

RINGKASAN EKSEKUTIF

NuceLux adalah bisnis fesyen khusus anak-anak usia lima hingga sebelas tahun. Produk yang ditawarkan berupa pakaian anak laki-laki dengan bahan yang nyaman untuk aktivitas sehari-hari, dan dilengkapi dengan unsur edukasi berbasis cerita. Konsep bisnis ini muncul dari tingginya permintaan pakaian anak di Indonesia, mencapai 167 juta produk per tahun, sementara masih terdapat kebutuhan akan fitur edukasi yang belum terpenuhi di pasaran. Diperkirakan merek lokal akan semakin dikenal masyarakat melalui peningkatan penggunaan iklan dan pemasaran melalui media sosial dan e-commerce. Dengan data ini, terlihat bahwa pasar pakaian anak memiliki potensi yang luas dan menjanjikan kedepannya.

Visi NuceLux adalah menjadi merek pakaian pilihan utama untuk anak-anak di Indonesia, dengan fokus pada desain yang memadukan keindahan, kenyamanan, dan unsur pendidikan. Sasaran utama NuceLux adalah ibu milenial berusia 28 hingga 44 tahun, berasal dari kelas sosial atas dengan pendapatan lebih dari Rp 9.000.000 per bulan. Keunggulan produk NuceLux meliputi desain unik dan pelayanan purna jual yang baik.

Pada tahun pertama, NuceLux berfokus untuk memperkenalkan mereknya, meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memastikan keuangan perusahaan mencukupi untuk operasional tahun pertama. Berdasarkan analisis finansial, proyeksi margin keuntungan yang diharapkan adalah sebesar 12%, dengan keuntungan bulanan yang stabil. NuceLux berhasil mencapai return on asset sebesar 57.72% pada tahun pertama dalam skenario optimis.

Kata Kunci	:	Pakaian anak, edukasi, nyaman, aktivitas, e-commerce
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

NuceLux is a fashion business specializing in children's apparel for ages five to eleven. The products offered include comfortable boys' clothing designed for daily activities, enriched with educational elements based on stories. The business concept emerged from the high demand for children's clothing in Indonesia, reaching 167 million units annually, with an unmet need for educational features in the market. It is expected that local brands will gain more recognition through increased use of advertising and marketing via social media and e-commerce. With these insights, the children's clothing market shows vast potential and promising growth ahead.

NuceLux's vision is to become the top choice brand for children's apparel in Indonesia, focusing on designs that blend beauty, comfort, and educational elements. The primary target audience for NuceLux is millennial mothers aged 28 to 44, from the upper class with incomes exceeding Rp 9,000,000 per month. NuceLux distinguishes itself with unique designs and excellent after-sales service.

In its first year, NuceLux aims to introduce its brand, increase brand awareness among consumers, enhance product quality and service, and ensure sufficient financial resources for the first year of operations. Based on financial analysis, the projected profit margin is expected to be 12%, with stable monthly profits. NuceLux achieved a 57.72% return on assets in its optimistic first year scenario.

Keywords	:	Children's clothing, education, comfort, activities, e-commerce
Field of Business	:	Fashion