



# **KAHF**

**Sulthan Rlsjad**  
**Muhammad Renaldhy**  
**Rizky Kesuma B**  
**Tirta Bonitasya**  
**Deslita Krissanta**

# 01

ABOUT KAHF

# 02

GOALS

# 03

OBJECTIVE

# 04

TARGET AUDIENCE

# LIST OF CONTENT PRESENTATION



# ABOUT KAHF

Kahf adalah brand skincare khusus pria dengan terobosan baru yang relevan dengan kebutuhan saat ini. Dihadirkan sebagai rangkaian produk halal, berkualitas, dan terinspirasi dari alam untuk merawat kulit, serta kebersihan diri, Kahf memiliki formula yang ringan dengan teknologi HydroBalance.



# S.M.A.R.T GOALS

Menjadi sabun cuci muka pria terlaris no.1 di aplikasi Tokopedia selama 3 bulan berturut-turut di tahun 2023



## SPECIFIC

Menjadi yang terlaris di aplikasi di Tokopedia

## MEASURABLE

Dilihat dari data Aplikasi Tokopedia menjadi produk cuci muka terlaris.

## ACTIONABLE

Melakukan campaign terukur untuk mencapai target tersebut

## RELEVANT

Relevan karena Kahf pernah menjadi sabun cuci muka terlaris di Oktober 2021

## TIME-BASED

Selama 3 bulan mendatang di tahun 2023.

# S.M.A.R.T OBJEKTIF

Meningkatkan angka penjualan untuk melebihi angka penjualan kompetitor di selama 3 bulan berturut-turut di awal tahun 2023



## SPECIFIC

Menjadi yang terlaris di aplikasi di Tokopedia

## MEASURABLE

Dilihat dari data Aplikasi Tokopedia menjadi produk cuci muka terlaris.

## ACTIONABLE

Melakukan campaign terukur untuk mencapai target tersebut

## RELEVANT

Relevan karena Kahf pernah menjadi sabun cuci muka terlaris di Oktober 2021

## TIME-BASED

Selama 3 bulan mendatang di tahun 2023.

# WHY TOKOPEDIA?

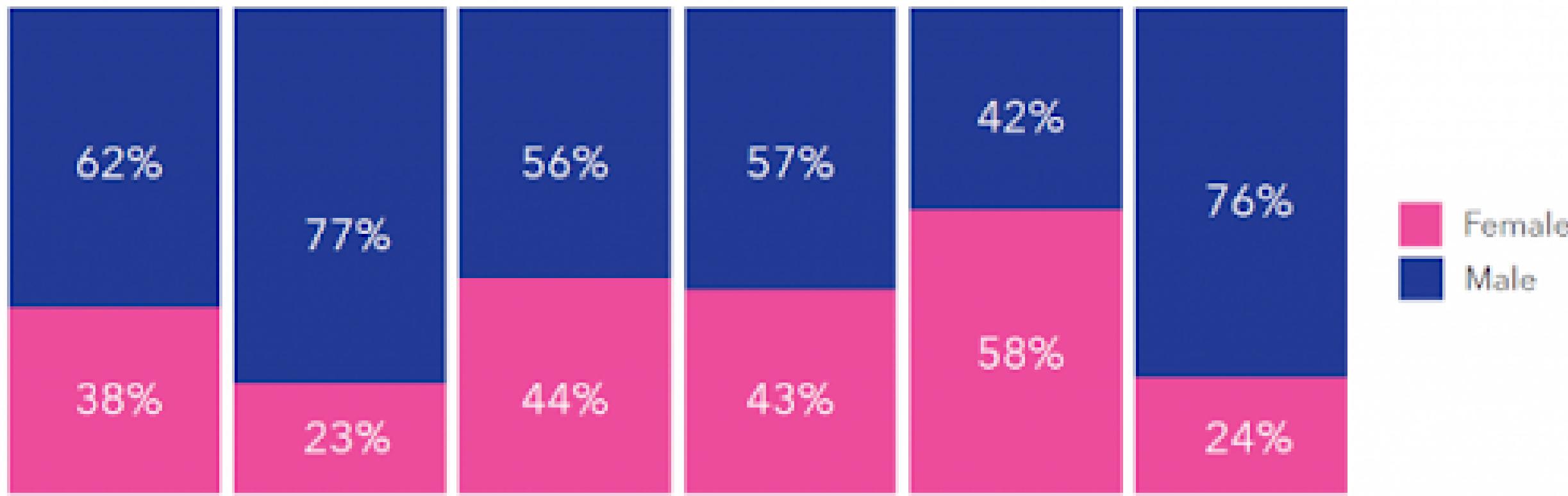
Berdasarkan data iprice per akhir 2021, Tokopedia adalah e-commerce paling banyak dikunjungi.

## Telusuri Persaingan Toko Online di Indonesia

Filter berdasarkan		Model Bisnis	Store Type	Asal Toko	Pilih Data per Kuartal			
Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan	
1  Tokopedia	147,790,000	#2	#4	853,000	3,828,300	6,525,650	4,944	
2  Shopee	126,996,700	#1	#1	6,038,000	7,757,940	21,855,970	12,192	
3  Bukalapak	29,460,000	#6	#5	215,600	1,661,140	2,518,990	2,316	
4  Lazada	27,670,000	#3	#2	430,000	2,975,370	31,364,410	4,126	
5  Blibli	18,440,000	#8	#7	529,600	1,622,480	8,598,260	1,979	
6  Bhinneka	6,996,700	#21	#17	67,100	42,280	1,036,230	487	
7  Orami	6,260,000	n/a	n/a	5,820	6,040	351,770	211	
8  Ralali	5,123,300	#26	n/a	2,880	41,160	91,390	176	
9  JD ID	3,763,300	#7	#6	42,000	590,670	939,770	1,185	
10  Zalora	3,366,700	#5	#8	n/a	720,090	7,989,080	580	

# WHY TOKOPEDIA?

Berdasarkan data dari dailysocial.id, pengguna Tokopedia lebih banyak laki-laki (sesuai dengan target marketi Kahf).



Bukalapak

JD.ID

LAZADA  
Effortless Shopping

Shopee

tokopedia

# TARGET AUDIENCE

**DEMOGRAPHICS :**

**PRIA INDONESIA UMUR 18–40**

**PSYCHOGRAPHICS :**

**MEMERHATIKAN PENAMPILAN, SUKA MEMBELI PRODUK PERAWATAN DIRI**

**ECONOMIC ENVIRONMENT :**

**MEMILIKI PENDAPATAN YANG CUKUP UNTUK MEMBELI PRODUK E-COMMERCE**

**DIGITAL USAGE :**

**MENGERTI DAN RUTIN MENGGUNAKAN E-COMMERCE**

**HABIT OF SPENDING :**

**RAJIN BELANJA TERUTAMA UNTUK KEBUTUHAN PERAWATAN WAJAH**

# **SITUATION ANALYSIS**



- 1. SWOT**
- 2. COMPETITOR ANALYSIS**

# SWOT

## STRENGTH

1. Kahf mempunyai kandungan HydroBalance yang fungsinya membuat wajah tetap lembab alami alias tidak akan kering. Biasanya kandungan ini hanya ada di day cream atau face mist. Namun Kahf memilikinya di sabun cuci muka.
2. Sabun cuci muka kahf ada yang 3 in 1 artinya bisa dipakai sebagai sabun cuci muka, masker, dan peeling mask.
3. Kahf punya 4 jenis produk sabun cuci muka. Ada untuk kusam, jerawat & komedo, pori-pori besar, berminyak, sehingga pria bisa memilih yang sesuai dengan tipe kulitnya.

## WEAKNESS

1. Hanya tersedia ukuran 100ml.
2. Hanya punya 1 produk yang 3 in 1 (untuk berminyak dan komedo berlebih), produk sabun cuci muka yang lain tidak ada yang 3 in 1.

## OPPORTUNITY

1. Trend perawatan wajah laki-laki semakin berkembang. Berdasarkan survei Jakpat, dari 2628 orang, 48% pria mulai melakukan perawatan wajah.
2. Banyak tipe perawatan wajah selain cuci muka, salah satunya masker dan peeling. Kahf hadir dalam 1 produk dengan 3 solusi perawatan wajah.
3. Pria juga cenderung malas melakukan perawatan wajah dengan banyak produk, sehingga Kahf hadir memberikan produk 3 in 1 yang tidak dimiliki oleh brand lain.

## THREAT

1. Kompetitor memiliki sabun cuci muka dengan berbagai macam ukuran mulai dari 50-200mL.
2. Kompetitor memiliki sabun cuci muka dengan harga yang lebih murah.





# BRAND HISTORY

- Kahf adalah produk lokal yang diciptakan PT Paragon Technology sejak trend men's grooming semakin berkembang di Indonesia. Kahf meluncurkan 4 jenis produk sabun cuci muka sesuai kebutuhan dan tipe kulit pria.
- Kahf diambil dari kisah terkenal pemuda yang tercatat dalam Al Quran surat Al Kahfi, sekelompok lelaki tertidur di gua selama 309 tahun ketika bersembunyi demi menjaga keimanan.
- Kahf diciptakan khusus untuk pria, dengan menggunakan bahan alami yang halal serta sudah telah teruji secara klinis oleh dermatologis sehingga aman untuk semua jenis kulit.
- Pada Oktober 2021, Kahf pernah menjadi nomor 1 top brand sabun wajah pria di Shopee dan Tokopedia berdasarkan riset dari compas.co.id.



## **PRODUCT OFFERINGS**

- Kahf Oil and Acne Care Face Wash untuk tipe kulit cenderung berjerawat. Harga: Rp37,500.
- Kahf Skin Energizing and Brightening Face Wash unruk kulit cenderung kusam. Harga: Rp37,500.
- Kahf Gentle Exfoliating Face Scrub untuk kulit kusam dan pori-pori besar. Harga: Rp37,500.
- Kahf Triple Action Oil And Comedo Defense Face Wash untuk kulit berminyak dan komedo berlebih. Harga: Rp39,500.

Tersedia di: Official website Kahf, Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

## **Sales Volume**

Terjual 34 ribu ++ di Tokopedia sejak Oct 2020.

## **Market Served**

Segmen pasar yang menjadi target dan akan selalu dalam layanan Kahf adalah pria Indonesia.

# COMPETITOR ANALYSIS

## 1. Oxy

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp 25.000

Total penjualan di Tokopedia: 1000+ (tidak ada Official Store)

## 2. Nivea Men

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp37.100

Total penjualan di Tokopedia: 6000++

## 3. Ponds Men

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp37.405

Total penjualan di Tokopedia: 2000++

## 4. Vaseline Men

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Official vaseline.com, Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp 35.885

Total penjualan di Tokopedia: 1000+

# COMPETITOR ANALYSIS

## 5. Mens Biore

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp28.299

Total penjualan di Tokopedia: 1.000++ (tidak ada Official Store)

## 6. Loreal Mens Expert

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp56.000

Total penjualan di Tokopedia: 6000 ++

## 7. Garnier Men

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp 34.500

Total penjualan di Tokopedia: 1000+

## 8. Gatsby Face Wash

Market: pria indonesia umur 18-40

Produk tersedia di: Tokopedia & other e-commerce, Indomaret & Alfamart.

Harga produk: Rp.27.300

Total penjualan di Tokopedia: 500++ (tidak ada Official Store)

# OUTLINE

## **Business Objective :**

Menjadi sabun cuci muka pria terlaris nomor 1 di Indonesia

## **Marketing Objective :**

Menjadikan Kahf sabun cuci muka terlaris dan terbaik nomor 1 di Indonesia.

## **Connection Task :**

Membangun hubungan yang kuat bersama konsumen melalui berbagai media sosial kahf serta penawaran-penawaran produk menarik

## **Brand Idea :**

Membawa Kahf sampai ke kancalah Internasional.

## **Creative Idea :**

Membuat berbagai iklan menarik dengan tujuan meningkatkan brand awareness Kahf di Indoneisa

## **Our Target :**

Pria indonesia umur 18-40, Memerhatikan penampilan, suka membeli produk perawatan diri, memiliki pendapatan yang cukup untuk membeli produk e-commerce, mengerti serta rutin menggunakan e-commerce dan rajin belanja terutama untuk kebutuhan perawatan wajah.

## **Our Strategy :**

- Membuat berbagai iklan menarik di berbagai channel atau media digital
- Mencari seorang tokoh/artis berpengaruh untuk menjadi brand ambassador

THANK  
YOU