

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada era sekarang ini, sebagian besar pria sudah mulai memperdulikan penampilan baik itu rambut, gaya berpakaian, dan juga wajah. Kebersihan wajah sudah menjadi salah satu aspek dalam meningkatkan kepercayaan diri sebagian besar individu saat melakukan sosialisasi dengan banyak orang. Setiap individu memiliki caranya masing-masing untuk menjaga kebersihan wajah. Pada saat berada di luar rumah, sebagian besar dari mereka hanya membas wajah dengan air dikarenakan tidak praktisnya packaging sabun cuci wajah untuk dibawa.

Berdasarkan penelitian kualitatif, penelitian kuantitatif, alpha test, dan beta test, didapatkan hasil bahwa FASH merupakan produk tisu basah untuk wajah yang memiliki keunggulan *facial wipes on-the-go, free alcohol, dan clean and feel fresh*. Konsep *on-the-go* diterapkan karena sebagian besar pria menyukai hal yang praktis sehingga FASH menghadirkan produk tisu basah dengan konsep *sachet* dimana 1 *sachet* berisi 1 tisu sehingga produk tersebut praktis untuk dibawa kemana saja dan dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri para pria agar wajahnya tetap terlihat segar dan bersih. Perusahaan FASH bekerja bersama PT Freshening Indonesia untuk memproduksi tisu basah untuk wajah. Tisu basah FASH tidak mengandung alkohol untuk mencegah terjadinya iritasi pada kulit. Walaupun tidak menggunakan alkohol, produk FASH tetap dapat membunuh bakteri yang menempel pada wajah dengan kandungan polyhexamethylene biguanide yang merupakan antiseptik yang aman untuk kulit. Tisu basah FASH memiliki ukuran sebesar 200mm x 220mm dengan ketebalan 50 gram.

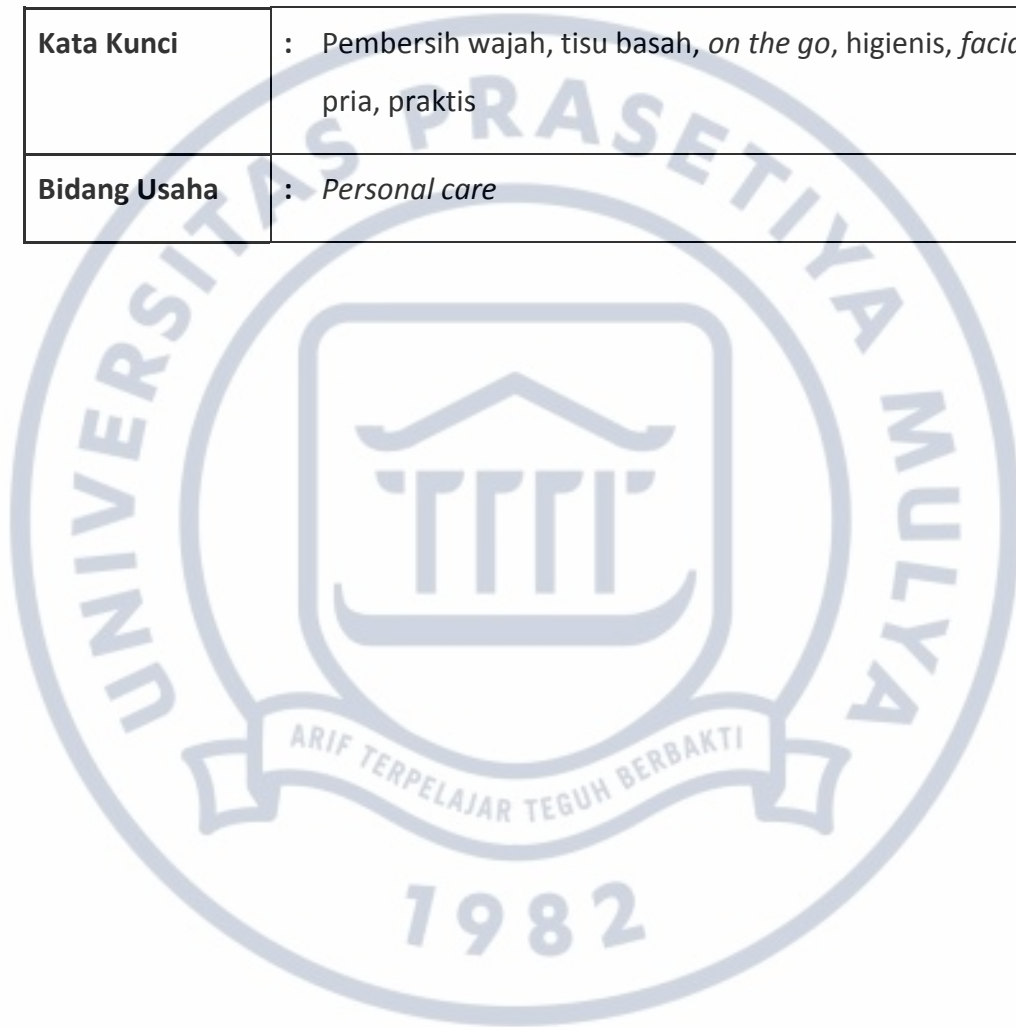
FASH mulai beroperasi pada bulan Maret 2020 dan penjualan mulai dilakukan pada bulan Mei 2020. FASH melakukan penjualan pada 2 kondisi yaitu pada saat pandemi dan *new normal*. Pada bulan Maret hingga Agustus merupakan kondisi dimana pandemi COVID-19 dan bulan September hingga Februari merupakan kondisi *new normal*. Kondisi-kondisi tersebut cukup berpengaruh pada penjualan produk tisu basah FASH.

FASH memiliki *target market* orang yang suka berolahraga dan orang yang merupakan profesional dimana orang tersebut merupakan orang yang memiliki banyak aktifitas di luar rumah dan selalu memperhatikan penampilannya. FASH menjual produknya seharga Rp 25.000.- untuk 1 box tisu basah dimana untuk 1 box nya berisi 7 *sachet*. Pada saat pandemi, FASH melakukan penjualan pada platform online yaitu *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia serta Instagram dan Line@. Namun pada saat *new normal* FASH tetap melakukan penjualan pada platform online dan juga konsinyasi kepada *barbershop*.

Modal investasi awal yang dibutuhkan oleh FASH adalah sebesar 30 juta rupiah. FASH memproyeksikan bahwa *payback period* akan tercapai di bulan ke-9

operasional, terhitung sejak awal produksi pada awal bulan Maret, sehingga diproyeksikan *payback period* akan tercapai pada awal bulan Januari 2021 saat kondisi *new normal*. Dengan asumsi rata-rata penjualan 181 box setiap bulannya dan *net profit margin* sebesar 12%. FASH telah mencapai omset Rp 6.800.000.- dengan total 272 box hingga bulan Juli dan akumulasi hitungan laba rugi mencapai -Rp4.030.684.- pada kondisi pandemi. Namun, apabila penjualan berikutnya sesuai dengan target yang ditentukan, maka diperkirakan akumulasi hitungan laba rugi mencapai Rp9.549.454. Kinerja ini merepresentasikan ROI sebesar 33,96%.

Kata Kunci	: Pembersih wajah, tisu basah, <i>on the go</i> , higienis, <i>facial wipes</i> , pria, praktis
Bidang Usaha	: <i>Personal care</i>



EXECUTIVE SUMMARY

In this era, the majority of men start to pay more attention to their apparel such as hair, appearance, and face. Face hygiene becomes one of many aspects to boost confidence when interacting with other people. Each person has their own way to take care of their face hygiene. During an outdoor activity, the majority of men clean their face with only water as the result of inefficient packaging of facial wash to be carried around.

Based on qualitative research, quantitative research, alpha test, and beta test, FASH concludes that FASH is facial wet tissue with advantages that become its value, such as facial wipes on-the-go, free alcohol, and last but not least clean and feel fresh. On the go concepts are adapted from the majority of men who have the urge of having an efficient product, and that makes FASH to create a facial wet tissue within a sachet for each tissue which makes it easier to be carried wherever they go and support man to increase their self confident by taking care of their face hygienity. FASH cooperates with PT. Freshening Indonesia to produce facial wet tissue as FASH main product. FASH facial wipes do not contain alcohol to prevent skin irritation. Although FASH did not use alcohol, FASH is still able to kill germs with polyhexamethylene biguanide which is an antiseptic that is safe for skin. FASH has a dimension of 200mm x 220mm and thickness of 50 gram for its tissue.

FASH is a facial wash wipes that has the advantages of facial wipes on-the-go, free alcohol, and clean and feel fresh. FASH targets people who love to workout and also professionals who spend most of their time outdoors but still pay attention to their appearance. FASH selling price is Rp 25.000 for each box and 1 box has 7 sachet of FASH. FASH sells its product online on e-commerce such as Shopee and Tokopedia and also on Instagram and Line@.

FASH started to operate in March 2020 and was ready to sell in May 2020. FASH sells in 2 conditions, during the pandemic and new normal. May to August 2020 is a condition where the Covid-19 pandemic and September to February are new normal conditions. These conditions had a significant impact on the sales of FASH wipes.

The initial investment needed to start the business was Rp 30.000.000. FASH projected that the payback period of the business will be met in the 9th month of operation, starting from March. Therefore, it is projected the payback period will be at the beginning of January 2021 which in new normal condition. Assuming that average monthly sales are at 230 box and net profit margin is at 12%. FASH accumulated total sales of Rp 6.800.000 with a total of 272 boxes sold until the end of July, and 3 months net loss of -Rp 4.030.684. which in pandemic COVID-19. However, assuming FASH sales next month and further are on target, then the accumulated total sales can be predicted around Rp9.549.454. With this stellar performance, the company's ROI is projected to 33,96%.

Keywords	: <i>Facial wash, wet tissue, on the go, hygiene, facial wipes, men, efficient</i>
Field of business	: <i>Personal care</i>

