

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri perawatan rambut di Indonesia menghadapi permintaan yang besar, khususnya dalam perawatan masalah rambut rontok. Berdasarkan analisis pasar, perempuan berusia 20-55 tahun dengan status ekonomi A1 dan A2 menjadi kelompok sasaran utama produk kecantikan. Sebagian besar masyarakat yang menderita rambut rontok dengan usia antara 20 hingga 35 tahun memiliki kesadaran tinggi terhadap perawatan rambut. Dari sisi kebijakan, perusahaan harus mematuhi peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Namun, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, khususnya di industri kecantikan, memberikan peluang besar bagi produk kecantikan. Penjualan pasar kecantikan terus meningkat menunjukkan potensi pertumbuhan yang tinggi. Perubahan sosial seperti meningkatnya kesadaran akan perawatan diri dan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi kecantikan menciptakan peluang pemasaran produk secara daring.

SKRB's akan menjual kepada *target market* wanita berusia 20-55 tahun dengan status ekonomi A1 dan A2 yang berada di seluruh Indonesia, serta mereka yang memiliki permasalahan rambut dan ingin menyelesaikan permasalahan tersebut. Penjualan akan dilakukan secara daring melalui Tokopedia dan Shopee supaya dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, dan pemasaran akan dilakukan melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram SKRB's. SKRB's hadir dengan mempertimbangkan hasil analisis pasar dan kebutuhan konsumen, konsep produk akan fokus pada pengembangan *scalp scrub* dengan bahan alami seperti ekstrak bayam, ekstrak panax ginseng, garam laut, dan biji alpukat. SKRB's berkomitmen untuk memberikan inovasi produk dengan menggunakan *scrub* yang fungsional dan menyelesaikan permasalahan pada tubuh.

Kata Kunci	:	Rambut, <i>scrub</i> kulit kepala, ekstrak bayam, ekstrak panax ginseng, garam laut, biji alpukat, rambut rontok
Bidang Usaha	:	Perawatan Kecantikan

EXECUTIVE SUMMARY

The hair care industry in Indonesia is facing huge demand, especially in the treatment of hair loss problems. Based on market analysis, women aged 20-55 years with economic status A1 and A2 are the main target group for beauty products. Most people who suffer from hair loss between the ages of 20 and 35 years have a high awareness of hair care. From a policy perspective, companies must comply with Food and Drug Supervisory Agency (BPOM) regulations. However, continued economic growth, especially in the beauty industry, provides great opportunities for beauty products. Beauty market sales continue to increase showing high growth potential. Social changes such as increasing awareness of self-care and the use of social media as a source of beauty information create opportunities for marketing products online.

SKRB's will sell to the target market of women aged 20-55 years with A1 and A2 economic status throughout Indonesia, as well as those who have hair problems and want to solve these problems. Sales will be carried out online through Tokopedia and Shopee so that they can reach a wider range of consumers, and marketing will be carried out through social media such as TikTok and SKRB's Instagram. SKRB's, by considering the results of market analysis and consumer needs, the product concept will focus on developing a scalp scrub with natural ingredients such as spinach extract, panax ginseng extract, sea salt, and avocado seeds. SKRB's is committed to providing product innovation using functional scrubs and solving body problems.

Keywords	:	<i>Hair, scalp scrub, spinach extract, panax ginseng, sea salt, avocado seeds, hair fall</i>
Field of Business	:	<i>Beauty Care</i>