

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Permasalahan Konsumen

Parfum adalah salah satu produk yang sangat populer di kalangan konsumen, baik pria maupun wanita. Meskipun sejumlah orang menikmati aroma dan kesegaran parfum, beberapa permasalahan terkait dengan parfum dapat dihadapi oleh konsumen. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan konsumen pada hari senin 8 April 2024 pukul 11.00 WIB ditemukan beberapa masalah umum yang dihadapi dalam kaitannya dengan parfum yaitu :

1. Reaksi Kulit dan Alergi

- **Deskripsi:** Beberapa konsumen mengalami iritasi kulit atau reaksi alergi setelah menggunakan parfum tertentu.
- **Penyebab:** Adanya bahan kimia atau alergen dalam komposisi parfum.

2. Daya Tahan Aroma yang Rendah

- **Deskripsi:** Aroma parfum kehilangan kekuatannya dengan cepat setelah diaplikasikan pada kulit.
- **Penyebab:** Formulasi parfum yang tidak tahan lama.

3. Misinformasi Produk

- **Deskripsi:** Konsumen terkadang mendapatkan informasi yang tidak akurat mengenai komposisi dan cara penggunaan parfum.
- **Penyebab:** Kesalahan informasi dari produsen atau penjual.

4. Kualitas Rendah

- **Deskripsi:** Beberapa konsumen menghadapi masalah dengan parfum yang kualitasnya rendah.
- **Penyebab:** Pengenceran aroma, adanya aroma yang tidak

menyenangkan, atau ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan kenyataan.

5. Isu Keaslian Produk

- **Deskripsi:** Produk palsu atau tiruan yang dijual sebagai parfum asli di pasar.
- **Penyebab:** Penjualan produk palsu yang tidak sesuai dengan merek dan kualitas yang dijanjikan.

1.2. Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan

Untuk mengatasi permasalahan konsumen yang terkait dengan parfum, Perusahaan Gladiolus berkomitmen untuk memberikan solusi dan nilai lebih yang ditawarkan kepada konsumen. Beberapa solusi yang diusulkan adalah :

1. Penggunaan Bahan-bahan Berkualitas Tinggi

- **Deskripsi:** Gladiolus akan menggunakan bahan berkualitas tinggi dan alami dalam pembuatan parfum.
- **Tujuan:** Mengurangi risiko iritasi kulit dan reaksi alergi.

2. Daya Tahan Aroma yang Lebih Lama

- **Deskripsi:** Parfum Gladiolus dirancang dengan teknologi dan formula khusus.
- **Tujuan:** Memastikan daya tahan aroma yang lebih lama pada kulit.

3. Penyediaan Informasi Lengkap

- **Deskripsi:** Gladiolus menyediakan informasi lengkap tentang bahan dan cara penggunaan parfum.
- **Tujuan:** Membantu konsumen menggunakan produk dengan

benar dan membangun kepercayaan.

4. Konten Edukatif

- **Deskripsi:** Membuat artikel, video, atau panduan penggunaan di situs web dan media sosial.
- **Tujuan:** Memberikan informasi yang akurat dan jujur kepada konsumen.

5. Kendali Kualitas Ketat

- **Deskripsi:** Gladiolus menjalankan proses kontrol kualitas yang ketat.
- **Tujuan:** Memastikan setiap produk parfum memenuhi standar kualitas tertinggi.

6. Kode Keamanan Unik

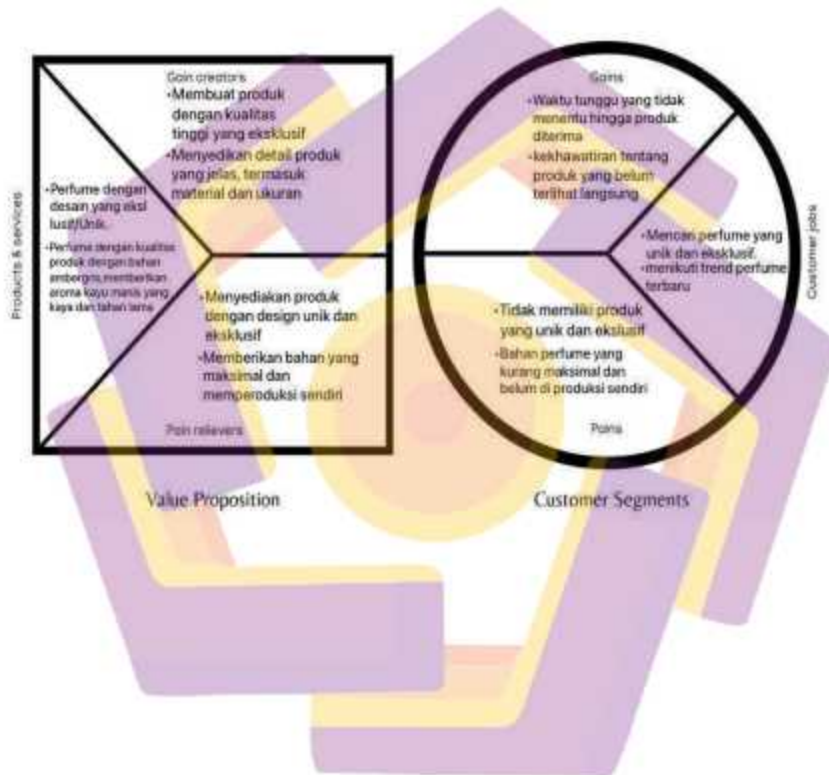
- **Deskripsi:** Setiap botol parfum dilengkapi dengan kode keamanan unik yang dapat diverifikasi melalui situs web atau aplikasi seluler.
- **Tujuan:** Diperkirakan konsumen memeriksa keaslian produk. Dengan langkah-langkah ini, Gladiolus berkomitmen untuk memberikan solusi yang komprehensif dan meningkatkan pengalaman konsumen dalam menggunakan parfum.

1.3. Noble Purpose

Tujuan mulia perusahaan Gladiolus adalah untuk memberikan pengalaman parfum yang istimewa dan menyenangkan bagi setiap konsumen. Gladiolus percaya bahwa setiap individu memiliki hak untuk merasa percaya diri dan bahagia melalui wewangian yang berkualitas tinggi. Selain itu, Gladiolus juga berkomitmen untuk mendukung prinsip keberlanjutan dengan mengutamakan bahan-

bahan alami dan ramah lingkungan dalam produksi parfum Gladiolus. Bisnis ini juga diharapkan dapat meningkatkan penjualan melalui platform marketplace Shopee, dan Tik Tok Shop.

Gambar 1.1
Value Proposition Canvas



1.4. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi merek perfume terkemuka yang dikenal secara global dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan kepuasan pelanggan.

b. Misi

1. Menyediakan parfum berkualitas tinggi dengan aroma yang menyenangkan dan tahan lama.
2. Mengutamakan kebutuhan dan kepuasan konsumen melalui pelayanan yang ramah dan profesional.
3. Menyisihkan beberapa keuntungan untuk diberikan kepada yang membutuhkan seperti fakir miskin, anak yatim piatu, dan kaum dhuafa.
4. Menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.