

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam beberapa tahun ini, lilin aromaterapi mengalami peningkatan penjualan sebesar 20.5% pada tahun 2020 hingga 2023 (Statista, 2023). Perhitungan yang dilakukan menunjukkan adanya sebanyak 123.000 permintaan lilin pada pasar yang dituju. Walau begitu, hanya 2.6% keinginan konsumen yang terpenuhi pada industri lilin di Indonesia. Dengan adanya banyak keinginan yang tidak terpenuhi, LLUSCENT memutuskan untuk memanfaatkan kesempatan ini dan masuk ke industri *scented candle*.

Melalui riset pasar yang dilakukan, ditemukan bahwa prioritas konsumen terhadap produk lilin adalah keamanan dan performa. LLUSCENT menyediakan lilin berbahan dasar *soy-blend wax* serta *candle warmer* untuk menyediakan performa lilin yang unggul dan alternatif yang lebih aman. Selain itu, estetika juga memiliki peran dalam memenuhi keinginan target pasar. Target pasar yang didominasi ibu rumah tangga, wanita berkarir dan remaja perempuan memiliki kesamaan yaitu ingin membangun lingkungan ruangan yang indah.

Dalam waktu 3 bulan berjalannya bisnis, LLUSCENT telah mengikuti 5 bazar yang terletak di sekitar Jakarta. Terdapat juga upaya endorse kepada 4 akun yang dimana dua dari akun itu adalah Erika Richardo dan Shasa Zhania atau *mega influencer*. Upaya-upaya ini membuahkan informasi bagi LLUSCENT yang digunakan untuk memilah lini varian produk lilin. Terdapat penambahan 2 varian baru dan 2 varian yang dihilangkan.

Setelah berjalannya LLUSCENT selama 3 bulan ini, LLUSCENT sudah mencapai penjualan sebesar Rp76,938,510 atau 138% dari proyeksi penjualan. Di luar itu, upaya pemasaran juga pengikut media sosial sebanyak 619. Angka tersebut merupakan 103% dari estimasi peningkatan pengikut media sosial. Sama dengan pencapaian *reach* sebesar 104% dari target yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan performa LLUSCENT yang melebihi ekspektasi dalam 3 bulan.

Kata Kunci	:	Lilin aromaterapi, candle warmer, aman, natural, dan wirausaha
Bidang Usaha	:	Pengharum Ruangan

EXECUTIVE SUMMARY

In recent years, aromatherapy candles have experienced 20.5% increase in sales from 2020 to 2023 (Statista, 2023). Calculations show that there are 123,000 candle demands within the targeted market. Even so, only 2.6% of consumer demands are met in the candle industry in Indonesia. With so many unfulfilled desires, LLUSCENT decided to take advantage of this opportunity and enter the scented candle industry.

Through market research, it was found that consumer priorities for candle products are safety and performance. LLUSCENT provides candles made from soy-blend wax and candle warmers to provide superior candle performance and safer alternatives. In addition, aesthetics also play a role in meeting the desires of the target market. The target market, which is dominated by housewives, career women and teenage girls, has something in common, namely wanting to build a beautiful room environment.

Within 3 months of running the business, LLUSCENT has participated in 5 bazaars located around Jakarta. There are also endorsement efforts to 4 accounts, two of which are Erika Richardo and Shasa Zhanian or also called mega influencers. These efforts have resulted in information for LLUSCENT which is used to sort out the line of candle product variants. There are 2 new variants added and 2 variants removed.

After running LLUSCENT for 3 months, LLUSCENT has achieved sales of Rp76,938,510 or 138% of the sales projection. Apart from that, marketing efforts also have 619 social media followers. This figure is 103% of the estimated increase in social media followers. The same as the reach achievement of 104% of the target that has been set. This shows LLUSCENT's performance exceeding expectations in 3 months.

Key Words	:	Scented candle, candle warmer, safe, natural, dan entrepreneur
Industry	:	Home Fragrance