

RINGKASAN EKSEKUTIF

Seth and Edith merupakan *local clothing line* yang menawarkan produk *apparel* dengan menggabungkan konsep moderen dan klasik. Sisi klasik mewakili gaya hidup pada zaman dahulu terutama dari segi cara berpenampilan yang simpel dan tidak termakan waktu. Sedangkan konsep moderen mengusung fleksibilitas dan adaptabilitas dari produk yang ditawarkan sehubungan dengan karakteristik pasar yang beragam pada era sekarang ini. Kombinasi moderen dan klasik ini kemudian menjadi inspirasi utama baik dalam pengembangan konsep merek maupun perancangan produk.

Konsep moderen-klasik memberikan karakteristik tersendiri pada produk Seth and Edith yang membedakannya dari merek lokal lainnya. Saat ini kebanyakan merek lokal menawarkan produk yang serupa dengan konsep *edgy* dan desain yang kompleks.

Tas merupakan produk utama yang ditawarkan oleh Seth and Edith. Pengembangan lini produk dilakukan pada tahun kedua dengan meluncurkan lini produk pakaian dan tahun kelima dengan meluncurkan lini produk sepatu. Selain itu Seth and Edith juga memiliki *second line* dengan merek Ride with Seth and Edith yang khusus menawarkan tas sepeda untuk pesepeda kota. Produk Seth and Edith diproses melalui kerajinan tangan dengan jumlah yang terbatas pada setiap variasi produknya.

Seth and Edith menawarkan lini produk untuk pria dan wanita. Masyarakat urban usia 16 hingga 35 tahun yang memiliki hubungan sosial luas dan memiliki pengetahuan mengenai fesyen merupakan target pasar Seth and Edith. Mereka

memberikan apresiasi lebih terhadap karya fesyen bukan dari sekedar desain namun juga kualitas dan fungsi dari produk itu sendiri.

Proses produksi Seth and Edith didukung oleh vendor yang memiliki visi dan misi yang sama, yaitu menciptakan produk berkualitas dengan memperhatikan setiap fitur secara detail. Proses produksi yang dilakukan secara *outsourcing* ini bertujuan untuk menciptakan kualitas terbaik dengan menyerahkan pada pihak yang terspesialisasi.

Peluncuran produk Seth and Edith ke pasar dilakukan pada Juli 2011 melalui *official webstore* www.sethandedith.com dan distribusi ke beberapa *concept stores* pilihan seperti Tribute dan Velodome. Selain itu Seth and Edith juga bekerja sama dengan *online stores* seperti Footurama.com dan GI untuk menjadi *features products* pada peluncuran perdana situs mereka.

Modal awal usaha Seth and Edith adalah sebesar Rp 59.366.000. Proyeksi keuangan dilakukan untuk lima tahun ke depan beserta dengan analisis kelayakan usaha bisnis. Dari hasil proyeksi dan perhitungan rasio kelayakan bisnis didapatkan NPV sebesar Rp 572.054.709 dan IRR sebesar 119%. Berdasarkan proyeksi keuangan yang telah dilakukan dan melihat potensi pasar yang ada, maka proyek bisnis Seth and Edith dapat dinyatakan layak untuk dijalankan dan dapat memberikan keuntungan yang optimal.

EXECUTIVE SUMMARY

Seth and Edith is a local clothing line offering apparel product combining classic and modern concept. The classic side represents the old fashion lifestyle that is ageless and simple, while the modern concept brings the flexibility and adaptability in line with the market characteristic in this era. This combination of modern and classic later becomes the main inspiration in developing our brand and designing products.

The modern-classic concept gives distinctive characteristic to the products that differs from other local brands in Indonesia. Nowadays, most local brands offer similar product concept, offering edgy and complex designs.

Bags are Seth and Edith main products. The product line will be developed in the second year with the launch of clothing apparel and shoes line by the fifth year. Furthermore, Seth and Edith also have a second line under the name of Ride with Seth and Edith offering messenger bags for city riders. Seth and Edith products are made carefully by the finest craftsmen with limited quantity of each variation of products.

Seth and Edith offers apparel line for men and women. Urban people ranging from 16 to 35 years old that have wide social scope and have extensive knowledge in fashion is the main target market for Seth and Edith. They give huge appreciation in the works of fashion not only from the design but also the quality and function of the product itself.

The production process of Seth and Edith is supported by vendors that hold the same vision and mission, to produce high quality products and pay attention to every

feature in detail. The process is being done via outsourcing that aims to create the best quality by submitting to the specialized one.

The launch of Seth and Edith products will be held at July 2011 through the launch of the official webstore www.sethandedith.com and distribution to several concept stores such as Tribute and Velodome. Moreover, Seth and Edith also team up with well-known online store like Footurama.com and GI and being featured as “Features Products” at their website launch.

The initial investment needed for Seth and Edith is Rp 59.366.000. Financial projection is being made and estimated the worthiness until five years in the future. From the projection, the NPV result is Rp 572.054.709 and the resulted IRR is around 119%. Based on the financial projection that has been done and by seeing the market potential it can be concluded that Seth and Edith is feasible to run and could give optimum profit.

