

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Iklm Indonesia yang tropis serta kebiasaan masyarakat yang akrab dengan pendingin ruangan membuat kulit menjadi kering. Data Euromonitor (2016) menunjukkan bahwa Indonesia merupakan 10 besar negara dengan pertumbuhan industri *skin care* tertinggi dunia. Data ini juga menyatakan bahwa wanita dan pria Indonesia menghabiskan waktu 30 menit dan 20 menit untuk melakukan perawatan kulit setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kebutuhan masyarakat akan perawatan kulit.

Florence & Laurent merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang *personal care*. Visi dari perusahaan adalah menjadi sebuah perusahaan penyedia *personal care* yang terkemuka di Indonesia dengan mengutamakan kualitas produk dan kebutuhan konsumen. Florence & Laurent mengusung *body lotion* sebagai produk pertamanya. *Body lotion* yang ditawarkan bebas dari kandungan paraben, tidak lengket di kulit, dan memiliki kandungan *shea butter* yang merupakan ekstrak minyak alami dari pohon karite yang terkenal baik untuk melembabkan kulit. Saat ini, Florence & Laurent memiliki dua varian produk, yaitu *Fleurs de Cerisier (Cherry Blossom)* yang mewakili wangi yang lembut dan *Petit Bébé (Original Baby Scent)* mewakili wangi yang menyegarkan.

*Target* pasar dari Florence & Laurent adalah wanita dan pria dengan usia 15 sampai 35 tahun dengan karakteristik *innovators, thinkers, dan experiencers*. Florence & Laurent berdiri sejak 20 April 2017 dan telah menjual sebanyak 221 botol sampai 30 Juli 2017. Media penjualan dari Florence & Laurent adalah penjualan melalui *website, social media, dan serangkaian aktivitas bazaar* seperti GoGirl ataupun Bayibubu.

Dengan harga jual Rp. 89,000.00, diestimasikan bisnis ini akan mengalami *breakeven point* pada saat penjualan 1.318 unit dengan estimasi *payback period* selama 20.8 bulan dan memiliki estimasi ROI sebesar 57.54%.



<b>Kata Kunci / Keywords</b>	:	Pelembab kulit, paraben free, shea butter, terjangkau, dan wangi
<b>Bidang Usaha</b>	:	Skincare

## EXECUTIVE SUMMARY

The growth of skin care in Indonesia is well-supported by the tropical climate as well as the familiar community habits to stay in the room with air conditioner which makes the skin dry. Data from Euromonitor (2016) illustrate that Indonesia is one of the top 10 countries with the highest growth skin care in the world. This data also depicts regarding women and men in Indonesia spend their time around 30 minutes and 20 minutes to maintain and care their skin. These fact illustrates there is need for skin care product to common people.

Florence & Laurent is a business that is engaged in personal care. Our vision is to become a leading provider of personal care brand in Indonesia by prioritizing product quality and consumer needs. Florence & Laurent launch body lotion as our first product. Our body lotion is paraben-free, non-greasy, and contains shea butter, which is a natural oil extract from a well-known karite tree to moisturize the skin. Currently, Florence & Laurent has two product variants, namely *Fleurs de Cerisier* (Cherry Blossom) which represents flowery fragrance, and *Petit Bébé* (Original Baby Scent) represents fresh fragrance.

Target market of Florence & Laurent is for all gender in ages between 15 and 35 years old with the lifestyle such as innovators, thinkers, and experiencers. Florence & Laurent established since April 20, 2017 and has sold 221 bottles until July 30, 2017. Florence & Laurent selling channel are from direct selling through website, social media, and a series of bazaar activities such as GoGirl or Bayibubu.

With the selling price of our lotion in Rp. 89,000.00, it is estimated that the business will meet breakeven point at the quantity of 1.318 units with estimated payback period around 20.8 months and has an estimated *return on investment* of 57.54%.



<b>Keywords</b>	:	Body lotion, paraben free, shea butter, affordable, dan fragrant
<b>Business Fields</b>	:	Skincare