# Executive Summary

Dengan semakin pesatnya perkembangan industri di Bandung dan semakin banyaknya anak muda yang memiliki usaha. Seiring dengan hal ini, banyak media online yang menawarkan jasa pemasaran bagi para pebisnis untuk memasarkan produknya. Hal ini juga dimanfaatkan para mahasiswa yang tengah membangun usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Namun hal ini menjadi sulit karena para pebisnis muda ini harus bersaing dengan pebisnis umum yang notabene telah lebih dulu berbisnis.

Untuk mengakomodasi kebutuhan para mahasiswa, TAJIR membangun sebuah situs jual beli *online* untuk menampung semua penjual-penjual muda yang ada di Bandung, yang diberi nama “Lapak Pasundan (LAPAS)”. Lapak Pasundan (LAPAS) merupakan suatu situs *e-commerce* yang ditujukan untuk seluruh mahasiswa yang memiliki usaha mikro di Bandung. Dibangun atas dasar untuk memfasilitasi anak muda terutama mahasiswa yang tengah membangun bisnis dalam memasarkan produk-produknya. Anak muda atau mahasiswa yang berada di Bandung yang memiliki usaha bisa memasarkan produknya di situs ini. Yang membedakan LAPAS dengan yang lainnya adalah situs ini berfokus dalam menampung penjual-penjual yang berada di Bandung dan merupakan pebisnis muda yang ingin memasarkan produknya.

Untuk pendapatan yang di dapat bisa berasal dari iklan yang ada, dengan demikian pendapatan yang di dapat bisa mengalir dengan lancar.

## Target

1. Menjadikan toko online yang terkenal di dalam maupun luar negeri.
2. Menyajikan konten-konten yang menarik.
3. Menjadikan online shop terbaik se-Indonesia
4. Online shop yang dapat dipercaya memberikan keamanan dan keaslian produk.
5. Layanan yang mempermudah penjual dalam memasarkan produk.

## Key to Success

1. Kualitas Konten
   1. Menyediakan tampilan yang menarik dan memudahkan untuk konsumen dalam mengakses website.
   2. Menyediakan layanan live chat, sehingga mempermudah konsumen dalam menanyakan produk yang akan dibeli.
   3. Penyesuaian konten website dengan kebutuhan dari pengunjung.
2. Marketing: Menjalin hubungan (relationship) dengan mahasiswa-mahasiswa perguruan tinggi yang ingin memasarkan produknya.
3. Pengeluaran: Terus menjaga pengeluaran secara baik dan terperinci, untuk meraih keuntungan (profit) secara mudah.
4. Memantau terus secara berkala mahasiswa yang melakukan registrasi sebagai performa indikator (key metrics) keberhasilan.