

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penampilan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Secara harfiah, penampilan memiliki arti seluruh hal yang dapat dilihat secara visual dari diri seseorang dan selanjutnya memiliki kaitan erat dengan fesyen. Pola konsumsi masyarakat Indonesia yang impulsif dan konsumtif pun menunjang industri fesyen yang ada.

Di antara beragam fesyen item yang beredar di pasaran, tas menjadi salah satu item yang digemari. Fungsi utama tas sebagai wadah menampung barang saat bepergian sering dikreasikan dengan tambahan sentuhan-sentuhan estetika dan modis. Meski banyak produk tas yang beredar dipasaran, masih ada kalangan yang merasa kurang terpuaskan pada pilihan tersebut. Khiata merupakan brand fesyen yang menghadirkan produk tas dengan bahan kulit sintetis dan perpaduan motif *patchwork* yang berbahan *jeans* serta dilengkapi fitur lainnya yang mendukung kenyamanan penggunaan.

Hingga saat ini, Khiata telah berhasil menjual sebanyak 48 unit produk yang dijual dengan harga Rp229.000 per unit. Berdasarkan perhitungan keuangan yang telah dilakukan, Khiata diproyeksikan akan mencapai titik BEP (*Break-Even Point*) pada bulan Desember tahun 2024, setelah mencapai penjualan yang diperlukan untuk menutupi seluruh biaya yang telah dikeluarkan untuk berbagai aspek selama penjualan berlangsung.

Berdasarkan data-data yang telah didapatkan dan analisis yang telah dilakukan, pengembangan bisnis Khiata memiliki prospek yang cukup baik dan masih terus dapat dikembangkan. Ini demi mendukung tujuan dan dasar awal yakni untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam memenuhi kebutuhan fungsional tanpa mengesampingkan kesan modis.

Kata Kunci	:	Tas, Fesyen, Fungsi, Estetika, <i>Patchwork</i>
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

Appearance is one of the crucial aspects of human life. Fundamentally, appearance encompasses everything that can be visually observed about a person and is closely associated with fashion. The impulsive and consumptive behavior patterns of Indonesian society further bolster the existing fashion industry.

Among the various fashion items available on the market, bags are particularly favored. The primary function of a bag, which is to carry items during travel, is frequently enhanced with aesthetic and stylish elements. Despite the abundance of bag products available, there remains a segment of consumers who are still dissatisfied with the current offerings. Khiata is a fashion brand that addresses this gap by offering bags made from synthetic leather combined with patchwork denim motifs, along with features designed to enhance user comfort.

To date, Khiata has successfully sold 48 units, each priced at IDR229,000. Financial projections indicate that Khiata is expected to reach its Break-Even Point (BEP) by December 2024, after achieving the sales necessary to cover all incurred costs.

Based on the collected data and conducted analyses, the business development prospects for Khiata appear promising and capable of further expansion. This aligns with the initial objective of meeting consumers' functional needs without sacrificing style.

Keywords	:	Bags, Fashion, Function, Aesthetics, Patchwork
Field of Business	:	Fashion