

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan konsumen

Parfum merupakan produk wewangian yang digunakan untuk memberikan aroma harum pada tubuh sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri dan menunjang penampilan seseorang. Seiring perkembangan zaman, parfum tidak lagi sekedar kebutuhan pelengkap, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup (lifestyle) masyarakat, baik pria maupun wanita. Tingginya minat masyarakat terhadap produk wewangian mendorong pertumbuhan industri parfum yang semakin pesat, termasuk pada skala usaha mikro dan menengah (UMKM).

Bisnis parfum memiliki peluang yang cukup menjanjikan karena permintaan pasar yang stabil dan cenderung meningkat, terutama dengan adanya tren penjualan secara online melalui media sosial dan marketplace. Selain itu, modal awal yang relatif terjangkau serta proses produksi yang fleksibel menjadikan usaha parfum sebagai salah satu pilihan wirausaha yang potensial. Dengan strategi pemasaran yang tepat, inovasi aroma, dan kualitas produk yang terjaga, bisnis parfum dapat berkembang dan memberikan keuntungan yang berkelanjutan.

Produk parfum Skandal VemOz merupakan salah satu produk parfum lokal yang telah beredar di berbagai kalangan, khususnya di wilayah Yogyakarta. Banyaknya pelaku usaha parfum lokal membuat persaingan semakin ketat, sehingga setiap brand perlu menghadirkan keunggulan yang mampu menjawab kebutuhan konsumen. Skandal VemOz menghadirkan berbagai varian aroma dengan konsentrasi berbeda, menggunakan bahan baku yang dipilih untuk memberikan kesegaran dan karakter aroma modern. Namun, tidak semua parfum lokal mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Berdasarkan hasil analisis pesaing serta survei yang dilakukan kepada 83 responden, 60 penduduk Sleman, Yogyakarta, diperoleh data bahwa 50 responden berusia 19–22 tahun, responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, dan 42 responden berstatus mahasiswa. Kelompok inilah yang menjadi target pasar utama Skandal VemOz.

Melalui hasil kuesioner, diperoleh beberapa permasalahan yang dialami konsumen terkait pembelian dan penggunaan parfum lokal, khususnya yang relevan dengan brand Skandal VemOz.

Tabel 1. 1 permasalahan konsumen skandal VemOz

NO	indikator	keterangan
1	Ketahanan aroma	Berdasarkan hasil survei, sebagian besar konsumen mengalami permasalahan terkait parfum yang aromanya cepat hilang. Hal ini menyebabkan konsumen harus sering menyemprot ulang parfum dan merasa kurang puas dengan ketahanannya.
2	Kualitas kemasan	Konsumen menyampaikan bahwa beberapa parfum lokal memiliki kemasan yang kurang menarik, terlalu sederhana, dan kurang melindungi isi produk. Kemasan yang tidak premium membuat konsumen kurang yakin akan kualitas parfum.
3	harga	Berdasarkan kuisisioner, harga menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian. Banyak konsumen menyampaikan bahwa harga beberapa parfum lokal tidak sebanding dengan kualitas, terutama jika ketahanan aroma kurang baik atau kemasan kurang menarik.

Berdasarkan hasil survei kepada 83 responden tersebut, tercatat bahwa 55% konsumen membeli parfum secara online. Dalam pembelian online, konsumen kerap menghadapi berbagai kendala seperti tidak dapat mencium

aroma secara langsung, ketidakakuratan deskripsi, dan kemasan yang kurang aman. Ketahanan aroma menjadi keluhan yang paling sering muncul. Konsumen menginginkan parfum dengan aroma yang dapat bertahan lama meski digunakan untuk aktivitas harian. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kualitas parfum produk Skandal VemOz. Selain itu, permasalahan kemasan juga menjadi perhatian. Konsumen menginginkan kemasan parfum yang lebih menarik, elegan, aman, dan memiliki nilai estetika sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Dari sisi harga, sebagian besar konsumen menyatakan bahwa mereka ingin parfum lokal yang terjangkau namun tetap berkualitas tinggi. Ketidakseimbangan antara harga dengan kualitas aroma dan kemasan menyebabkan penurunan minat beli pada beberapa produk parfum lokal. Indikator permasalahan konsumen pada Tabel 1.1 diperoleh dari keluhan dan saran yang diberikan konsumen melalui kuesioner. Dari temuan tersebut, Skandal VemOz perlu melakukan analisis mendalam untuk menentukan solusi tepat

1.2 Solusi dan nilai yang ditawarkan

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan kepada 83 responden, yang 60 dari sleman ditemukan bahwa konsumen mengalami tiga permasalahan utama dalam pembelian parfum lokal, yaitu ketahanan aroma yang kurang tahan lama, kualitas kemasan yang kurang menarik, serta ketidakseimbangan antara harga dan kualitas. Untuk menjawab permasalahan tersebut, parfum Skandal VemOz menghadirkan beberapa solusi yang dirancang untuk meningkatkan kualitas produk dan memberikan pengalaman terbaik bagi konsumen.

Berkaitan dengan ketahanan aroma, Skandal VemOz meningkatkan kualitas ketahanan aroma dengan menggunakan bahan-bahan seperti bibit premium dan absolut berkualitas tinggi yang memiliki stabilitas aroma lebih baik. Setiap varian parfum melalui uji performa jangka panjang untuk memastikan aroma dapat bertahan minimal enam jam dalam pemakaian harian. Selain itu, Skandal VemOz menambahkan booster penguat aroma yang berfungsi meningkatkan daya lekat parfum pada kulit maupun kain, sehingga aroma tetap bertahan sepanjang aktivitas. Inovasi formula dilakukan secara berkala untuk

menghasilkan ketahanan aroma yang lebih optimal bahkan dapat mencapai delapan jam. Skandal VemOz menjaga keseimbangan antara kualitas dan harga agar tetap kompetitif serta terjangkau oleh seluruh konsumen. Penggunaan bahan lokal berkualitas membantu menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas inti dari aroma parfum. Selain itu, Skandal VemOz menyediakan ukuran ekonomis agar konsumen, terutama pelajar dan mahasiswa, tetap dapat menikmati parfum berkualitas dengan harga yang bersahabat. Dengan demikian, konsumen memperoleh produk yang sebanding antara harga dan kualitas yang diterima. Skandal VemOz menghadirkan kemasan parfum dengan desain modern, elegan, dan mudah dibawa sehingga konsumen merasakan kesan mewah sejak pertama kali melihat produk. Botol parfum menggunakan kaca berkualitas yang kokoh dan aman sehingga memberikan perlindungan maksimal saat proses pengiriman, terutama untuk pembelian online. Skandal VemOz juga memperkuat branding melalui desain logo, gaya visual, serta nama aroma yang unik dan mudah diingat, sehingga memberikan identitas kuat pada setiap produk.

Selain memberikan solusi atas permasalahan konsumen, Skandal VemOz juga menghadirkan nilai lebih yang menjadi pembeda dari para pesaing. Skandal VemOz membawa konsep "*Affordable Luxury for Everyone*", yaitu kemewahan yang terjangkau untuk semua orang. Nilai ini diwujudkan melalui kualitas aroma yang elegan, segar, soft, dan modern, serta daya tahan enam hingga delapan jam yang memberikan pengalaman penggunaan lebih memuaskan dibandingkan parfum lokal pada umumnya. Kemasan botol kaca premium memberikan kesan mewah, sementara harga tetap terjangkau sehingga konsumen dapat menikmati parfum berkelas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Skandal VemOz menjadi simbol kepercayaan diri bagi generasi muda yang ingin tampil wangi, segar, dan berkarakter.

Dengan berbagai solusi dan nilai lebih tersebut, Skandal VemOz hadir sebagai parfum lokal berkualitas tinggi yang mampu menjawab kebutuhan dan preferensi konsumen, sekaligus memberikan pengalaman penggunaan parfum yang lebih elegan, modern, dan memuaskan.

1.3 Noble purpose

Parfum VemOz dijalankan tidak hanya berfokus pada kepuasan konsumen yang mengutamakan kualitas produk, elegan dan tahan lama, melainkan tentang menghadirkan kebermanfaatan bagi banyak orang. Melalui setiap botol parfum yang diproduksi, VemOz ingin menyebarkan kepercayaan diri, kebanggaan terhadap produk lokal, dan peluang bagi masyarakat sekitar untuk berkembang bersama. Kami percaya bahwa aroma yang baik dapat membangkitkan semangat positif, dan dengan memberdayakan tenaga lokal serta menjaga kualitas produk, VemOz berupaya menjadi brand parfum lokal yang memberi nilai lebih bukan hanya wangi, tetapi juga berarti.

1.4 Visi dan Misi

Visi berfungsi sebagai arah jangka panjang organisasi dan memberikan panduan umum tentang tujuan yang hendak dicapai, sedangkan misi menguraikan tujuan operasional dan fungsi organisasi dalam mencapai visi tersebut melalui serangkaian aktivitas strategis (Ramadhan, Ambarwati, & Utama, 2024). berikut visi dan misi usaha parfum VemOz

- 1 Visi: Menjadi pilihan utama parfum lokal yang menemani gaya hidup menghadirkan aroma berkelas dengan kualitas premium dan karakter elegan di setiap semprotan.
- 2 Misi:
 - a Menghadirkan varian parfum dengan bahan berkualitas tinggi dan ketahanan aroma maksimal.
 - b Membangun identitas aroma khas VemOz yang mencerminkan kepercayaan diri dan kemewahan.
 - c Mengedukasi pasar lokal bahwa parfum lokal bisa bersaing dengan brand internasional.
 - d Memberikan pelayanan terbaik dan pengalaman eksklusif bagi setiap pelanggan.