

M O R E B O X X



PROPOSAL

B U S I N E S S

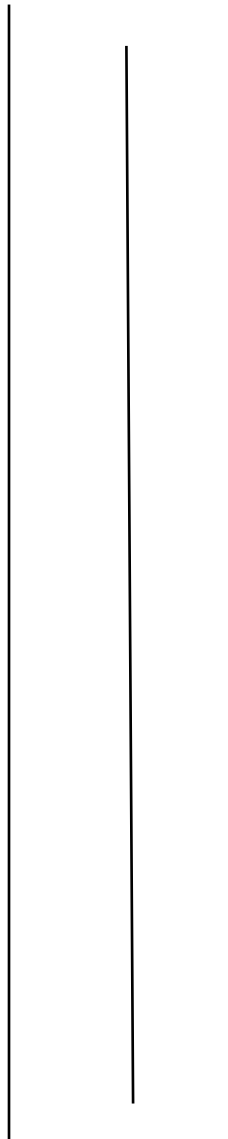
Contact us

+62-851-5945-7703

Sea Partner

Tangerang, Indonesia

**PROPOSAL BISNIS
PARFUME JENIS EDP
TIGA SCENT**



**DIAJUKAN OLEH
SEA TEAM**

2022

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menekuni sebuah usaha bisnis yang dimulai dari titik nol, kita perlu memperhatikan dan mengetahui beberapa hal cara memulai atau merintis sebuah usaha dengan mencari informasi tentang peluang pasar dan cara menarik minat konsumen atau penjual merupakan sebuah hal yang begitu penting bahkan keduanya harus saling mengikat dan berhubungan dalam sebuah bisnis usaha.

B. Justifikasi Pemilihan Obyek Usaha

Adapun justifikasi pemilihan jenis usaha "*Parfume Tiga Scent*" ini yaitu dengan berbagai alasan seperti tingginya jumlah masyarakat penggemar parfume atau tingginya masyarakat yang ingin tampil menawan. Terlebih dengan viralnya *Citayem Fashion Week* membuat kaum Milenial ingin mengikuti ajang tersebut dengan penampilannya yang terbaik.

C. Tujuan Usaha yang Hendak Dicapai

Adapun tujuan usaha ini antara lain sebagai berikut :

- 1) Mendorong Generasi Z untuk sukses berwirausaha dan membentuk pribadi yang mandiri, kreatif, inovatif dan kompetitif ditengah persaingan global.
- 2) Membuka lapangan kerja bagi masyarakat dengan memberikan pekerjaan sebagaimana yang dibutuhkan dalam usaha ini.

- 3) Menyediakan berbagai jenis parfume edp dengan aroma yang beragam dan tampilan menawan, serta memberikan kualitas terbaik kepada konsumen.
- 4) Menjadikan usaha Parfume Tiga Scent ini terus berkembang dengan bertambahnya jumlah store baik online maupun offline.

II. ISI

A. Analisis Produk

1. Jenis dan nama produk, karakteristik produk.

Jenis produk-produk yang akan kami hasilkan antara lain :

- a. Varian Rogue
- b. Varian Serene

2. Keunggulan produk dibanding produk lain yang ada di pasaran

Bisnis Usaha Tiga Scent ini kami usahakan dengan melihat peluang yang ada dipasar, dimana sebuah usaha yang khusus menyediakan parfume dengan beragam varian memberi kesan terbaik dan menarik bagi pengguna. Keunggulan lain adalah produk ini memiliki aroma yang bisa berubah-ubah sejak pemakaian 15 menit pertama.

B. Analisis Pasar

1. Profil Konsumen

- a. *Masyarakat* saat ini gemar tampil produktif dengan gaya dan penampilannya.
- b. *Karyawan* adalah orang-orang yang bekerja pada sebuah perusahaan yang selalu ingin tampil profesional dan harum selama beraktivitas.
- c. *Mahasiswa* adalah orang-orang yang masih duduk dibangku perkuliahan, Umumnya para mahasiswa ini menyukai aroma soft dan tidak menyengat.

2. Potensi Pasar dan Segmentasi Pasar

3. Pesaing dan Peluang Pasar

a. Pesaing

Penjual-penjual parfume yang sudah menguasai pasar tertentu.

b. Peluang Pasar

Melihat hasil analisis pesaing yang ada serta potensi permintaan pasar yang masih tinggi, bisnis ini masih memiliki peluang yang cukup besar. Dengan aroma yang menawan, kemasan elegant, bisa menjadi peluang untuk dapat bersaing dengan penjual-penjual parfume yang sudah ada.

4. Media Promosi yang Akan digunakan

Media-media promosi yang akan digunakan yaitu melalui :

1) Media Sosial

Pemberitahuan kepada teman teman atau masyarakat melalui media sosial yang telah banyak dilakukan oleh masyarakat luas

2) Manusia

Pemberitahuan kepada teman, saudara atau masyarakat sekitar mengenai usaha yang akan dijalankan.

3) SMS atau BBM

Mengirim SMS kepada teman, saudara dekat maupun jauh atau kerabat mengenai usaha yang akan dijalankan.

4) Spanduk

Membuat spanduk yang akan diletakan di depan warung makan.

5. Strategi Pemasaran yang Akan Diterapkan

Strategi yang akan diterapkan yaitu sebagai berikut :

1. Diferensiasi

Walaupun banyak pesaing yang ada dalam bidang usaha ini, tetapi kami akan mencoba menciptakan sebuah inovasi baru yang akan menarik para pelanggan. Bukan hanya sekedar parfume biasa melainkan juga dengan berbagai inovasi dari varian dan design yang menawan menjadikan kemasan berbentuk seperti hampers dan kado, supaya pelanggan tidak perlu repot memberikan hadiah terbaik untuk orang tercinta.

2. Tempat

Saat ini, kami hanya focus pada marketplace dan by mobile saja.

3. Strategi Produk

- a. Pelayanan yang ramah tamah, sopan dan menarik
- b. Desain tempat warung yang enak, nyaman dan menarik.
- c. Murah meriah
- d. Menyediakan berbagai macam masakan yang enak

C. Analisis Produk atau Operasi

1. Bahan baku