

LATAR BELAKANG

1. Latar Belakang

Perkembangan industri parfum di Indonesia telah menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Kota Medan, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki populasi anak muda yang cukup besar dengan gaya hidup yang dinamis dan modis. Anak muda cenderung memperhatikan penampilan dan ingin selalu tampil menarik, salah satunya dengan menggunakan parfum. Hal ini menjadikan produk parfum bukan lagi sekadar kebutuhan, melainkan bagian dari gaya hidup.

Namun, banyak dari parfum yang beredar di pasaran memiliki harga yang relatif tinggi, sehingga tidak semua kalangan muda dapat dengan mudah mengakses produk parfum berkualitas. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang bisnis untuk menghadirkan produk parfum yang berkualitas, memiliki wangi yang tahan lama, dan ditawarkan dengan harga yang terjangkau. Selain itu, pilihan aroma yang unik dan sesuai dengan preferensi anak muda juga menjadi faktor penting dalam menciptakan daya tarik produk di pasar yang kompetitif.

Banyaknya merek parfume di era sekarang membuat masyarakat bingung untuk memilih produk mana yang akan di gunakan. Sehingga terluncurnya merek “AWET PARFUME” untuk mengatasi kebingungan masyarakat khususnya masyarakat Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Dengan berbagai banyaknya varian aroma yang di sediakan Awet Parfume untuk menyesuaikan dengan kepribadian calon customer dan yang pasti dapat menyegarkan aroma tubuh. Awet

Parfume juga dapat membantu customer menentukan aroma kepribadian dari calon customer dengan begitu fungsi parfume seperti menunjukkan aroma kepribadian dapat tersampaikan.

Dalam penelitian yang dikemukakan oleh Hidayatullah, F. (2021) disebutkan bahwa di era modern saat ini, parfum bukan lagi sekadar kebutuhan pelengkap, melainkan telah menjadi bagian dari fashion atau style yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa parfum memiliki peran penting dalam membangun identitas dan citra diri seseorang, sama halnya dengan pakaian, aksesoris, atau gaya rambut. Perubahan pola konsumsi ini mencerminkan bahwa masyarakat, terutama generasi muda, semakin menjadikan parfum sebagai elemen penting dalam aktivitas sosial maupun profesional.

Fakta ini memperkuat bahwa industri parfum memiliki potensi pasar yang sangat besar dan terus berkembang, karena kebutuhan akan aroma yang menyenangkan dan representatif menjadi bagian dari gaya hidup modern. Fenomena ini membuka peluang besar bagi Awet Parfume untuk hadir sebagai brand lokal yang tidak hanya menjual keharuman, tetapi juga menawarkan nilai personal, estetika, dan keterjangkauan. Dengan memposisikan parfum sebagai bagian dari ekspresi diri, Awet Parfume memiliki peluang kuat untuk meraih perhatian dan loyalitas konsumen di tengah pasar parfum yang semakin dinamis dan kompetitif.

Brand Awet Parfume hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan produk parfum yang memiliki ketahanan wangi hingga 7 sampai 9

yang mana jam namun tetap terjangkau bagi anak muda. Ketahanan wangi Awet Parfume telah diuji dan terbukti mampu bertahan hingga 7 sampai 9 jam, menjadikannya pilihan ideal bagi anak muda yang menginginkan parfum berkualitas dengan harga terjangkau. Formulasi parfum ini menggunakan bahan baku yang dominan, seperti minyak esensial dan bahan pengikat aroma yang diformulasikan secara khusus untuk meningkatkan daya tahan wangi. Selain itu, uji coba terhadap berbagai kondisi aktivitas sehari-hari, seperti di ruangan ber-AC, lingkungan luar ruangan, hingga aktivitas padat, menunjukkan bahwa aroma Awet Parfume tetap konsisten. Inilah yang menjadikan Awet Parfume bukan hanya sekadar nama, tetapi juga komitmen nyata dalam menghadirkan aroma yang awet, berkualitas, dan cocok dengan gaya hidup dinamis anak muda. seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Perbandingan Ketahanan Wangi Awet Parfume dengan Pesaing uji coba di lapangan

Merek	Ketahanan Wangi	Keterangan
Awet Parfume	7 - 8 jam	Memiliki ketahanan aroma lebih lama berkat formulasi minyak esensial yang lebih dominan dan bahan pengikat aroma yang berkualitas. Cocok untuk penggunaan sepanjang hari tanpa perlu sering menyemprot ulang.
pesaing 1	6 - 8 jam	Aroma cukup tahan lama, tetapi mulai berkurang intensitasnya setelah 6 jam, terutama dalam aktivitas berat atau cuaca panas
pesaing 2	6 - 8 jam	Memiliki daya tahan wangi yang cukup baik, tetapi lebih cepat menguap

		dibandingkan Awet Parfume, terutama pada kondisi luar ruangan.
pesaing 3	6 - 7 jam	Aroma tidak bertahan lama jika dibandingkan dengan Awet Parfume. Memerlukan penyemprotan ulang lebih sering untuk mempertahankan wanginya sepanjang hari.

Melalui pendekatan yang dekat dengan gaya hidup serta preferensi anak muda, Awet Parfume berkomitmen untuk menjadi brand lokal yang dapat bersaing dan memenuhi selera pasar. Dengan mengusung nama "Awet", brand ini tidak hanya ingin dikenal sebagai parfum dengan aroma yang tahan lama, tetapi juga sebagai brand yang awet di hati para penggunanya.

Parfume juga merupakan kategori produk margin dengan keuntungan yang terbilang tinggi, ini disebabkan biaya produksi yang relative murah untuk sebuah usaha di banding dengan harga jual parfume tersebut. Sehingga laba yang di hasilkan lebih besar dan dapat menguntungkan bagi perusahaan. Parfume juga merupakan barang yang di butuhkan banyak orang termasuk pria dan Wanita dari seluruh belahan dunia dapat menggunakan parfume ini membuat peluang parfume secara online dapat meningkatkan penjualan sehingga perusahaan mendapatkan laba yang lebih banyak lagi.

Selain itu, bisnis parfume juga dapat dijadikan usaha sampingan untuk menambah penghasilan bagi pemilik usaha, karna pembuatan parfume atau peracikanya hanya di lakukan 2 kali dalam 1 bulan. Selain itu juga, modal untuk memulai usaha parfume sangat terjangkau di bandingkan usaha lainnya.

1.1. Profil Usaha

Tabel 1.2 Profil Usaha

Nama Usaha	Awet Parfume
Jenis Usaha	Parfume
Visi	Sebagai merek parfum lokal terkemuka yang menghadirkan kualitas premium, inovasi ramah lingkungan, dan memberikan pengalaman wangi yang tak terlupakan bagi setiap pelanggan.
Alamat	Jl. Sisingamangaraja Gg. Masjid No. 15 Teladan barat Kec. Medan Kota, Kota Medan
Produk yang di tawarkan	Parfume Spray
Legalitas	Nomor induk Berusaha: 2002240134972
Aktivitas Usaha	Awet Parfume menjalankan berbagai aktivitas usaha untuk menciptakan produk parfum yang berkualitas, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan tetap bersaing di pasar. Berikut adalah aktivitas utama dalam usaha Awet Parfume

1.2. Profil Pemilik

Tabel 1.3 Profil Pemilik Usaha

Nama Lengkap	Deniawati
Alamat Lengkap	Rintis Kacang, Desa Pangkalan Kec. Aek Natas, Kab. Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
Nomor Kontak	0822-84628932
Alamat Email	Deniawati06@gmail.com

Pendidikan	SMAS Bhayangkari 2 Rantau Prapat
Pengalama Kerja atau Usaha	Online Shop dan UKM
Motivasi Pribadi	Ketertarikan pada Parfume, dan memiliki pengalaman sebagai reseller Parfume

RANCANGAN USAHA

2.1 Rancangan Usaha

Rancangan usaha Awet Parfume berfokus pada produksi dan pemasaran parfum berkualitas dengan konsep inovatif yang menggabungkan personalisasi aroma berbasis MBTI, harga terjangkau, serta kemasan ramah lingkungan dari kertas daur ulang. Usaha ini menargetkan mahasiswa dan pekerja muda yang mencari parfum tahan lama dengan desain unik, seperti botol gantungan kunci dan gift set eksklusif. Penjualan dilakukan melalui e-commerce (Shopee & Lazada), media sosial (Instagram & TikTok), serta distribusi langsung melalui mitra lokal seperti salon dan toko hadiah. Strategi pemasaran mencakup promosi digital, giveaway interaktif, kolaborasi dengan bisnis lokal, serta partisipasi dalam bazar dan event komunitas. Dengan komitmen terhadap keberlanjutan dan pengalaman pelanggan, Awet Parfume bertujuan menjadi merek parfum lokal terkemuka yang menghadirkan wangi yang awet, berkesan, dan penuh karakter.

2.2 Deskripsi Usaha

Awet Parfume adalah usaha parfum lokal yang didirikan pada tahun 2023 dengan visi menghadirkan parfum berkualitas tinggi, terjangkau, dan ramah lingkungan untuk generasi muda, khususnya mahasiswa dan pekerja muda. Mengusung konsep inovasi dan personalisasi, Awet Parfume menciptakan parfum yang tidak hanya sekadar wangi, tetapi juga merefleksikan kepribadian konsumen melalui varian aroma yang terinspirasi dari MBTI (Myers-Briggs Type Indicator). Dalam Listiani, dkk (2024) salah satu membuat pelanggan terkesan dengan

menunjukkan diferensiasi yang kuat secara emosional yang berarti produk yang berbeda lebih menarik pelanggan di bandingkan dengan produk yang sama seperti yang jual di pasaran. Produk Awet Parfume dirancang dengan berbagai varian aroma seperti INFJ, ENFP, ESTP, dan Love Baming, yang mencerminkan karakter unik setiap tipe kepribadian. Dengan ukuran botol praktis (10 ml, 25 ml, dan 30 ml) dan harga terjangkau mulai dari Rp30.000 hingga Rp68.000. Dalam Fauzi, dkk (2024) harga yang di tawarkan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sehingga Awet Parfume menjadi pilihan ideal bagi konsumen muda yang menginginkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Selain menawarkan aroma yang tahan lama yang mampu bertahan hingga 7 sampai 9 jam, Awet Parfume juga berkomitmen terhadap keberlanjutan dengan memanfaatkan kertas bekas sebagai bahan utama untuk kemasan seperti paperbag dan kertas kado. Hal ini sejalan dengan visi perusahaan untuk mendukung pengurangan limbah dan menciptakan produk yang ramah lingkungan. Inovasi lain yang ditawarkan adalah desain botol multifungsi seperti gantungan kunci parfum, yang praktis dan sesuai dengan gaya hidup dinamis generasi muda dalam Mahulae, Ronny (2024) menurut Mardiana Inovasi merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Awet Parfume juga memanfaatkan kekuatan media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk mempromosikan produknya melalui konten kreatif dan interaktif. Penjualan dilakukan melalui platform e-commerce seperti Shopee dan Lazada, yang memudahkan konsumen di seluruh Indonesia untuk membeli produk. Selain itu, Awet Parfume juga aktif dalam kegiatan lokal seperti

bazar kampus, acara wisuda, dan pop-up store untuk menjangkau pelanggan secara langsung.

Dengan menggabungkan inovasi produk, pemasaran digital yang kreatif, dan komitmen terhadap keberlanjutan, Awet Parfume hadir sebagai merek parfum lokal yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan aroma yang berkualitas, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan dan komunitas.

2.2. Logo

Gambar 2.1 Logo Awet Parfume



2.3. Penjelasan Makna Logo

Nama "Awet Parfume" mencerminkan esensi dari pentingnya keharuman tubuh dalam menciptakan hubungan yang positif dan berjangka panjang. Filosofi ini berakar pada keyakinan bahwa aroma yang segar dan wangi bukan hanya sekadar elemen gaya hidup, tetapi juga menjadi awal dari komunikasi yang efektif, percaya diri, dan bermakna.

1. Awet Keharuman yang Tahan Lama

Kata "Awet" mewakili komitmen untuk memberikan parfum dengan aroma yang tahan lama, memastikan bahwa konsumen selalu merasa segar sepanjang hari. Keharuman yang bertahan lama ini membantu menciptakan kesan positif yang mendalam, baik dalam pertemuan sehari-hari maupun momen spesial.

2. Parfume Menyegarkan dan Menghubungkan

Parfum adalah simbol kepercayaan diri dan cara seseorang mengekspresikan dirinya. Dengan wangi yang sesuai karakter dan kepribadian, "Awet Parfume" membantu membangun hubungan interpersonal yang lebih kuat, dimulai dari kesan baik yang diberikan oleh aroma tubuh yang menyegarkan.

3. Kuning - Energi, Optimisme, dan Keceriaan

Warna kuning dalam filosofi Awet Parfume melambangkan semangat positif, energi yang ceria, dan daya tarik yang membangkitkan rasa percaya diri. Kuning mencerminkan kesegaran aroma yang dihasilkan Awet Parfume, memberikan nuansa cerah dalam setiap langkah pelanggan. Warna ini juga menggambarkan komitmen merek untuk membawa kebahagiaan melalui inovasi parfum yang personal dan unik.

4. Hitam - Elegansi, Keberanian, dan Kekuatan

Warna hitam melambangkan ketahanan, kualitas premium, dan kesan elegan yang menjadi karakter khas Awet Parfume. Hitam juga mencerminkan kepercayaan diri yang kuat, menunjukkan bagaimana

produk ini dapat membantu pelanggan tampil percaya diri dan meninggalkan kesan mendalam. Kombinasi warna hitam yang tegas dengan kuning yang ceria memberikan keseimbangan antara inovasi modern dan kesan yang abadi.

5. Koneksi yang Berjangka Lama

Sebuah komunikasi yang baik tidak hanya dimulai dari kata-kata, tetapi juga dari kehadiran yang menyenangkan, termasuk aroma tubuh. Awet Parfume dirancang untuk menjadi bagian dari momen tersebut, memastikan konsumen meninggalkan kesan yang positif dan membangun hubungan yang berjangka panjang.

2.4. Visi

Sebagai upaya untuk memotivasi usaha dan keseriusan dalam menjalankan bisnis, setiap badan usaha baik yang berskala besar maupun kecil harus mempunyai arah tantangan ke depan hal tersebut di tuangkan dalam visi badan usaha.

VISI:

Sebagai merek parfum lokal terkemuka yang menghadirkan kualitas premium, inovasi ramah lingkungan, dan memberikan pengalaman wangi yang tak terlupakan bagi setiap pelanggan.

2.5. Misi

Dengan maksud memajukan Awet Parfume, kami akan melakukan beberapa hal yang akan membantu kami menjadi usaha parfume yang sukses, di antara lain yaitu:

1. Menciptakan Produk Berkualitas dengan menghadirkan parfum dengan aroma tahan lama dan beragam pilihan yang sesuai dengan kepribadian serta kebutuhan pelanggan.
2. Peduli Lingkungan dengan mengimplementasikan praktik ramah lingkungan melalui kemasan daur ulang dan mendukung pengurangan limbah kertas di lingkungan sekitar.
3. Edukasi Pelanggan dengan memberikan edukasi mengenai pilihan parfum yang sesuai untuk berbagai situasi dan karakter, melalui media digital dan program interaktif.
4. Memberdayakan merek lokal dengan mendukung ekonomi lokal dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan memberdayakan komunitas sekitar.
5. Inovasi dan Kreativitas dengan terus berinovasi dalam desain kemasan, strategi pemasaran, dan konsep produk agar selalu relevan dengan tren dan kebutuhan pelanggan.
6. Menggunakan Strategi Pemasaran Digital yang Lebih Interaktif dengan memanfaatkan tren personalisasi dengan menghadirkan fitur “Find Your

Scent” di website dan media sosial, sebuah kuis interaktif berbasis website dan Instagram yang membantu pelanggan memilih varian Awet Parfume sesuai dengan kepribadian MBTI, mood, atau aktivitas mereka di mana pelanggan bisa memilih parfum berdasarkan kepribadian dan preferensi aroma mereka.

2.6. Produk

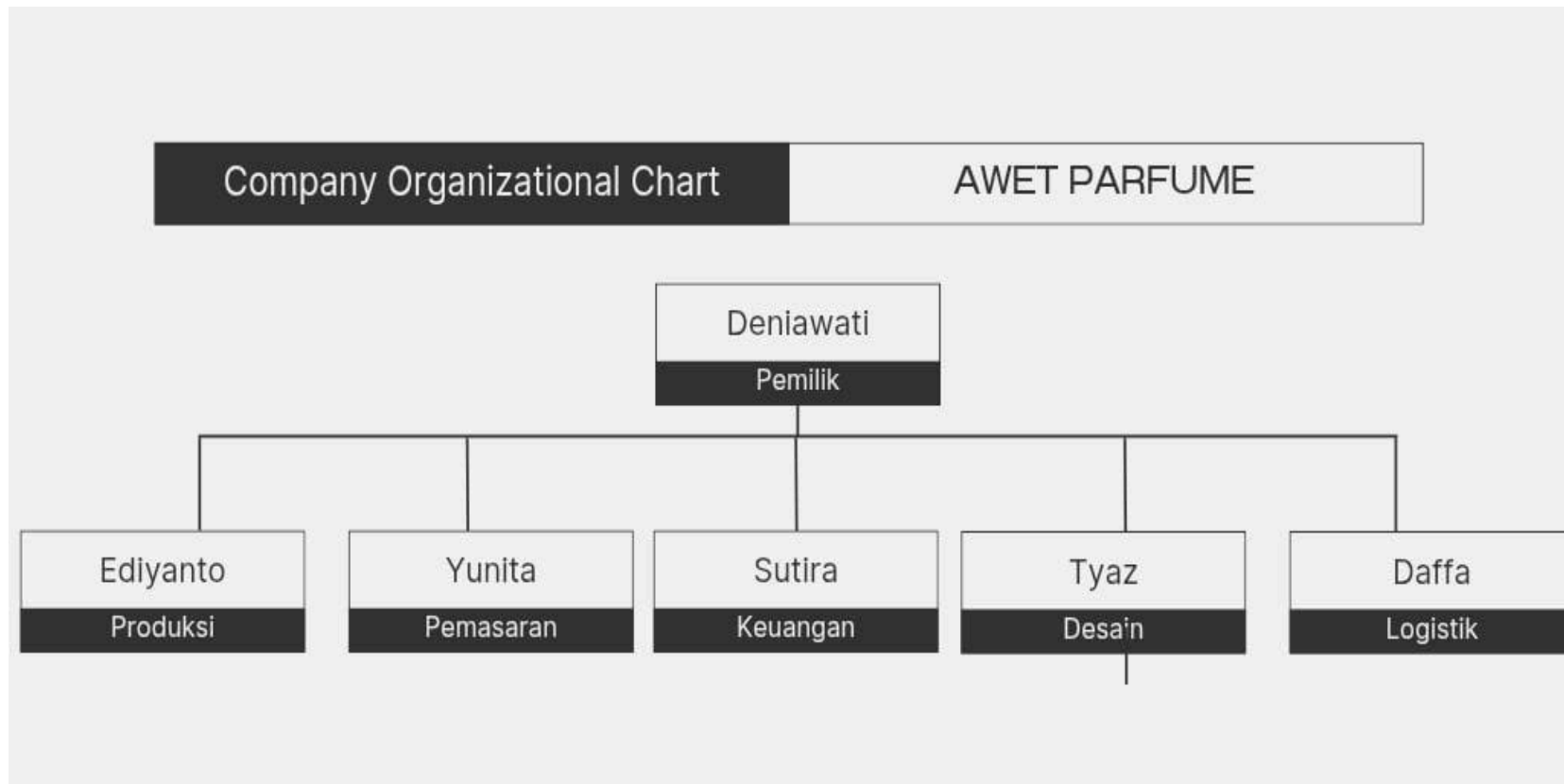
Awet Parfume merupakan produk parfum lokal yang menghadirkan aroma berkualitas tinggi dengan konsep personalisasi kepribadian berdasarkan teori MBTI (Myers-Briggs Type Indicator). Produk ini tersedia dalam beberapa varian aroma unik, seperti INFJ, ENFP, ESTP, dan Love Baming, yang masing-masing mencerminkan karakteristik kepribadian penggunanya. Parfum ini hadir dalam tiga pilihan ukuran, yaitu 10 ml, 25 ml, dan 30 ml, sehingga fleksibel untuk penggunaan sehari-hari maupun sebagai hadiah. Selain itu, Awet Parfume mengusung inovasi kemasan ramah lingkungan dengan menggunakan paperbag dan kertas kado dari bahan daur ulang, serta menghadirkan desain botol multifungsi seperti gantungan kunci parfum yang praktis dan stylish. Dengan aroma yang tahan lama, harga yang terjangkau (Rp30.000–Rp68.000), serta konsep inovatif, Awet Parfume menjadi pilihan ideal bagi mahasiswa dan pekerja muda yang menginginkan parfum berkualitas dengan nilai lebih.

Gambar 2.1 Produk Awet Parfume

Size	Gambar
30 MI	
25 MI	
10 MI	
AromaLink	

2.8. Sumber Daya Manusia

Gambar 2.2 Struktur Organisasi



1. Pemilik Usaha

Tabel 2.1 Sumber Daya Manusia Pemilik Usaha

Nama Lengkap	Deniawati
Alamat Lengkap	Rintis Kacang, Desa Pangkalan Kec. Aek Natas, Kab. Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
Nomor Kontak	0822-8462-8932
Alamat Email	Deniawati06@gmail.com
Pendidikan	SMAS Bhayangkari 2 Rantau Prapat
Pengalaman Kerja atau Usaha	Online Shop dan UKM
Motivasi Pribadi	Ketertarikan pada Parfume, dan memiliki pengalaman sebagai reseller Parfume

2. Divisi Produksi

Tabel 2.2 Sumber Daya Manusia Divisi Produksi

Nama Lengkap	Ediyanto
Alamat Lengkap	Rintis Kacang, Desa Pangkalan Kec. Aek Natas, Kab. Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
Nomor Kontak	0822-8462-8932
Alamat Email	Ediyanto@gmail.com
Pendidikan	MAN 2 Rantau Prapat
Pengalaman Kerja atau Usaha	Online Shop dan UKM
Motivasi Pribadi	Ketertarikan pada Parfume, dan memiliki pengalaman sebagai reseller Parfume

3. Divisi Pemasaran dan Penjualan

Tabel 2.3 Sumber Daya Manusia Divisi Pemasaran dan Penjualan

Nama Lengkap	Yunita
Alamat Lengkap	Rintis Kacang, Desa Pangkalan Kec. Aek Natas, Kab. Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
Nomor Kontak	0822-8462-8932
Alamat Email	Yunita06@gmail.com
Pendidikan	SMAN 1 AEK NATAS
Pengalama Kerja atau Usaha	Online Shop dan UKM
Motivasi Pribadi	Ketertarikan pada Parfume, dan memiliki pengalaman sebagai reseller Parfume

4. Divisi Keuangan

Tabel 2.4 Sumber Daya Manusia Divisi Keuangan

Nama Lengkap	Sutira
Alamat Lengkap	Rintis Kacang, Desa Pangkalan Kec. Aek Natas, Kab. Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
Nomor Kontak	0822-8462-8932
Alamat Email	Sutira7@gmail.com
Pendidikan	SMAN 2 Rantau Selatan
Pengalama Kerja atau Usaha	Online Shop dan UKM
Motivasi Pribadi	Ketertarikan pada Parfume, dan memiliki pengalaman sebagai reseller Parfume

5. Divisi Kreatif dan Desain

Tabel 2.5 Sumber Daya Manusia Divisi Kreatif dan Desain

Nama Lengkap	Tyaz
Alamat Lengkap	Rintis Kacang, Desa Pangkalan Kec. Aek Natas, Kab. Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
Nomor Kontak	0822-8462-8932
Alamat Email	Tyaz87@gmail.com
Pendidikan	SMAS Bhayangkari 2 Rantau Prapat
Pengalaman Kerja atau Usaha	Online Shop dan UKM
Motivasi Pribadi	Ketertarikan pada Parfume, dan memiliki pengalaman sebagai reseller Parfume

6. Divisi Logisik dan Distribusi

Tabel 2.6 Sumber Daya Manusia Divisi Logisik dan Distribusi

Nama Lengkap	Daffa
Alamat Lengkap	Rintis Kacang, Desa Pangkalan Kec. Aek Natas, Kab. Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
Nomor Kontak	0822-8462-8932
Alamat Email	Daffasyakif06@gmail.com
Pendidikan	SMAS Bhayangkari 2 Rantau Prapat
Pengalaman Kerja atau Usaha	Online Shop dan UKM
Motivasi Pribadi	Ketertarikan pada Parfume, dan memiliki pengalaman sebagai reseller Parfume

2.9. Spesifikasi Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam menjalankan usaha Awet Parfume, setiap anggota tim memiliki spesifikasi tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk memastikan kelancaran operasional bisnis. Pemilik usaha bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis, pengembangan produk, dan pengawasan keseluruhan operasional. Tim produksi berfokus pada formulasi parfum, pencampuran bahan, proses pengemasan, serta pengendalian kualitas untuk memastikan produk memenuhi standar yang diharapkan. Divisi pemasaran dan penjualan mengelola promosi melalui media sosial (Instagram & TikTok), menjalankan strategi digital marketing, serta menangani penjualan di e-commerce (Shopee & Lazada). Tim kreatif dan desain bertugas dalam pembuatan konten visual, desain kemasan inovatif, dan branding produk agar tetap menarik bagi target pasar. Divisi keuangan mengatur pencatatan keuangan, laporan laba rugi, serta pengelolaan anggaran operasional. Sementara itu, tim logistik dan distribusi memastikan stok produk selalu tersedia, mengelola pengiriman pesanan pelanggan, serta menjalin kerja sama dengan mitra bisnis lokal. Dengan pembagian tugas yang efektif, Awet Parfume dapat berjalan secara profesional, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

1. Pemilik Usaha

Pemilik Awet Parfume bertanggung jawab sebagai pengambil keputusan utama yang mengawasi keseluruhan jalannya bisnis. Pemilik berperan dalam merumuskan visi, misi, dan strategi jangka panjang. Selain itu, pemilik juga

memantau pencapaian target penjualan, pengelolaan sumber daya, dan inovasi produk agar tetap kompetitif di pasar parfum lokal.

2. Divisi Produksi

Divisi ini bertugas mengelola proses pembuatan parfum, termasuk formulasi aroma, pengemasan, dan pengendalian kualitas. Tim produksi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk Awet Parfume sesuai dengan standar kualitas, memiliki aroma tahan lama, dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, divisi ini juga berperan dalam inovasi produk, seperti menciptakan aroma baru atau desain kemasan multifungsi, seperti gantungan kunci parfum.

3. Divisi Pemasaran dan Penjualan

Divisi pemasaran bertugas mempromosikan produk Awet Parfume melalui berbagai platform, terutama media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta toko online seperti Shopee dan Lazada. Tim ini mengelola kampanye promosi, konten kreatif, kolaborasi dengan influencer, dan kegiatan offline seperti bazar kampus atau pop-up store. Selain itu, divisi ini bertanggung jawab menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui layanan pelanggan yang responsif dan program loyalitas.

4. Divisi Keuangan

Divisi keuangan berperan dalam mengelola anggaran, pencatatan penjualan, dan pengeluaran usaha. Tim ini memastikan kelancaran arus kas,

menghitung margin keuntungan, dan mematuhi kewajiban pajak usaha kecil. Selain itu, divisi keuangan juga membantu menganalisis data penjualan untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik.

5. Divisi Kreatif dan Desain

Divisi ini bertugas menciptakan desain kemasan yang menarik dan inovatif, seperti penggunaan kertas daur ulang untuk kemasan ramah lingkungan. Selain itu, divisi kreatif bertanggung jawab dalam merancang branding visual, seperti logo, feed Instagram, serta materi promosi yang mendukung estetika merek Awet Parfume.

6. Divisi Logistik dan Distribusi

Tim logistik bertugas mengelola pengiriman produk kepada konsumen, baik melalui toko online maupun distribusi ke mitra lokal seperti toko kampus atau toko hadiah. Divisi ini memastikan pengiriman tepat waktu dan produk sampai ke konsumen dalam kondisi baik.

2.10. Gaji dan Upah

Setiap karyawan di Awet Parfume akan menerima gaji sebesar Rp1.500.000 per bulan per orang, yang disesuaikan dengan skala usaha dan tugas masing-masing divisi. Besaran gaji ini ditetapkan untuk mendukung kesejahteraan karyawan sambil tetap menjaga stabilitas keuangan perusahaan sebagai usaha kecil yang sedang berkembang. Selain gaji pokok, karyawan juga memiliki kesempatan untuk menerima bonus berdasarkan pencapaian target produksi dan

penjualan setiap bulan, sehingga memberikan motivasi lebih untuk berkontribusi pada keberhasilan usaha.