

RINGKASAN EKSEKUTIF

Seiring berkembangnya zaman perkembangan berasal dari tren *fashion*, tren gaya rambut, tren teknologi dan tren kosmetik. Permintaan akan produk kosmetik parfum semakin meningkat dengan gaya kebutuhan hidup Gen Z. Media sosial dan penjualan online mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, faktor-faktor seperti aksesibilitas internet, peningkatan penggunaan media sosial, dan perubahan perilaku konsumen telah mendorong pertumbuhan ini. Kehadiran media sosial berbasis visual seperti Instagram dan TikTok yang memang banyak dipakai Gen Z dikarenakan kecakapan mereka dalam menggunakan perangkat seluler dan internet membuat mereka mudah mendapatkan informasi. Sebagai generasi yang lahir saat peran internet sudah semakin jadi andalan, bisa dibayangkan bahwa Gen Z adalah generasi yang paling terekspos dengan banyaknya pilihan produk, tips pemakaian, serta informasi seputar industri kecantikan lainnya. Karena alasan ini, tidak heran jika banyak *brand* yang menjadikan Gen Z sebagai target market mereka. Bukan cuma dari segi *branding*, elemen visual, serta gaya komunikasi aja, tapi produk-produknya pun dibuat menyesuaikan dengan *concern* umum Gen Z. Prove sebagai salah satu merek kosmetik parfum di Indonesia, berkeinginan untuk memanfaatkan perkembangan dan peluang ini dengan merancang strategi yang efektif untuk mengembangkan bisnis pada usaha Prove.

Tujuan dari penelitian ini adalah menciptakan rencana bisnis yang tepat untuk bisa diterapkan oleh Prove agar bisa mencapai target pasar yang luas, dan mampu bersaing di industri kosmetik parfum dengan merek luar. Riset strategi rencana bisnis ini dilakukan melalui analisis perusahaan, analisis pasar eksternal, internal, dan kompetitif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa Prove memiliki posisi yang mampu bersaing dengan merek parfum lokal dari segi harga dan kualitas. Namun masih terdapat kekurangan dalam hal pemasaran online maupun offline, Oleh karena itu, Prove ingin memperkuat kehadiran online dengan pemasaran, branding, iklan, pembuatan konten, desain, dan pendukung lainnya yang kuat. Rencana bisnis ini memerlukan kebutuhan pendanaan modal sebesar Rp.65.215.000 setelah dilakukan perhitungan hpp keseluruhan 3 bulan sebelum *launching product*.