

Ringkasan Eksekutif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Canadean, terjadi peningkatan nilai pasar dari tahun 2008 sampai 2018 pada industri kecantikan di Indonesia setiap tahunnya. Hal ini didasari oleh pertumbuhan masyarakat yang semakin bertambah dan meningkatnya minat masyarakat akan industri ini baik dari segi produk dan tren yang ada. Perkembangan industri ini juga didasari munculnya banyak produsen kosmetik baik dari luar maupun lokal yang menawarkan banyak varian kosmetik yang baru dan menarik minat konsumen.

Sejak tahun 2016, BLP Beauty hadir dengan menawarkan produk *lipcoat* sebagai produk pertama mereka yang sangat menarik minat konsumen. Pada tahun 2017, BLP Beauty kembali muncul dengan produk *eyeshadow pen* sebagai kategori baru yaitu *#inyoureyes collections*. Setelah melakukan wawancara dengan pihak perusahaan dan konsumen dari BLP Beauty, ditemukan masalah penjualan produk *eyeshadow pen* yang stagnan dari masa peluncurannya hingga saat ini, terbukti dari produk ini hanya terjual kurang dari sepuluh persen dari total keseluruhan dalam kurun waktu delapan bulan. Selain itu masa penggunaan produk ini hanya sampai Juni 2019. Setelah melakukan penelitian ditemukan bahwa akar masalah yang ada adalah kurangnya komunikasi dan produk yang terjual sangat lambat.

Berdasarkan hasil analisis dari riset kualitatif yang penulis lakukan, penulis memfokuskan alternative solusi untuk market B2B (*business to business*) dengan pendekatan *personal selling* dan *discount pricing*. Alternatif ini dirasa dapat

membantu perusahaan dalam menjual produk dalam jumlah yang besar. Dari hasil wawancara industri, industri pernikahan khususnya untuk souvenir bridesmaids dan industri *hampers* memiliki potensi yang paling tinggi baik dari segi waktu dan prosedur.



Executive Summary

Based on research conducted by Canadean, In 2008 to 2018 industry is growing every year. This is based on growing community and the increase of interest of beauty industry both in terms of product and trends. The development of this industry is also based on the emergence of many manufacturers of cosmetics both from outside and local that offers many variants of new cosmetics and attract consumers.

Since 2016, BLP Beauty comes by offering lipcoat product as their first product that is very attractive to consumers. In the following year BLP Beauty launched a new category for the eye, namely #inyoureyes along with its new eyeshadowpen product. The author conducted interviews with companies and consumers, who later found the problem of low eyeshadow pen sales, this was supported based on sales report and inventory turnover. This sale problem becomes important because the usage period only until July 2019. Based on the results of the analysis found that the root cause of the problems are lack of communication and low inventory turnover.

Based on the results of qualitative research that the authors do, the authors focus on alternatives to the B2B market (business to business) with personal selling approaches and discount prices. This alternative can help in selling large quantities of products. From the results of industry interviews, the wedding industry specifically for bridesmaids and industrial souvenirs has the highest potential both in terms of time and procedure.