# 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.

# Ringkasan Perusahaan

# Product Summary

LAPAS adalah website yang menyediakan layanan.

## Kategori Layanan

1. Based on Visitor

Pengunjung dapat melakukan request untuk kategori sehingga dapat digunakan untuk author dalam melakukan improvisasi terhadap kategori.

1. Based on Author

Memberikan layanan pilih kategori untuk penjual, sehingga dalam memasarkan produknya sesuai dengan kategori yang ada.

## Inovasi Produk

1. Improvisasi website

Melakukan perbaikan pada website secara berkala baik dari sisi fungsional seperti pembaruan fitur dan penambahan fitur-fitur baru. Juga dari sisi tampilan website, dengan harapan dapat membuat pengunjung lebih nyaman saat menjelajahi website.

1. Menyediakan layanan berbayar

Perlu adanya layanan berbayar (premium) yang ditujukan untuk merchant yang ingin mendapatkan layanan yang lebih berkualitas. Hal ini juga untuk meningkatkan pendapatan perusahaan secara tidak langsung.

# Market Analysis Summary

This is a description for Market Analysis Summary

This is a description for internet user activity statistics:

1. 20% Berbelanja online
2. 35% Media Sosial
3. 15% Media Kampus
4. 5% Majalah Remaja
5. 15% Event Remaja
6. 10% Mengakses Halaman Hiburan

Penguna Internet Mencari Informasi berdasar pada :

1. Percakapan melalui teman
2. Media Sosial
3. Media Hiburan
4. Event
5. Majalah
6. Iklan

Market Segmentation

Secara umum, segmentasi market dari website ini yaitu:

1. Pelajar

Ditujukan bagi para pelajar mulai dari pendidikan tingkat menengah (SMP dan SMA) hingga tingkat tinggi (Universitas) yang sedang mencari produk fashion.

1. Umum

Ditujukan untuk masyarakat umum yang memiliki umur kurang dari 30 tahun

Competitor

Dengan semakin pesatnya bisnis jual beli online di Indonesia, tentu menjadi hal yang biasa bahwa tingkat persaingan akan cukup tinggi. Meski begitu kami tetap yakin dengan target market yang lebih spesifik akan memiliki keunikan tersendiri bagi para pengunjung.

Pesaing utama kami adalah para pemain bisnis fashion marketplace online seperti:

1. Zalora.co.id
2. Berrybenka.com
3. Shopee.com
4. dan online shop – online shop yang bergerak dibidang fashion lainnya