

RINGKASAN EKSEKUTIF

Wagen merupakan sebuah proyek bisnis yang berada pada industri *fashion*, tetapi berkonsentrasi pada tas sebagai produk yang ditawarkan. Wagen menawarkan sebuah produk yang multifungsi, sederhana, dan bergaya. Produk Wagen untuk masuk kedalam pasar, adalah tas ransel. Kami mengadaptasikan sistem MOLLE (*Modular Lightweight Load-carrying Equipment*) yang sudah digunakan oleh kalangan militer. Wagen mengadaptasi dan menyesuaikan sistem tersebut agar dapat membuat sebuah produk yang memiliki kelebihan dibanding para kompetitor, yaitu fungsi *mix & match* kantong yang dapat digunakan dalam setiap produk dari Wagen.

Wagen menganalisa industri menggunakan teori *PESTEL*, *Porter 5 Forces*, dan juga menganalisa permintaan untuk tas di Indonesia. Hasil analisa tersebut adalah bahwa industri tas, layak untuk dijalankan dan berpeluang baik untuk kedepan. Hal tersebut juga didukung dengan tingkat penjualan tas yang terus meningkat setiap tahun, dan pada tahun 2013 berada pada jumlah 11,253,300 unit. Proyeksi pada tahun 2018 akan meningkat hingga 13,609,200 unit. Selama merancang proyek bisnis ini, Wagen juga telah melakukan *focus group discussion*, *indepth interview*, kuisisioner, dan *alpha test*, dengan tujuan mengetahui minat dan pandangan para target pasar kami.

Target pasar kami, adalah masyarakat perkotaan, berusia 18 – 35 tahun, *traveller*, dan berada pada kelas sosial *middle-high*. Berdomisili di kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Bali, dan Medan. Dan juga kota besar di negara didalam wilayah Asia Pasifik sebagai target jangka panjang kami. Untuk melakukan promosi, Wagen akan melakukannya melalui media sosial, seperti *instagram*, *youtube*, dan *facebook*,

sedangkan promosi *offline* melalui acara lokal dan internasional. Untuk melakukan penjualan produk, Wagen akan melakukannya melalui *website*, acara lokal dan internasional, dan juga toko – toko. Pada tahun pertama, kami akan fokus untuk memperkenalkan merek, mengedukasi pasar tentang produk yang kami tawarkan, dan juga melakukan penjualan. Penjualan akan dilakukan melalui media sosial, *website*, acara lokal di Indonesia, dan juga toko di kota – kota besar di Indonesia.

Modal awal yang digunakan untuk memulai proyek bisnis ini adalah sebesar Rp 150,000,000,-. Wagen menggunakan pendekatan teori *free cash flow* (FCF) dan *Discounted free cash flow* (DFCF), untuk mengukur *Net Present Value* (NPV) dengan hasil NPV sebesar Rp 348,550,185,-. *Payback period* Wagen selama 2.92 tahun, *discounted payback period* selama 3.93 tahun. *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 63%, *Modified Internal Rate of Return* (MIRR) sebesar 49%. Lalu untuk *Profitability Index* sebesar 2.32.

Berdasarkan kegiatan analisa industri, analisa permintaan, hasil riset, dan proyeksi aktifitas perusahaan, maka proyek bisnis Wagen layak untuk dijalankan.

EXECUTIVE SUMMARY

Wagen is a business project that is in the fashion industry, but concentrate on the bag as the products offered. Wagen offers a product that is multifunctional, simple, and stylish. Wagen products to enter the market, is the backpack. We adapt the molle system (Modular Lightweight Load-carrying Equipment) which has been used by the military. Wagen adapt and adjust the system in order to create a product that has advantages over its competitors, namely the function of mix & match bag that can be used in any products from Wagen.

Wagen analyze the industry using the theory of PESTEL, Porter's 5 Forces, and also analyze the demand for bags in Indonesia. The result of this analysis is that the bag industry, feasible and potentially good for the future. This is also supported by the level of sales of the bags is increasing every year, and by 2013 was in the amount of 11,253,300 units. Projections in 2018 will increase to 13,609,200 units. During the project design of this business, Wagen has also conducted focus group discussions, in-depth interview, questionnaire, and alpha test, in order to know the interests and views of our target market.

Our target market, is an urban community, aged 18-35 years, traveler, and are at the middle-high social class. Residing in large cities, such as Jakarta, Bandung, Bali, and Medan. And also a large town in the country within the Asia Pacific region as our long-term target. For promotion, Wagen will do it through social media, such as instagram, youtube, and facebook.while the offline promotion through local and internasional events. To make product sales, Wagen will do so through the website, the local and international events, and also stores - store retailer. In the first year, we

will focus on introducing the brand, educate the market about the products we offer, and also do sales. Sales will be done through a social media, website, a local event in Indonesia, and also store retailers in major cities of Indonesia.

The initial capital used to start this business project is Rp 150,000,000,-. Wagen uses free cash flow theory approach (FCF) and the discounted free cash flow (DFCF), to measure the Net Present Value (NPV) with the results of the NPV of Rp Rp 348,550,185,-. The payback period for 2.92 Wagen years, the discounted payback period for 3.93 year. Internal Rate of Return (IRR) of 63%, Modified Internal Rate of Return (MIRR) by 49%. Then for Profitability Index of 2.32.

Based on the activities of industry analysis, demand analysis, research results, and projected activities of the company, then the businesses Wagen project feasible.

