

RINGKASAN EKSEKUTIF

Meningkatnya kepedulian masyarakat akan gaya hidup sehat pasca pandemi telah merubah tren fesyen beberapa tahun terakhir. Fenomena ini melahirkan kembali gaya berpakaian *athleisure* yang ditandai dengan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan pakaian olahraga di kegiatan sehari-harinya. *Athleisure* sendiri merupakan gaya berpakaian yang mengkombinasikan fitur atletis, santai, fungsional dan pakaian modis yang dapat digunakan untuk berbagai macam konteks kegiatan. Melalui nilai yang ditawarkan, gaya berpakaian *athleisure* tidak hanya bisa digunakan untuk berolahraga, namun juga dapat digunakan sehari-hari. Melalui riset pendahuluan yang dilakukan, terdapat potensi penjualan sebesar 6.686.340 produk per tahunnya.

Melihat peluang yang ada, Half Court lahir sebagai merek fesyen wanita yang mengusung nilai *athleisure*. Sebagai merek *athleisure*, Half Court berfokus pada dua aspek, yakni kenyamanan dan fungsionalitas. Melalui nilai kenyamanan, Half Court menggunakan bahan baku yang memiliki daya serap yang baik, *breathable*, dan elastis. Sedangkan, pada nilai fungsionalitas, Half Court mendesain pakaiannya agar bisa digunakan di berbagai macam konteks kegiatan. Diferensiasi yang muncul pada Half Court terlihat pada desain produk yang bertemakan: masa muda; feminin; dan keceriaan. Tidak hanya itu, Half Court juga menyisipkan logo dan atau tanda huruf yang menjadi identitas merek di setiap produk yang ditawarkan.

Target pasar dari Half Court merupakan wanita berusia 16-30 tahun. Dikarenakan isu kesehatan menjadi penting beberapa tahun terakhir, kelompok usia lebih tua juga menjadi bagian dari sasaran konsumen di industri ini. Half Court juga menargetkan masyarakat dengan status sosial menengah B, C1 dan C2 yang berdomisili di seluruh Indonesia. Untuk perilakunya, Half Court menyasarkan wanita yang mengikuti perkembangan fesyen dengan tipologi VALS *experiencers*. Melalui riset pendahuluan yang dilakukan, terdapat potensi penjualan sebesar 6.686.340 produk per tahunnya. Selama beroperasi selama 3 bulan, Half Court berhasil menjual sebanyak 189 produk dari 5 jenis produk yang ditawarkan.

Kata Kunci	:	<i>Athleisure</i> , kenyamanan, fungsionalitas, olahraga, pakaian modis
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

Increasing public awareness of a healthy lifestyle since the pandemic has changed fashion trends in recent years. This phenomenon has reborn the athleisure clothing style characterized by people's habit of wearing sports clothing for their daily activities. Athleisure itself is a type of clothing style that features a combination of athletic, casual, functional, and fashionable clothing that can be used in various activity contexts. Through the value offered, athleisure can not only be used for sports, but can also be used on a daily basis. Through preliminary research that has been carried out, there is a sales potential of 6,686,340 products each year.

Looking at the opportunity that exists, Half Court was born as a women's fashion brand that upholds the value of athleisure. As an athleisure brand, Half Court focuses on two aspects, which are comfort and functionality. Through the value of comfort, Half Court uses material with good absorption, breathable, and elastic. While, through the value of functionality, Half Court designs clothing that can be worn in different contexts. The differentiation that arises within Half Court is reflected in the design of the product, bringing the theme: youth; feminine; and playful. Not only that, Half Court also inserts logos and/or letters that become the identity of the brand in every product offered.

Half Court's target market is women aged 16-30 years old. Due to the importance of health issues in the last couple of years, older age groups have also become a part of the targeted consumer in this industry. Half Court also targets people with middle social status B, C1 and C2 that domicile all over Indonesia. For the behaviour, Half Court targets women who follow fashion developments with experiencers VALS typology. After operating for 3 months, Half Court successfully sold 189 products from 5 varieties of product offered.

Keywords	:	Athleisure, comfort, functionality, sports, fashionable
Field of Business	:	Fashion