

## **RINGKASAN EKSEKUTIF**

Permintaan akan produk kecantikan semakin meningkat di Indonesia, dengan populasi yang besar, menciptakan peluang besar di pasar. Kebutuhan untuk tampil menarik secara fisik memotivasi banyak orang Indonesia untuk mengkonsumsi produk perawatan kulit secara rutin. Pergeseran perilaku belanja dari offline ke online juga semakin berkembang, terutama akibat dampak COVID-19, yang meningkatkan penjualan online. Di dua platform e-commerce terbesar di Indonesia, kategori kecantikan dan perawatan memiliki pangsa pasar terbesar di kategori barang konsumsi cepat (FMCG). Dengan pertumbuhan pesat ini, banyak perusahaan memasuki pasar, menyebabkan persaingan ketat di industri kecantikan. Glowies Beauty, sebagai salah satu merek kecantikan di Indonesia, berkeinginan untuk memanfaatkan situasi ini dengan merancang strategi yang efektif, terutama untuk produk pelembab baru yang akan mereka kembangkan.

Riset rencana bisnis ini dilakukan melalui analisis perusahaan, analisis pasar yang mencakup analisis eksternal, internal, dan kompetitif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Hasil analisis menunjukkan bahwa Glowies memiliki posisi yang kuat dalam hal kualitas produk, nilai, dan branding. Namun, masih terdapat kekurangan dalam hal diversifikasi produk, kehadiran online dan offline, kesadaran merek, dan pangsa pasar karena keterbatasan dana. Oleh karena itu, Glowies Beauty memiliki peluang untuk memperkuat kehadiran mereka secara online dan offline. Mereka berencana untuk diversifikasi produk dengan memasukkan pelembab baru. Dalam upaya memasarkan produk, Glowies Beauty akan mengandalkan saluran digital sebagai platform utama, dengan dukungan dari saluran offline.

Pelembab Glowies Beauty memerlukan persiapan selama sekitar 3 bulan, melibatkan beberapa vendor. Rencana bisnis ini memerlukan modal awal sebesar Rp1.058.750.000 dari ekuitas pemilik. Diperkirakan, produk ini akan mencapai total pendapatan sebesar Rp8.969.268.000, dengan laba kotor sekitar 55,03%, beban usaha sekitar 28,6%, dan total laba bersih sekitar 26,42%, atau sebesar Rp2.370.114.560 dari Juli 2023 hingga Mei 2024. Dengan investasi awal ini, periode pengembalian investasi Glowies Beauty diperkirakan sekitar 8.015 bulan.