

RINGKASAN EKSEKUTIF

Outerwear merupakan salah satu bagian dari industri fesyen di Indonesia. *Outerwear* merupakan pakaian pada lapisan luar yang digunakan untuk kegiatan mobilisasi dan sosialisasi. Jenis *outerwear* yang tidak lekang oleh waktu, nyaman, dan dapat digunakan di mana pun dan kapan pun dapat menjadi pilihan.

ZOIE merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri fesyen dengan segmen *women's apparel* dengan jenis *outerwear*. Peluang yang muncul dari penelitian adalah wanita membutuhkan *outerwear* yang dapat digunakan di mana pun dan kapan pun, desain yang mudah dipadu padan, dan nyaman. Oleh karena itu, ZOIE hadir dengan menawarkan *outerwear* dalam bentuk blazer yang memberikan 3 nilai utama dari produk yaitu kekal, nyaman, dan serbaguna yang dapat menambah kepercayaan diri dari penggunanya. ZOIE hadir dengan produk pertama yang bernama Sarah dengan 2 versi warna yaitu *navy* dan *oat* dengan menggunakan bahan *semi-wool* dengan dilengkapi dengan 2 kantong dengan desain yang minimalis dengan harga jual sebesar Rp280.000.

Target pasar ZOIE merupakan wanita berusia 20-29 tahun yang berlokasi di DKI Jakarta dengan aktivitas sebagai mahasiswa, pekerja ataupun pebisnis. Pengeluaran rumah tangga dalam kategori *upper-middle and affluent* yang suka menggunakan *outerwear*. Maka dari itu, kanal penjualan yang digunakan adalah dengan menggunakan kanal *online* berupa *marketplace*, *social media*, dan kanal *offline* berupa bazar.

ZOIE telah merancang visi dan misi untuk 5 tahun ke depan. Namun, pada tahun pertama ZOIE akan fokus untuk memastikan target penjualan tercapai, *defect rate* dibawah 6.6807%, memastikan *break-even point* tercapai pada bulan ke-10, dan mengelola kualitas kinerja anggota dengan menggunakan berbagai strategi yang tepat.

Kata kunci	:	<i>Outerwear</i> wanita, blazer, nyaman, kekal, dan serbaguna.
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

Outerwear is a part of the fashion industry in Indonesia. Outerwear is clothing on the outer layer that is used for mobilization and socialization activities. Types of outerwear that are timeless, comfortable, and can be used anywhere and anytime can be an option.

ZOIE is a company engaged in the fashion industry with the women's apparel segment of the outerwear type. Opportunities that arise from research are women need outerwear that can be used anywhere and anytime, designs that are easy to mix and match, and comfortable. Therefore, ZOIE is here to offer outerwear in the form of a blazer which provides 3 main values of the product, namely timeless, comfortable and versatile which can increase the confidence of its users. ZOIE comes with the first product called Sarah with 2 color versions, namely navy and oat using semi-wool material equipped with 2 pockets with a minimalist design with a selling price of 280.000 IDR.

ZOIE's target market is women aged 20-29 years who are located in DKI Jakarta with activities as students, workers or business people. Household expenditure in the upper-middle and affluent category who likes to use outerwear. Therefore, the sales channel used is online channels in the form of marketplaces and social media and offline channels in the form of bazaars.

ZOIE has designed a vision and mission for the next 5 years. However, in the first year ZOIE will focus on ensuring sales targets are achieved, the defect rate is below 6.6807%, ensuring the break-even point is reached in the 10th month, and managing the quality of member performance using various appropriate strategies.

Keywords	:	Women's outerwear, blazer, comfortable, timeless, and versatile.
Field of Business	:	Fashion