revenue from the panty and lingerie industry segment amounts to US\$269.20 million in 2022, where the market for this industrial segment is estimated to grow annually by 5.20% based on the 2022-2026 Compound Annual Growth Rate (CAGR).*

*Oni, which consists of five women, sees an opportunity. Oni has a vision to become a leading underwear company in Indonesia that prioritizes comfort and conformity to women's body shapes. Oni provides panties that focus on high elasticity of the material and the usage of natural materials in the crotch area to meet the needs of Indonesian women through comfort when carrying out all activities. Our product aims to support and express self-confidence while increasing awareness about women's health.*

*Oni's target consumers are women who fall into the emerging middle class and upper middle class categories, aged 17 to 37 years who have active behavior, believe in a healthy and fashionable lifestyle, and live in urban areas.*

*Oni's online sales and promotion activities are carried out through social media and e-commerce. As for the offline platform, sales and promotion activities are carried out through bazaars and collaboration with women's communities in Indonesia. The target that Oni wants to achieve in its first year is to break even, which is expected to be achieved in October 2023. To achieve this target, the strategy implemented is market penetration.*

<b>Keywords</b>	:	<i>Women's fashion, women's underwear, panty, comfortability, high elasticity</i>
<b>Field of Business</b>	:	<i>Fashion</i>