

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LINGKUNGAN EKSTERNAL PERUSAHAAN.....	1
1.2 LINGKUNGAN INTERNAL PERUSAHAAN.....	8
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	10
1.4 PERTANYAAN PENELITIAN	10
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	11
1.6 MANFAAT PENELITIAN	11
1.7 SISTEMATIKA PENELITIAN.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 PENGERTIAN KOSMETIK.....	14
2.2 JENIS PRODUK PERAWATAN RAMBUT	15
2.3 KOMPOSISI PRODUK PERAWATAN RAMBUT	21
2.4 PERBEDAAN PRODUK PERAWATAN RAMBUT NON-ORGANIK DAN ORGANIK	25
2.5 KONSEP KEMITRAAN ALIH DAYA PRODUKSI.....	27
2.6 MODEL BISNIS.....	29
2.6.1 SEGMENT KONSUMEN	30
2.6.2 PROPOSISI NILAI.....	31
2.6.3 SALURAN.....	33
2.6.4 HUBUNGAN KONSUMEN	34
2.6.5 ALIRAN PENDAPATAN.....	35
2.6.6 SUMBER DAYA KUNCI.....	36
2.6.7 AKTIVITAS KUNCI.....	37
2.6.8 KEMITRAAN KUNCI.....	37

2.6.9 STRUKTUR BIAYA.....	38
2.7 ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL BISNIS.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 DESAIN PENELITIAN.....	41
3.2 UNIT ANALISIS.....	41
3.3 SUMBER DAN METODE PENGUMPULAN DATA	42
3.4 METODE ANALISIS DATA.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 PETA EMPATI CALON KONSUMEN PERAWATAN RAMBUT ORGANIK APHRODITT HAIR.....	48
4.1.1 APA YANG CALON KONSUMEN PIKIRKAN DAN RASAKAN?	48
4.1.2 APA YANG CALON KONSUMEN DENGAR?	53
4.1.3 APA YANG CALON KONSUMEN KATAKAN DAN LAKUKAN?.....	56
4.1.4 APA YANG CALON KONSUMEN LIHAT?.....	58
4.1.5 APA SAJA RASA SAKIT ATAU KEKHAWATIRAN YANG DIRASAKAN CALON KONSUMEN?	59
4.1.6 APA SAJA PEROLEHAN YANG DIRASAKAN CALON KONSUMEN?.....	64
4.2 KANVAS MODEL BISNIS PERAWATAN RAMBUT ORGANIK APHRODITT HAIR	68
4.2.1 SEGMENT KONSUMEN	68
4.2.2 PROPOSISI NILAI.....	69
4.2.3 SALURAN.....	71
4.2.4 HUBUNGAN KONSUMEN	76
4.2.5 ALIRAN PENDAPATAN.....	80
4.2.6 SUMBER DAYA KUNCI.....	83
4.2.7 AKTIVITAS KUNCI.....	84
4.2.8 KEMITRAAN KUNCI.....	86
4.2.9 STRUKTUR BIAYA.....	87
BAB V RENCANA AKSI.....	95
5.1 KEGIATAN DAN WAKTU PELAKSANAAN	95
5.2 TANGGUNG JAWAB	98

5.3 UKURAN KINERJA KEUANGAN	99
5.4 RENCANA MITIGASI	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	109
Lampiran 1. TRANSKRIP WAWANCARA KEPADA TIM PEMASARAN PT. NOSE HERBALINDO	109
Lampiran 2. PERTANYAAN KUESIONER SURVEI KONSUMEN TERHADAP PRODUK PERAWATAN RAMBUT ORGANIK	114
Lampiran 3. PERHITUNGAN ANALISIS KEUANGAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indeks Merek Terpopuler Fase 1 tahun 2021 Kategori Perawatan Rambut dan Semprotan Rambut	7
Tabel 1.2 Gambaran Lingkungan Internal Perusahaan	8
Tabel 2.1 Kelompok dan Tipe Produk Perawatan Rambut.....	17
Tabel 2.2 Komponen dan Fungsi Bahan Penyusun Shampoo	22
Tabel 2.3 Komponen dan Fungsi Bahan Penyusun Kondisioner.....	23
Tabel 2.4 Komponen dan Fungsi Bahan Penyusun Pengatur Rambut.....	24
Tabel 2.5 Kelompok Produk Kosmetik Berdasarkan Kandungan Bahan Organik	26
Tabel 3.1 Rincian Sumber dan Metode Pengumpulan Data Penelitian	43
Tabel 3.2 Profil Umum Responden.....	45
Tabel 3.3 Peta Calon Konsumen Potensial	46
Tabel 4.1 Perbandingan Harga Produk Perawatan Rambut Organik dan Non-Organik	62
Tabel 4.2 Peta Empati Calon Konsumen Produk Perawatan Rambut Berbahan Organik Aphroditt Hair	65
Tabel 4.3 Rincian Produk Aphroditt Hair pada Awal Peluncuran.....	71
Tabel 4.4 Saluran Pemasaran Produk Aphroditt Hair	73
Tabel 4.5 Saluran Penjualan Produk Aphroditt Hair	76
Tabel 4.6 Infrastruktur Hubungan Konsumen Aphroditt Hair	78
Tabel 4.7 Biaya Modal Aphroditt Hair pada Tahun Pertama	88
Tabel 4.8 Biaya Tetap Aphroditt Hair pada Tahun Pertama.....	89
Tabel 4.9 Biaya Variabel Aphroditt Hair pada Tahun Pertama	90
Tabel 4.10 Koreksi Fiskal Pajak	92
Tabel 4.11 Kanvas Model Bisnis Aphroditt Hair	93
Tabel 5.1 Aktivitas Peluncuran Produk Aphroditt Hair Pada Tahun Pertama.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Penduduk Indonesia Tahun 2020	2
Gambar 1.2 Faktor – Faktor Pertimbangan Keputusan Pembelian Konsumen Indonesia pada Produk Perawatan Rumah Tangga dan Perawatan Pribadi.....	3
Gambar 1.3 Merek Kosmetik Lokal Terkemuka Berdasarkan Angka Penjualan Toko Daring di Indonesia per 7 Januari 2020	5
Gambar 2.1 Sembilan Blok Bangunan Kanvas Model Bisnis	30
Gambar 3.1 Alur Pengelompokan Responden Berdasarkan Gaya Hidup Sehat dan Penggunaan Produk Perawatan Rambut berbahan Organik	44
Gambar 3.2 Profil Responden Terkait Penerapan Gaya Hidup Sehat	46
Gambar 4.1 Resolusi Hidup Sehat Pilihan Responden	49
Gambar 4.2 Penggunaan Produk Perawatan Rambut Berbahan Organik oleh Kelompok Responden Menerapkan Gaya Hidup Sehat	50
Gambar 4.3 Jenis Permasalahan Rambut Responden Menerapkan Gaya Hidup Sehat dan Sedang Menggunakan Produk Perawatan Rambut berbahan Organik	52
Gambar 4.4 Jenis Permasalahan Rambut Responden yang Tidak Menerapkan Gaya Hidup Sehat dan Sedang Menggunakan Perawatan Rambut Berbahan Organik	53
Gambar 4.5 Wawasan Konsumen Terhadap Saluran Pemasaran Produk.....	55
Gambar 4.6 Pengaruh Keluarga bagi Responden yang Menerapkan Gaya Hidup Sehat.....	58
Gambar 4.7 Pengaruh Teman dan Lingkungan Terdekat bagi Responden yang Menerapkan Gaya Hidup Sehat	59
Gambar 4.8 Pendapatan (kiri) dan Anggaran (kanan) Responden Tidak Menggunakan Produk Perawatan Rambut Berbahan Organik dan Berniat Menggunakannya di Masa Depan	61
Gambar 4.9 Pendapatan (kiri) dan Anggaran (kanan) Responden Pernah Menggunakan Produk Perawatan Rambut Berbahan Organik Tetapi Tidak Menggunakan Lagi dan Berniat Menggunakannya di Masa Depan	61

Gambar 4.10 Preferensi Responden Terhadap Saluran Pembelian Produk ... 74

Gambar 4.11 Preferensi Responden Terhadap Manajemen Hubungan
Konsumen 80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara kepada Tim Pemasaran PT. Nose Herbalindo	111
Lampiran 2. Pertanyaan Kuesioner Survei Konsumen Terhadap Produk Perawatan Rambut Organik	116
Lampiran 3. Perhitungan Analisis Keuangan.....	123