

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*Blush on* menjadi salah satu kosmetik yang cukup populer oleh kalangan wanita Indonesia. Pada kenyataannya, *blush on* yang beredar di pasar pada umumnya terbuat dari bahan anorganik sehingga dirasa kurang baik bagi kesehatan kulit oleh beberapa pihak. Menjawab permasalahan tersebut, SÓL hadir sebagai solusi untuk memancarkan kecantikan alami perempuan di Indonesia . SÓL menawarkan *blush on* berbahan alami dalam bentuk *gel* yang memberikan efek *fresh* dan *glowy*, serta dapat diaplikasikan dengan mudah. Menggunakan bahan dasar *aqua* yang dapat melembabkan kulit akan meningkatkan kecantikan alami kulit wajah. SÓL mengedepankan *blush on* yang memberikan tampilan *simple* dan minimalis sehingga sesuai dengan tren *makeup* saat ini, yaitu *natural beauty*. Hal ini tercermin dalam visi SÓL, yaitu menjadi perusahaan kosmetik yang aman untuk kulit wajah, berkualitas, dan terjangkau sehingga dapat memberikan kecantikan alami bagi perempuan Indonesia.

Sebagai langkah awal, *blush on* SÓL akan dibuat melalui kerja sama dengan vendor terpercaya. Rencana dalam satu tahun ke depan, SÓL akan melakukan pelatihan sehingga dapat membuat produk secara mandiri. Penjualan akan dilakukan melalui sistem *online* yang akan menjangkau pasar secara luas, yaitu target konsumen perempuan di Indonesia berusia 18 - 27 tahun. SÓL akan menjangkau konsumen kelas menengah dengan melihat adanya peningkatan minat konsumen kelas menengah terhadap kosmetik. Selain itu, SÓL juga menawarkan kelebihan dibandingkan *blush on* pada umumnya, yakni *blush on* dengan tekstur *gel* berbahan dasar *aqua* dan menggunakan bahan alami sehingga dapat menyehatkan kulit wajah. SÓL akan menggunakan metode *cost plus pricing* yang ditetapkan berdasarkan COGS serta kelebihan yang ditawarkan. Margin yang akan didapatkan adalah sebesar 79.32% sehingga harga jual produk SÓL adalah sebesar Rp119.000,00 dengan berat bersih 10ml. Berdasarkan margin yang cukup menjanjikan, SÓL akan mencapai *Break Event Point* pada penjualan 878 unit.

**Kata kunci** : *Blush on, gel, aqua, natural*, Jabodetabek

**Bidang Usaha** : *Beauty*

## **EXECUTIVE SUMMARY**

Blush on is a popular cosmetic among Indonesian women. In reality, many blush on are made of non-organic materials that will damage the skin . Thus, SÓL offers a type of blush on that can be considered distinctive from others in the existing market in Indonesia. SÓL presents blusher with new texture: gel that will give your face natural and glowy effect, which consists of 70% *aqua*, this type of formula will moisturize the skin. In addition, natural ingredients are chosen to heighten good skin and green environment. Various soft and nude colors are offered reflecting freshness, femininity and natural beauty. SÓL encourage women to adapt with the effortless-glass-makeup-look which has been the recent trend these days. This value reflected on SÓL's vision which is to be a company that offers high quality cosmetics that are safe and have an affordable price. Therefore, SÓL provides and enhances natural beauty for Indonesian women

As a preliminary plan, SÓL will be produced by chosen vendor. For the next year, SÓL plans to take part in training thus SÓL can make it own product. As for attaining sales, SÓL will be distributed through an online system, therefore the segmented market can be reached widely. SÓL's potential customers are female within the age range of 17-25 years or are in the productive age. Furthermore, SÓL will target the middle class economy which has a good growth for the interest of cosmetics products. Not only that, SÓL also has competitive advantage from its competitor (natural ingredients, gel texture, and *aqua* based products). Therefore, SÓL decided to set the price by cost plus pricing strategy at Rp119.000,00 for 10ml net weight. The margin is 79.32% which is a good business to invest. SÓL will reach the Break Event Point at 878 units blush on.

**Keywords** : *Blush on, gel, aqua, natural, Jabodetabek*

**Business Fields** : *Beauty*