

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Parfum merupakan salah satu produk yang digunakan oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Hanya saja, masyarakat cenderung memilih parfum dengan harga murah dengan tetap mempertimbangkan kualitas, namun sebagian besar parfum yang murah dijual secara ilegal tanpa izin edar. Oleh karena itu, The Luna Fragrance mengembangkan produk parfum yang berkualitas dan diedarkan secara legal, namun dapat dijangkau oleh sebagian besar kalangan masyarakat Indonesia.

Pengembangan produk parfum The Luna Fragrance dimulai dari penelitian kualitatif terhadap 16 responden yang berkaitan dengan industri parfum dengan wawancara mendalam serta diskusi kelompok terarah untuk mengeksplorasi permasalahan secara mendalam. Kemudian, melakukan penelitian kuantitatif dengan survei terhadap total 380 responden yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Setelahnya, dilakukan tes alfa terhadap 17 responden untuk memastikan produk sudah layak. Terakhir, tes beta terhadap 16 responden untuk menguji kompatibilitas dari pengguna akhir.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelajar dan pekerja di rentang usia 17-34 tahun yang berdomisili di Jabodetabek cenderung memiliki permasalahan terhadap wangi parfum yang cepat memudar, jenis wangi terlalu pasaran, dan harga yang tidak sesuai dengan daya beli. Oleh karena itu, The Luna Fragrance menghadirkan parfum berjenis *extrait de parfum* dengan wangi yang lebih intens dan tahan lama. The Luna Fragrance juga mengaplikasikan *economic order quantity* untuk memperoleh harga jual Rp129.000 yang dikategorikan murah untuk parfum berjenis *extrait de parfum*. Dengan modal sebesar Rp125.000.000, The Luna Fragrance bertujuan untuk meraup pangsa pasar sebesar 0,0043% atau setara dengan Rp309.400.000 di tahun pertama, dengan menggunakan strategi besar penetrasi pasar.

Kata Kunci	:	Bisnis, Parfum, Model Bisnis, Kewirausahaan, Wewangian
Bidang Usaha	:	Industri Kosmetika

## EXECUTIVE SUMMARY

Perfume is one of the products used by the majority of Indonesian citizens. However, they tend to choose cheap perfumes while considering quality to an extent, but unfortunately most of these affordable perfumes are being illegally sold without sufficient permits. Therefore, The Luna Fragrance develops quality perfume that are sold legally, while maintaining affordability to capture the majority of Indonesian citizens.

The development of The Luna Fragrance perfumes, begins with a qualitative research involving 16 respondents related to the perfume industry, by going through in-depth interviews and focused group discussions to explore issues thoroughly. Following this, a quantitative research is conducted by a survey to a total of 380 respondents to test our hypotheses. Next, an alpha test was held with 17 respondents to ensure the product's feasibility. Finally, a beta test is conducted with 16 respondents to have a compatibility test towards end-users.

The results from the research showed that the students and workers between the ages of 17-34, who are residing in Jabodetabek tend to have problems with perfume scents that fade quickly, very common scents, and selling prices that do not match the majority purchasing power. Hence, The Luna Fragrance presents extrait de parfum, a perfume type that has high intensity long-lasting scent. The Luna Fragrance also applies an economic order quantity in order to obtain a selling price of Rp129,000, this price range is considered as affordable for extrait de parfum type perfumes. Starting with Rp125,000,000 as a capital seed, The Luna Fragrance aims to capture a market share of 0.0043% equivalent to Rp309,400,000 in the first year, by implementing a market penetration strategy.

Keywords	:	Business, Perfume, Business Model, Entrepreneurship, Fragrances
Industry	:	Cosmetics Industry