



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PHALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.1.1 Budaya Penggunaan Produk Aromaterapi.....	2
1.1.2 Potensi Lilin Aromaterapi Di Indonesia.....	3
1.1.3 Gambaran Umum Industri Lilin Aromaterapi Di Indonesia.....	7
1.1.4 Pemain Utama Industri Lilin Aromaterapi	8
1.1.5 Hambatan Dan Ancaman Dalam Industri.....	9
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	10
1.2.1 Bentuk Usaha.....	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kanvas Model Bisnis	15
2.2 Peta Empati	20
2.3 Inovasi Terbuka.....	23
2.4 Alih Daya Produksi	25
2.4.1 Manufaktur Kontrak	26
2.4.2 Manufaktur Desain Asli.....	27
2.4.3 Produsen Peralatan Asli.....	28
2.4.4 Desain Dan Manufaktur Bersama.....	29
2.5 Aromaterapi Berbasis Lilin	29
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Unit Analisis.....	34
3.3 Sumber Dan Metode Pengumpulan Data	35
3.4 Instrumen Penelitian.....	38
3.5 Kualitas Penelitian.....	43
3.6 Metode Analisis Data	45
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	48
4.1 Peta Empati Calon Pelanggan	48
4.1.1 Apa Yang Konsumen Lihat	50
4.1.2 Apa Yang Konsumen Pikirkan Dan Rasakan?	54
4.1.3 Apa Yang Konsumen Katakan Dan Lakukan?	59
4.1.4 Apa Yang Konsumen Dengar?	69



4.2 Hasil Observasi	81
4.3 Kanvas Model Bisnis Lilin Aromaterapi Sage Mind	96
4.3.1 Segmen Konsumen	97
4.3.2 Proposisi Nilai	98
4.3.3 Saluran	100
4.3.4 Hubungan Konsumen	102
4.3.5 Aliran Pendapatan.....	104
4.3.6 Sumber Daya Kunci.....	105
4.3.7 Aktivitas Kunci.....	106
4.3.8 Kemitraan Kunci.....	107
4.3.9 Struktur Biaya.....	109
4.4 Analisis Kelayakan Finansial	113
BAB V RENCANA AKSI.....	118
5.1 Rencana Kegiatan Dan Waktu Pelaksanaan.....	118
5.2 Penanggung Jawab	120
5.3 Rencana Mitigasi.....	121
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	129



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar produk perawatan diri dan manfaatnya	2
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Klasifikasi Generasi Pada Tahun 2020	4
Tabel 1.3 Pemain Utama Lilin Aromaterapi di Indonesia	8
Tabel 2.1 Jenis-Jenis Tanaman yang Memiliki Manfaat Terapeutik	31
Tabel 2.2 Perbedaan Fragrance Oils dan Essential Oils	32
Tabel 3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian	35
Tabel 3.2 Profil Umum Responden	37
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Wawancara Pihak Maklon	39
Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Calon Pelanggan Potensial	41
Tabel 3.5 Variabel Observasi	42
Tabel 4.1 Peta Empati Calon Pelanggan Produk Lilin Minyak Pijat Aromatik Sage Mind	49
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Pertanyaan Apa yang Konsumen Lihat	50
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Pertanyaan Aroma yang Konsumen Sukai	51
Tabel 4.4 Hasil wawancara apa yang dirasakan	54
Tabel 4.5 Hasil Wawancara Apa yang Narasumber Pikirkan	57
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Penggunaan produk Aromaterapi	60
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Yang dilakukan Sebelum Membeli Produk Aromaterapi ...	61
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Yang dilakukan Saat Merasa Puas	64
Tabel 4.9 Hasil Wawancara Saat Merasa Kecewa	66
Tabel 4.10 Hasil Wawancara Saat menemukan Produk Baru	68
Tabel 4.11 Hasil Wawancara Asal Informasi Tentang Produk Aromaterapi	70
Tabel 4.12 Hasil Wawancara yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.13 Apa yang Konsumen Khawatirkan	73
Tabel 4.14 Hasil Wawancara Apa yang dikhawatirkan	74
Tabel 4.15 Hasil Wawancara Apa yang konsumen harapkan	76
Tabel 4.16 Hasil Wawancara Media yang diharapkan untuk memperoleh informasi	77
Tabel 4.17 Hasil Observasi	82
Tabel 4.18 Aktivitas Instagram By.Jazeera	85
Tabel 4.19 Aktivitas Instagram Douvall's	89
Tabel 4.20 Aktivitas Instagram Anodream	93
Tabel 4.21 Kanvas Model Bisnis Sage Mind	96
Tabel 4.22 Jenis Produk dan Aroma Sage Mind	100
Tabel 4.23 Struktur Biaya Bisnis Sage Mind	109
Tabel 4.24 Biaya Overhead Sage Mind	111
Tabel 4.25 Biaya Variabel Sage Mind	112
Tabel 4.26 Proyeksi Penjualan Sage Mind	113
Tabel 4.27 Perhitungan Analisis Keuangan Sage Mind	116
Tabel 5.1 Rencana aksi dan waktu pelaksanaan kegiatan	118
Tabel 5.2 Tugas dan Tanggung Jawab dari Setiap Jabatan	121
Tabel 5.3 Mitigasi Risiko	123



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Barang Yang Paling Banyak Dibeli Gen Z Dalam Sebulan.....	6
Gambar 1.2 Estimasi Pendapatan Segmen Pasar Lilin Di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Elemen Kanvas Model Bisnis	16
Gambar 2.2 Peta Empati	21
Gambar 4.1 Apa yang Konsumen Lihat dari produk aromaterapi	52
Gambar 4.2 Jenis aroma yang disukai.....	53
Gambar 4.3 Jenis produk aromaterapi yang disukai	55
Gambar 4.4 Responden rasakan saat menggunakan produk aromaterapi.....	56
Gambar 4.5 Responden berfikir akan membeli produk lilin minyak tubuh aromatik.....	58
Gambar 4.6 Harga yang dianggap sesuai untuk berat produk 100 gram	59
Gambar 4.7 Bagaimana responden menggunakan produk aromaterapi.....	60
Gambar 4.8 Responden lakukan saat membeli produk aromaterapi baru.....	63
Gambar 4.9 Perilaku yang paling mencerminkan kebiasaan responden saat akan membeli produk aromaterapi untuk pertama kali	63
Gambar 4.10 Responden Lakukan Saat Merasa Puas Dengan Produk Aromaterapi	65
Gambar 4.11 Responden lakukan untuk membagikan pengalaman mereka dalam menggunakan suatu produk.....	66
Gambar 4.12 Responden lakukan saat merasa kecewa.....	67
Gambar 4.13 Responden Lakukan saat ingin membeli produk aromaterapi	69
Gambar 4.14 Sumber yang Responden dengar	72
Gambar 4.15 Apa yang Responden Pertimbangkan Sebelum Membeli Produk Aromaterapi.....	73
Gambar 4.16 Aspek yang responden khawatirkan dari produk aromaterapi yang dihirup	75
Gambar 4.17 Responden khawatirkan saat menggunakan produk yang diaplikasikan pada kulit.....	76
Gambar 4.18 Harapan responden bagi produk lilin minyak hangat aromatik	78
Gambar 4.19 Jenis aroma yang disukai oleh responden	79
Gambar 4.20 Channel yang diharapkan oleh responden.....	80
Gambar 4.21 Profile Instagram By.Jazeera	84
Gambar 4.22 Website By.Jazeera.....	86
Gambar 4.23 Profil Instagram Douvall's	88
Gambar 4.24 Website Douvall's	90
Gambar 4.25 Profil Instagram Anodream.....	92
Gambar 4.26 Shopee Anodream	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Calon Pelanggan Potensial.....	129
Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner	140
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Pt. Spa Factory Bali.....	146
Lampiran 4 Hasil Analisis Kelayakan Finansial.....	150