

RINGKASAN EKSEKUTIF

Skin Junkie adalah perusahaan yang bergerak di industri Bath & Shower. Di mana produk-produk yang kami tawarkan adalah sabun dengan berbagai bentuk, *body lotion*, *body scrub*, *hand sanitizer*, dan sebagainya. Produk yang kami hadirkan adalah produk yang segar, *handmade*, dengan campuran bahan natural. Produk yang ditawarkan oleh Skin Junkie tidak hanya sekedar produk kecantikan biasa, namun terdapat konsep kuat di baliknya.

Konsep Skin Junkie adalah kecantikan pada era 1950, di mana terdapat beberapa ikon kecantikan seperti Marilyn Monroe, Audrey Hepburn, dan sebagainya. Secara singkat, para *founder* memilih kecantikan di era 1950, adalah karena saat itu definisi kecantikan adalah pada para wanita yang memiliki kulit yang sehat dengan ukuran tubuh yang bervariasi, berbeda dengan tahun kecantikan di era tahun 2000 yang lebih menonjolkan kecantikan sebagai tubuh yang kurus. Konsep kecantikan era 1950 ini mencerminkan karakteristik dari perusahaan Skin Junkie yang menarik, *playful*, dinamis, dan cantik. Selain itu konsep permainan warna juga sangat ditonjolkan dalam kemasan Skin Junkie guna menarik perhatian konsumen kami.

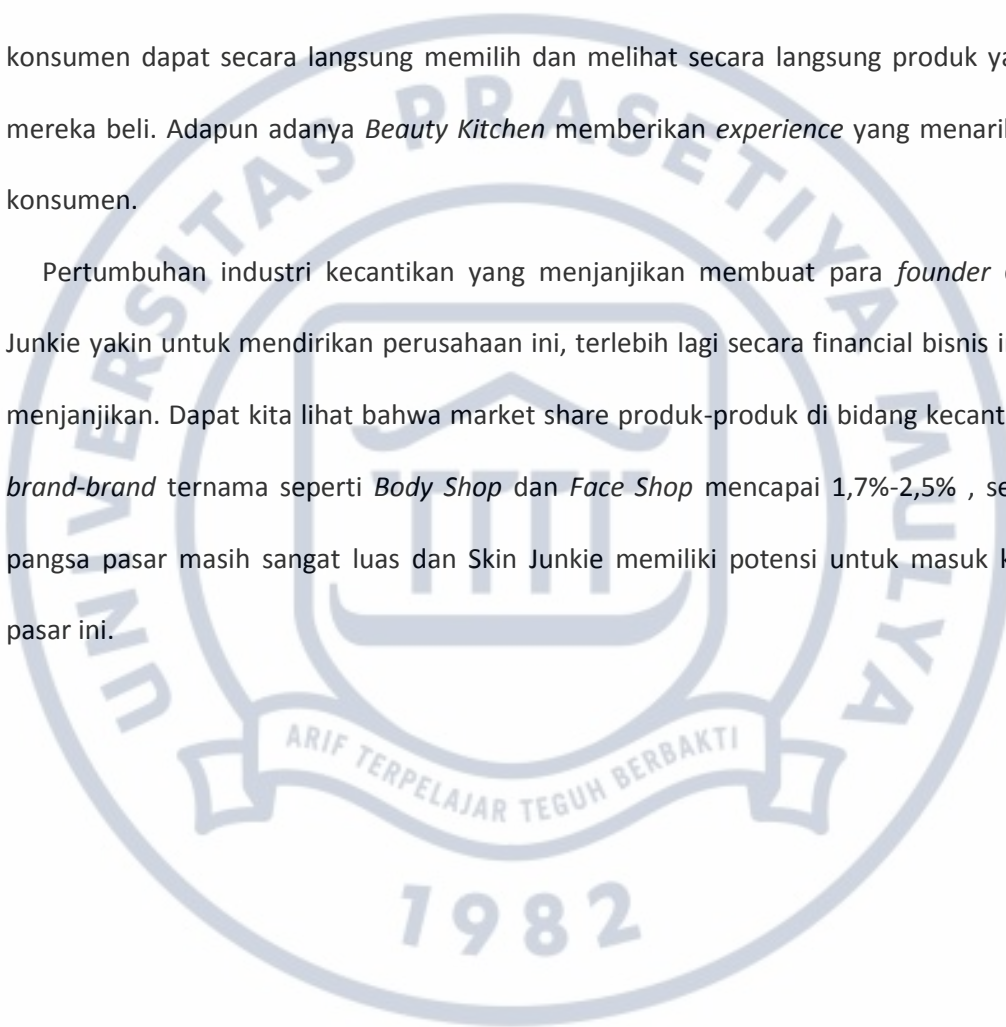
Target market dari Skin Junkie adalah para perempuan usia 16-40 yang dapat disebut sebagai *urban chic*, yang artinya adalah para perempuan modern yang mengikuti era globalisasi, memiliki pemikiran terbuka, mandiri, berani mencoba hal baru, dan tahu apa yang terbaik bagi diri mereka.

Rencana Skin Junkie kedepannya adalah untuk membuka *offline store* yang dimulai dari DKI Jakarta dan memiliki cabang di berbagai kota besar Indonesia. Untuk saat ini, produk Skin Junkie dapat dibeli dari *website* resmi Skin Junkie yaitu www.helloskinjunkie.com. Selain itu, berbagai macam produk Skin Junkie juga dapat dilihat melalui Instagram di

@skinjunkieid. Skin Junkie dapat dihubungi melalui LINE@ *Official Account* di @skinjunkieid dan Whatsapp messenger di +6281932622252 (Ms. Hillary).

Salah satu konsep menarik dari Skin Junkie yang masih jarang di pasaran adalah adanya *Beauty Kitchen* yang diselenggarakan setiap *bazaar* dan akan diadakan secara permanen saat Skin Junkie memiliki toko tetap. *Beauty Kitchen* adalah dapur terbuka di mana konsumen dapat secara langsung memilih dan melihat secara langsung produk yang ingin mereka beli. Adapun adanya *Beauty Kitchen* memberikan *experience* yang menarik kepada konsumen.

Pertumbuhan industri kecantikan yang menjanjikan membuat para *founder* dari Skin Junkie yakin untuk mendirikan perusahaan ini, terlebih lagi secara financial bisnis ini sangat menjanjikan. Dapat kita lihat bahwa market share produk-produk di bidang kecantikan bagi *brand-brand* ternama seperti *Body Shop* dan *Face Shop* mencapai 1,7%-2,5% , sedangkan pangsa pasar masih sangat luas dan Skin Junkie memiliki potensi untuk masuk ke dalam pasar ini.



EXECUTIVE SUMMARY

Skin Junkie is a small beauty company based in Jakarta, that operates within the bath & shower industry in Indonesia. Our core products are bath and body products, specifically body wash, body lotions, body scrubs, and a wide variety of soap bars. The products that we offer are more than the average bath and body products. The products are fresh, handmade, made with natural ingredients, and also a strong background story.

Skin Junkie's core concept is the beauty of the 1950s, where beauty icons such as Marilyn Monroe and Audrey Hepburn once graced the screens and the theatres, easily becoming the trendsetters of the era. The founders of Skin Junkie chose this concept because the key point of beauty in that era is to have a healthy skin, be it with various body types. This mindset of beauty is greatly different to the ideals of beauty in the 2000s which emphasizes on having a slim figure. The idea of beauty in the 50s reflects the company's values which are attractive, playful, dynamic, and pretty. Moreover, Skin Junkie's packaging uses very vibrant colors to attract our customers.

Skin Junkie's main target market are women between the ages of 16 and 40, and are considered to be "urban chic", meaning that they are modern women that are open-minded, up-to-date, independent, likes to try new things, and knows what's best for themselves.

In the near future, Skin Junkie plans to open our flagship store, starting from DKI Jakarta and expand to numerous big cities in Indonesia. For now, Skin Junkie's

products are available for purchase on their website's online store (www.helloskinjunkie.com). Our social media accounts are also available to view (Instagram: @skinjunkieid) and we are available for contact on our LINE@ Official Account (@skinjunkieid) and also our number: +6281932622252 (Ms. Hillary).

One of our original concepts are still very rare in the Indonesian market, and that is our "Beauty Kitchen". This "Beauty Kitchen" is an open "kitchen" where customers are able to see how our members make their all natural body scrub, right on the spot. This gives our customers a unique experience and also gains their trust for our brand and natural products.

The promising growth of the beauty industry made the founders of Skin Junkie confident in building this company, in addition to its promising financial growth. We can see that the market share of beauty industry's big brands such as The Body Shop or The Face Shop reaches up between 1,7% to approximately 2,5%. With the wide market base and high opportunity, Skin Junkie has the chance and the potential to enter this market.