

RINGKASAN EKSEKUTIF

Di Indonesia, industri perawatan kecantikan sejak tahun 2016 mengalami kenaikan permintaan yang cukup tinggi (Euromonitor, 2017). Hal ini terjadi karena adanya peningkatan kepedulian masyarakat terutama perempuan terhadap kecantikan maupun kesehatan tubuh mereka termasuk ketiak. Pada umumnya produk perawatan ketiak yang ada di Indonesia hanya deodoran saja (Euromonitor, 2017), yaitu sebagai penghilang bau badan khususnya ketiak. Komposisi yang digunakan rata-rata mengandung bahan kimia berbahaya. Di mana terdapat permintaan lebih oleh para perempuan, yaitu adanya keinginan untuk merawat ketiak tidak hanya menjadi tidak berbau, namun juga menjadi lebih cerah atau sesuai dengan warna kulit mereka yang sesungguhnya. Selain itu, masyarakat mulai menyadari bahayanya zat-zat kimia bagi tubuh mereka, sehingga seiring dengan berjalannya waktu masyarakat mulai perlahan-lahan beralih menggunakan bahan natural. Dengan adanya permintaan tersebut, Lore melihat adanya peluang untuk menciptakan produk yang dapat menjawab kebutuhan para perempuan di Indonesia. Produk tersebut merupakan serangkaian perawatan ketiak berbahan dasar natural yang terdiri dari satu botol deodoran berguna untuk mencegah bau badan dan satu botol serum untuk merawat ketiak agar menjadi lebih cerah.

Target utama dari Lore adalah perempuan berusia 21-35 tahun, SES *Middle* dan *Upper Middle* yang memiliki kriteria VALS yaitu *Experiencers* dan *Achievers*. Di mana dari VALS itu termasuk orang-orang yang mempunyai keinginan lebih untuk mencoba sesuatu, mempunyai antusias tinggi, sukses dalam berkarir, dan menyukai produk penuh gaya atau premium.

Harga yang diberikan oleh Lore untuk satu rangkaian produk ini adalah Rp218.000,00. Hingga Juli 2018, produk Lore telah tersebar secara *online* melalui Instagram, Line@, dan *e-commerce*. Lore juga melakukan distribusi secara *offline* melalui *consignment* di tempat salon yang tersebar di Jakarta maupun Tangerang.

Produk Lore telah terjual 152 unit dari total target penjualan yaitu sebesar 1445 unit (tahun pertama). Lore diprediksi akan mencapai BEP (*Break-Even Point*) ketika berhasil menjual sebanyak 679 unit dan mencapai *payback period* pada 1 tahun 1 bulan. Lore akan terus melakukan upaya untuk menjaga kualitas produk dan terus mengembangkan *consignment* yang ada agar produk Lore dapat tersebar lebih luas lagi di Indonesia sehingga *brand awareness* dan *profit* yang dihasilkan akan terus meningkat. Untuk tahun kedepannya, Lore akan melakukan pengembangan produk yang tetap berada di industri perawatan kecantikan.

Kata Kunci	:	Perempuan, kecantikan, perawatan pribadi, perawatan ketiak, mencerahkan ketiak, pasar deodoran, Lore
Bidang Usaha	:	Kecantikan dan perawatan pribadi



EXECUTIVE SUMMARY

In Indonesia, the demands on beauty care industry has increased since 2016 (Euromonitor, 2017). This happens due to the increased of women awareness for their beauty and health including their underarm. In general, underarm care products existed in Indonesia was only deodorant (Euromonitor,2017), which used as an odour prevention. However, the ingredients used were high in toxic chemicals. On the other hand, there is an actual demand from women to take care of their underarm not only to become odourless but also to be brighter or bring back their natural skin tone. Furthermore, customers have realised the danger of toxic chemicals for their body, so, they have started to replace their products with natural products instead. Looking back to those demand, Lore seek an opportunity to invent a product to answer the needs of Indonesian women. Specifically, Lore is a natural based underarm care product which come as a whole package that consist of one bottle of deodorant to keep underarm odourless and one bottle of serum to brightens up underarm skin.

Accordingly, the main target market of Lore is women aged 21 until 25 years old, SES Middle and Upper Middle with VALS criteria of Achievers and Experiencers. Moreover, the people consist on those groups are those who are curious of trying new things, high in enthusiasm, success on their career and interest in trendy and premium products.

Subsequently Lore offers this product for IDR 218.000. Until July 2018, the products have been distributed online through Instagram, Line@, and E-commerce. In addition, Lore also available offline through consignment with four salons located in Jakarta and Tangerang. Since then, 152 out of 1445 units have been sold. Lore is predicted to reach BEP (Break Even Point) when it successfully sells 679 units and reaches payback period in 1 year 1 month. Lore will continue to maintain the quality and continue to develop existing consignment so Lore will be found wider in Indonesia

to increase brand awareness and sales. In the following years, Lore is looking for to keep inovating on natural premium beauty care products.

Key Word	:	Woman, beauty, personal care, underarm care, underarm brightening, deodorant market, Lore
Business Fields	:	Beauty and personal care

