

Haruskah Ultra Violette memperluas Bisnisnya ke Amerika Serikat atau Cina? = Should Ultra Violette Expand its Business to the US or China?

Nisrina Afifah Susiana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920530426&lokasi=lokal>

Abstrak

Makalah non-seminar ini dibuat untuk membantu Ultra Violette menentukan negara yang tepat untuk melakukan ekspansi berikutnya. Ultra Violette adalah perusahaan asal Australia yang didirikan pada tahun 2019 oleh Ava Matthews dan Bec Jefferd yang bergerak dalam bidang skincare, dengan fokus kategori tabir surya. Selain beroperasi di Australia, Ultra Violette juga beroperasi di beberapa negara lain, seperti New Zealand, Hong Kong, dan Inggris. Ultra Violette berambisi untuk menjadi perusahaan skincare global yang aktif memberikan edukasi betapa pentingnya penggunaan tabir surya bagi kesehatan kulit. Oleh karena itu, Ultra Violette mempertimbangkan Amerika Serikat (AS) dan Cina sebagai negara tujuan ekspansi selanjutnya dikarenakan kedua negara tersebut memiliki jumlah populasi penduduk paling banyak di dunia. Penulis menggunakan secondary research methods sebagai sumber data utama dan SWOT and PESTLE analysis sebagai alat bantu pengambilan keputusan. Setelah melakukan perbandingan antara kedua negara, penulis menyarankan Ultra Violette untuk melakukan ekspansi ke Cina. Hal yang mendasari pengambilan keputusan ini adalah adanya restriksi dari Food and Drugs Administration (FDA) Amerika Serikat, dimana FDA membatasi bahan baku yang diperbolehkan untuk produksi tabir surya yang layak diperjual belikan di Amerika Serikat. Selain itu, regulasi pajak ekspor di Amerika Serikat juga mempersulit Ultra Violette dalam memasuki pasar dikarenakan prosesnya yang panjang. Berbanding terbalik dengan Cina, Cina membuat perjanjian dengan Australia untuk mempermudah proses ekspor antara kedua negara. Agar lebih mudah memasuki pasar Cina, penulis menyarankan Ultra Violette untuk melakukan integrasi supply chain network dan personifikasi saluran komunikasi pemasaran yang sesuai dengan pasar.

.....This non-seminar paper was made to help Ultra Violette choose the most suitable country for the next expansion. Ultra Violette is an Australian skincare brand founded in 2019 by Ava Matthews and Bec Jefferd, focusing on the sunscreen category. Apart from operating in Australia, Ultra Violette operates in several other countries, such as New Zealand, Hong Kong, and England. Ultra Violette aims to become a global skincare brand that actively provides education on the importance of sunscreen for skin health. Hence, Ultra Violette considers either the United States (US) or China as the country's next expansion destination because these two countries have the largest populations in the world. The author used secondary research methods as the primary data source and SWOT and PESTLE analysis for the decision-making tools. After comparing the two countries, the author suggested Ultra Violette expand its business to China. The underlying reason for this decision was the restrictions applied by the United States Food and Drug Administration (FDA), where the FDA limits the raw materials allowed for sunscreen production that are appropriate for sale in the United States. Apart from that, the export tax regulations in the US also make it difficult for Ultra Violette to enter the market due to the lengthy process. In contrast to China, China agreed with Australia to simplify the export process between the two countries. To make it easier to enter the Chinese market, the author suggested Ultra Violette integrate supply chain networks and personify marketing communication channels according to the market.