

RINGKASAN EKSEKUTIF

Fesyen bukan hanya soal tren, tetapi juga tentang cara seseorang mengekspresikan diri dan identitasnya. Alexander (1947) mencatat bahwa wanita cenderung lebih memperhatikan penampilan mereka dibandingkan pria, dengan lebih banyak pilihan pakaian yang menawarkan berbagai warna, bentuk, dan gaya (Koca & Cox, 2008). Kebutuhan wanita akan pakaian yang unik mendorong munculnya solusi inovatif di industri fesyen Indonesia.

Sonne at Dawn menawarkan desain modular yang fungsional dan ekspresif, menggunakan bahan *deadstock* berkualitas untuk menciptakan gaya yang tidak bisa ditiru. Dengan visi menjadi merek fesyen terpercaya, **Sonne at Dawn** menyediakan pakaian yang memenuhi ekspektasi pelanggan dengan produk yang unik dan layanan yang prima.

Meski bersaing dengan merek seperti 3Mongkis, Shop at Velvet, Her Palais, dan Cotton Ink, **Sonne at Dawn** unggul dengan menawarkan produk unik dengan kredibilitas tinggi dan layanan yang prima. Menargetkan wanita usia 20-29 tahun dengan SES A dan B di Indonesia, **Sonne at Dawn** memanfaatkan Instagram, Tokopedia, Shopee, dan konsinyasi di One Stop Market untuk penetrasi pasar. Dengan penjualan mencapai 44 unit dari April hingga Juli 2024, bisnis ini menunjukkan potensi pertumbuhan yang solid.

Analisis finansial menunjukkan bahwa **Sonne at Dawn** dapat mencapai *payback period* dalam 6-7 bulan setelah beroperasi. Dengan nilai yang sesuai dengan minat konsumen dan proyeksi keuangan yang positif, bisnis ini menunjukkan potensi untuk sukses dan berkembang pesat.

Kata Kunci	:	Fesyen wanita, pakaian modular, desain unik, kepuasan pelanggan, kredibilitas merek.
Bidang Usaha	:	Fesyen

EXECUTIVE SUMMARY

Fashion is not just about trends; it is also about how one expresses oneself and their identity. Alexander (1947) noted that women tend to pay more attention to their appearance than men, with a wider range of clothing options offering various colours, shapes, and styles (Koca & Cox, 2008). The need for unique clothing among women has driven innovative solutions in the Indonesian fashion industry.

Sonne at Dawn offers functional and expressive modular designs, using high-quality deadstock materials to create styles that are truly unique. With a vision to become a trusted fashion brand, **Sonne at Dawn** provides clothing that meets customer expectations with unique products and excellent service.

Despite competing with brands such as 3Mongkis, Shop at Velvet, Her Palais, and Cotton Ink, Sonne at Dawn stands out by offering unique products with high credibility and exceptional service. Targeting women aged 20-29 with SES A and B in Indonesia, Sonne at Dawn leverages Instagram, Tokopedia, Shopee, and consignment at One Stop Market for market penetration. With sales reaching 44 units from April to July 2024, the business shows solid growth potential.

Financial analysis indicates that Sonne at Dawn can achieve a payback period within 6-7 months of operation. With values aligning with consumer interests and positive financial projections, the business demonstrates potential for success and rapid growth.

Keywords	:	Women's fashion, modular apparel, unique design, post-order convenience, brand credibility.
Field of Business	:	Fashion