

RINGKASAN EKSEKUTIF

Saat ini, pakaian bukan hanya dianggap sebagai kebutuhan primer untuk menutupi bagian tubuh. Pakaian merupakan wadah ekspresi diri dan dapat dipakai untuk melambangkan identitas seseorang. Umumnya, masyarakat kelas atas selalu ingin menunjukkan kemewahan dan prestise yang disampaikan melalui pakaian mewah. Namun, tumbuhnya kelas menengah di masyarakat melahirkan adanya konsep *brand* baru yang disebut *masstige (mass prestige) brand*. *Masstige brand* adalah *brand* yang memperlihatkan produk dengan nilai prestise yang lebih tinggi daripada *brand* pada umumnya di masyarakat, namun memiliki harga yang lebih rendah daripada *luxury brand* pada umumnya. Oleh karena itu, *masstige brand* menjadi opsi yang tepat bagi kalangan masyarakat menengah yang ingin menampilkan nilai prestise dalam pakaian sehari-harinya.

Club of Five lahir sebagai *brand* fesyen *masstige* di Indonesia yang fokus pada segmentasi pasar laki-laki, berumur 20-39 tahun, berdomisili di Jabodetabek, serta termasuk dalam golongan ekonomi menengah dan menengah atas. Lahirnya Club of Five juga didukung oleh potensi pasar yang besar di Indonesia, khususnya di industri pakaian laki-laki. Untuk melakukan validasi ide bisnis, Club of Five melakukan penelitian terlebih dahulu. Penelitian tersebut menajamkan ide bisnis yang akan dibuat. Oleh karena itu, Club of Five sadar bahwa terdapat beberapa faktor yang penting dalam mengembangkan ide bisnis sebagai *masstige brand* sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif di antara para pesaing yang ada, seperti kualitas yang menonjol dan cara komunikasi *masstige* yang tepat.

Kata Kunci	:	Pakaian <i>masstige</i> , prestise, berkualitas, mewah, terjangkau
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, clothing is no longer considered as a primary need to cover up body parts. Clothing is a medium for self-expression and may be used as a way to symbolize someone's identity. Generally speaking, higher class people always want to show luxury and prestige, which is conveyed through luxurious clothing. However, the growth of middle-class people in society gave birth to a new brand concept called masstige (mass prestige) brand. Masstige brand is a brand that showcases products with higher prestige levels than luxury brands in general. Therefore, the masstige brand has become the perfect option for middle class people that want to showcase prestige value within their daily wardrobe.

Club of Five was born as a masstige fashion brand in Indonesia which focuses on the male market segmentation, aged 20-39 years, located in Jabodetabek, and belongs to the middle and upper middle economic class. The birth of Club of Five was also supported by the huge market potential of Indonesia, especially in the male fashion industry. To validate the business idea, Club of Five has done prior research. This research sharpens the business idea that will be made. Therefore, Club of Five has noticed that there are a couple of important factors needed in order to develop a masstige brand business idea so that the idea can become a competitive advantage amongst existing competitors, such as outstanding quality and the right way to do masstige communication.

Keywords	:	Masstige fashion, prestige, good quality, luxury, affordable
Field of Business	:	Fashion