

## **Kegiatan dilakukan sesuai Learning Plan**

### **Kegiatan**

- Membuat mindmap Ourwear
- Wawancara user dan vendor
- Membuat diagram dari hasil wawancara
- Membuat Value Proposition Canvas dari hasil wawancara dan data dari internet
- Membandingkan aplikasi Ourwear dengan aplikasi Cumi
- Membuat Timeline

### **Salinan Learning Plan**

#### **Student Information**

Name : Anthony Tan

Student number : 2101655922

Email : anthony.tan@binus.ac.id

Phone : 08127466144

Address : Jl. Budi Raya No. 21, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530

Study Program : Mobile Application and Technology

#### **Institution/Business Information**

Institution/Business Name : Binus Inkubator/Beehub

Institution/Business Address : Jl. Raya KB Jeruk No 27 Kecamatan, KB Jeruk Kota Jakarta Barat

Site Supervisor/Business Mentor Name : Hans Daniel S.kom MMSI

Position : Supervisor

Email : [Hans.daniel@binus.edu](mailto:Hans.daniel@binus.edu)

Office Phone Number : 5245830

Site Supervisor/Business Mentor Mobile Phone : 08159430 943

### **Enrichment Information**

Start Date : 1 Maret 2020

End Date : 31 Agustus 2020

Working Hours (day and time) : Senin – Jumat 09.00 – 17.00

Enrichment Type \*: **Entrepreneurship**

### **Job Position and Job Description**

#### **Describe the Job Position and Job Description during enrichment**

Saya membantu anggota kelompok dalam mengerjakan form srl, hingga membantu dalam bagian pemrograman aplikasi Ourwear.

#### **Activity Plan\***

- SRL 1-6
- Wawancara Industri dan Customer
- Membuat akun Instagram Ourwear untuk mengumpulkan pengguna
- Membuat Forum Facebook dan Instagram untuk mengumpulkan Pengguna
- Observasi
- Validasi SRL yang sudah terlaksanakan

### **Target segmen**

#### **Segmen pasar**

Geografis :

Dari segi geografis, segmen pasar Ourwear adalah orang-orang yang tinggal di Jabodetabek ataupun orang-orang yang tinggal di kota-kota besar lain di Indonesia seperti Bandung, Surabaya, Palembang dan lain-lain

- Orang yang tinggal di Jabodetabek/Kota kota besa di Indonesia.
- Demografis :

Dari segi demografis, target segmen pasar ourwear adalah remaja usia 13 tahun hingga orang dewasa yang berusia 40 tahun. Segmen pasarnya lebih ke kelas sosial menengah kebawah yang setidaknya berpenghasilan RP. 2.500.000,-perbulan.

- Umur (Child 1-6 yo, Teenagers 13-19 yo, Young adult 20-26 yo, Adult 27-40 yo)

Psikografis :

Dalam segi psikografis, kami menargetkan orang-orang yang suka memakai pakaian dari brand terkenal (Supreme & Balenciaga), dan juga mereka yang selalu mengikuti tren fashion terbaru (contohnya : Kolaborasi Supreme dan LV beberapa tahun lalu). Selain itu, kami juga menargetkan orang yang suka membeli produk fashion online dan juga orang-orang yang suka membeli produk second import.

- Orang yang suka memakai produk brand terkenal.
- Orang yang selalu mengikuti trend fashion.
- Orang yang suka membeli produk fashion online.
- Orang yang suka membeli produk fashion second.
- Orang yang suka membeli produk fashion second import.

Perilaku :

Dari segi perilaku, segmen market kami adalah orang-orang yang mementingkan penampilannya dan juga memedulikan pendapat orang lain terhadap fashionnya. Orang ini pastinya sering posting foto ootd di Instagram yang pastinya gengsi kalau postingan fotonya pakai pakaian itu-itu saja. Tipe ini juga menunjukkan kalau mereka mudah bosan terhadap produk pakaian yang sudah mereka pakai.

- Orang yang mementingkan style fashion.
- Fashion Instagramable.
- Orang yang gengsi menggunakan pakaian yang sama.
- Orang yang muda bosan dengan produk fashion yang mereka punya.

**Target Pasar**

Target pasar dari Ourwear adalah orang-orang diusia 13 tahun hingga 26 tahun dimana pada usia itu, kebanyakan dari mereka (yang lahir dikota-kota besar) sudah mengenal fashion branded. Kebanyakan dari mereka pasti menginginkan produk tersebut karena ingin dianggap terhype, terkeren dan terupdate dimata teman-temannya. Selain karena itu, mereka juga memakai pakaian branded karena terinspirasi dari public figure yang mereka idolakan.

- Teenagers (13-19 yo).
- Young Adult (20-26).
- Orang yang suka produk fashion branded tapi tidak mampu untuk membelinya.
- Orang yang suka belanja produk fashion online.
- Fashion Instagramable.
- Orang yang selalu mengikuti trend fashion.
- Orang yang suka meniru gaya berpakaian public figure/influencer idolanya.

### **Minimal Viable Product**

Ourwear telah membuat produk yang setidaknya layak jalan. Saat ini kami telah memberi pitch terhadap pelanggan dan vendor dan telah mendapatkan masukan.

### **Thread Trello**

<https://trello.com/c/h1XJGIwU>

### **Validasi**

<https://trello.com/c/ZO2gYq4i> ; Hasil Survei berada di SRL5 pada Bab 3.

### **Adobe XD**