

RINGKASAN EKSEKUTIF

Narta merupakan *brand* salah satu produk *Business Project* berupa pengharum mobil berbahan dasar natural dengan aroma *fresh*. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), penjualan mobil mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan rata-rata sebesar 6.83%. Hal ini memberi kepastian bahwa akan selalu ada peminat untuk membeli pengharum mobil. Dengan melihat data penjualan pengharum mobil di Euromonitor, pengharum mobil memiliki kontribusi sebesar 82% (767.9 miliar) dari total penjualan pengharum (929.1 miliar). Sehingga, Narta tertarik untuk masuk ke dalam bisnis pengharum mobil.

Pengharum mobil yang Narta tawarkan memiliki 2 varian aroma, yaitu daun pandan dan jeruk purut. Pemilihan aroma tersebut berdasarkan ketidakterdediaannya kedua varian tersebut di pasaran, yang umumnya didominasi aroma kopi. Narta hadir untuk mewujudkan produk pengharum mobil dengan nilai *natural* dan *fresh* serta dengan aroma lembut yang disukai konsumen. Narta akan terus mengembangkan seluruh aspek bisnis melalui penerapan nilai SCENT, pelaksanaan kegiatan usaha yang efektif dan ideal, dan terus berinovasi dengan tujuan akhir memberi kepuasan seluruh belah pihak, baik konsumen, mitra bisnis, dan yang terpenting, ibu pertiwi.

Selama 3 bulan bisnis Narta berjalan, Narta berhasil menyampaikan nilai perusahaan melalui penjualan lebih dari 200 produk yang mayoritas disebarkan ke wilayah Jakarta dan Tangerang Selatan melalui *e-commerce* karena adanya Pandemi COVID-19. Setelah berlakunya *New Normal*, Narta mulai melakukan penetrasi *offline* melalui konsinyasi di 5 tempat yang berbeda. Kegiatan usaha Narta selama 3 bulan menghasilkan performa yang sangat baik dan berdampak positif pada kesehatan finansial perusahaan. Rasio kegiatan bisnis Narta yang berdasarkan pada *Return on Assets* dan *Equity* menunjukkan performa pencapaian seluruh divisi sebesar 66.67%. Rasio pada bulan pertama tidak tercapai karena mulai berlakunya masa PSBB.

Kata Kunci	:	Pengharum mobil, natural, produk substitusi, fresh, desain
Bidang Usaha	:	Pengharum mobil

EXECUTIVE SUMMARY

Narta is a brand from a Business Project in the form of a car-based air freshener with a fresh scent. According to the Official Statistics Indonesia, there is an annual increase at the car sales section with an average of 6.83%. This gives certainty that there's always someone that's interested in buying a car freshener. Based on Euromonitor, car air freshener has contributed 82% (767.9 billion rupiah) of total air freshener sales (929.1 billion rupiah). Therefore, Narta is interested in entering the car air freshener business.

Narta's car air freshener offers 2 different variants, such as pandanus and lime leaves scent. The reason we choose these scents is based on the unavailability of the two variants, which are predominated by coffee. Narta serves to present a natural and fresh car air freshener along with a soft aroma that consumers like. Narta will always thrive to improve in every business aspect through the "SCENT" value, together with effective and ideal business activities, and non-stop innovation to pursue the ultimate goal of giving maximum satisfaction for everyone, both consumers, business partners, and most importantly, mother nature.

During the 3-months-run of Narta's business, Narta succeeded in conveying its value by selling more than 200 products, which majority are distributed to Jakarta and South Tangerang areas through e-commerce due to the COVID-19 Pandemic. After the New Normal, Narta began to penetrate offline via consignment in 5 different places. Narta's business activities for 3 months resulted in excellent performance delivering a positive impact on the company's financial health. Narta's business activity ratio based on Return on Assets and Equity depicting overall division's performance of 66.67%. First month ratio was unachieved due to the enactment of the PSBB period.

Key Word	:	<i>Car freshener, natural, substitute product, fresh, design</i>
Business Field	:	<i>Car air freshener</i>