

RINGKASAN EKSEKUTIF

Berdasarkan data dari Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetik Indonesia (PPAK Indonesia) mengatakan bahwa pada tahun 2020 perolehan penjualan di industri kosmetik tanah air mencapai USD6,95 juta dan hingga akhir tahun 2021 mendapat perolehan hingga USD7,45 juta. Indonesia juga diperkirakan akan menjadi pasar kosmetik terbesar ke-5 di dunia dalam 10-15 tahun mendatang. Dari segi modal kewirausahaan, pendiri juga sudah memiliki orang tua yang memiliki pengalaman dalam bidang skincare lebih dari 15 tahun.

Lumos Beauty hadir untuk membantu anak muda Indonesia untuk mendapatkan *skincare* yang mudah digunakan dan memiliki banyak manfaat sehingga anak muda di Indonesia tidak memerlukan banyak jenis product *skincare*. Berdasarkan validasi mendalam dengan segmen pelanggan kami, Lumos Beauty hadir untuk menyelesaikan *pain* dari customer yaitu umumnya kulit menjadi lengket setelah menggunakan facemist, nozzle spray yang sering mengalami kendala, kandungan produk yang dapat menimbulkan efek samping, dan manfaat yang ditawarkan tidak dirasakan secara langsung. Sedangkan untuk gain yang diinginkan pelanggan adalah dapat menggantikan beberapa produk perawatan kulit, menyegarkan serta melembabkan, mendapatkan banyak manfaat dalam satu jenis produk.

Target konsumen kami adalah pria dan wanita dengan range umur 20-35 tahun dengan VALS Experiencer baik sudah menggunakan skincare secara rutin ataupun belum. Dalam upaya untuk menarik konsumen, Lumos Beauty melakukan strategi Differentiation focus strategy dengan cara mengutamakan kandungan kami yang unik dan jarang digunakan oleh brand lainnya.

Kata Kunci	:	Facemist, all in one skincare, perawatan kulit wajah
Bidang Usaha	:	<i>Beauty personal care</i>

EXECUTIVE SUMMARY

In Indonesia, cosmetics and skin care businesses are really large and trending industries . Data has shown, although being affected by the pandemic, the cosmetics industry is projected to still grow 7%. The Association of Indonesian Cosmetics Companies said that in the year 2020 sales in the country's cosmetics industry reached USD 6.95 million and until the end of 2021, it earned up to USD 7.45 million. Indonesia is also expected to become the fifth largest cosmetic market in the world in the next 10 to 15 years. From the data given and also the capital that we have from human, social, industrial, and economic capital, we decided on joining the beauty industry.

Lumos Beauty is here to help young Indonesians get skincare that is easy to use and has many benefits so that young people in Indonesia don't need many types of skincare products. Based on in-depth validation with our customer segment, Lumos Beauty is here to solve customer pain, namely generally the skin becomes sticky after using a face mist, spray nozzles that often experience problems, product ingredients that can cause side effects, and the benefits offered are not felt immediately. Meanwhile, the gain that customers want is to be able to replace several skin care products, refresh and moisturize, get many benefits in one type of product

Our target consumers are men and women with an age range of 20-35 years with VALS Experiencers, either using skincare regularly or not. In an effort to attract consumers, Lumos Beauty carries out a Differentiation focus strategy by prioritizing our unique ingredients which are rarely used by other brands.

Keyword	:	Facemist, all in one skincare, face care products
Field of Business	:	<i>Beauty & personal care</i>