

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Terjadi peningkatan yang signifikan pada pengeluaran konsumen pada sektor perumahan terutama pada bidang *Home Bedding* dan *Furniture* yang mana terdiri dari produk seperti: kasur, sprei, bantal, dan selimut. Berdasarkan *grandviewresearch*, pasar global peralatan tempat tidur di dunia mencapai 87 juta dollar AS pada tahun 2021 dan sebesar 74 juta dollar AS pada tahun 2020. Kenaikan data pasar yang terjadi mencerminkan bentuk kesadaran masyarakat untuk lebih memperhatikan diri sendiri dengan mencari peralatan tidur sebagai solusi kesulitan tidur disaat pandemi melanda. Hal ini menjadi sebuah peluang bagi kelompok dalam mendirikan bisnis *bedding* yang bernama LUCID Bedding.

LUCID Bedding dengan tagline "*Sleep Well with LUCID*" hadir sebagai *bedding set* yang nyaman dengan fitur kustomisasi, terbuat dari bahan alami yang premium yaitu "Tencel Lyocell" (terbuat dari serat kayu) yang *Anti Bacterial* dan *Hypoallergenic*. LUCID Bedding bertujuan untuk menjadi *brand* yang dapat memberikan kenyamanan, fungsionalitas, dan dapat meningkatkan kualitas tidur, dengan memberikan kualitas produk terbaik. Target pasar LUCID Bedding adalah wanita yang mempunyai daya beli dan merupakan pekerja, professional, dan ibu rumah tangga yang mementingkan kenyamanan tidur serta, merupakan pembeli *bedding set* yang berasal golongan sosial menengah keatas, berlokasi di Jakarta, Tangerang, Tangerang Selatan.

Kelompok memiliki modal wirausaha dari segi *Human, Social, Industry*, dan *Economics* sebagai modal awal dalam membangun dan mengembangkan LUCID Bedding. Investasi modal awal sebesar Rp7.500.000 untuk infrastruktur dan fasilitas pendukung lainnya yang akan menambah nilai ide bisnis. Berdasarkan hasil dari analisis permintaan dan penawaran, **terdapat peluang potensi bagi LUCID Bedding** dengan *excess demand* sebanyak 1.833.302 sprei oleh konsumen setiap tahunnya.

<b>Kata Kunci</b>	:	<i>Tencel, Bedding, Sprei, Custom, Home and Living</i>
<b>Bidang Usaha</b>	:	Kriya   <i>Home and Living - Bedding</i>

## EXECUTIVE SUMMARY

*There was a significant increase in consumer spending in the housing sector, especially in the home bedding and furnished sector, which consisted of products such as: mattresses, bed sheets, pillows, and blankets. Based on grandviewresearch, the global market for bedding equipment will reach US\$87 million in 2021 and US\$74 million in 2020. The increase in market data that has occurred, reflects a form of public awareness to pay more attention to themselves by looking for sleeping equipment as a solution to sleep difficulties. This is an opportunity for the group to establish a bedding business called LUCID Bedding.*

*LUCID Bedding with the tagline "Sleep Well with LUCID" comes as a comfortable bedding set with customization features, made from premium natural materials, namely "Tencel Lyocell" (made from wood fiber) which is Anti Bacterial and Hypoallergenic. LUCID Bedding aims to be a brand that can provide comfort, functionality, and can improve sleep quality, by providing the best quality products. LUCID Bedding's target market is women who have purchasing power and are workers, professionals, and housewives who are concerned with sleeping comfort and are buyers of bedding sets who come from the middle and upper social class, located in Jakarta, Tangerang, South Tangerang.*

*The group has entrepreneurial capital in terms of Human, Social, Industry, and Economics as initial capital in building and developing LUCID Bedding. Initial capital investment of IDR 7,500,000 for infrastructure and other supporting facilities that will add value to the business idea. Based on the results of the supply and demand analysis, there is a potential opportunity for LUCID Bedding from the Home and Living industry with an estimated potential customers of 1.833.302 pcs bedding set as excess demand annually.*

<b>Keywords</b>	:	<i>Tencel, Bedding, Sprei, Custom, Home and Living</i>
<b>Field of Business</b>	:	<i>Craft   Home and Living - Bedding</i>