

INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK PARFUM DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* PADA *BRAND* MELEUKAT

DICKY ANDIKA MUKTI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Inovasi Pengembangan Produk Parfum dengan Pendekatan *Design Thinking* pada *Brand Méleukat*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Dicky Andika Mukti
K1401211056

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

DICKY ANDIKA MUKTI. Inovasi Pengembangan Produk Parfum dengan Pendekatan *Design Thinking* pada *Brand Méleukat*. Dibimbing oleh YUDHA HERYAWAN ASNAWI dan ASEP TARYANA.

Pasar parfum di Indonesia masih didominasi produk terjangkau. Melihat peluang ini, banyak UMKM merintis bisnis parfum, termasuk Méleukat. Observasi awal menunjukkan bahwa *customer* Méleukat kerap ragu membeli karena terbatasnya pilihan ukuran dan minimnya kesempatan mencoba aroma sebelum membeli, terutama untuk memastikan kecocokan dengan preferensi pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi produk parfum dalam ukuran kecil yang memungkinkan *customer* untuk mencoba varian aroma dalam ukuran yang lebih terjangkau dan praktis. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *design thinking*. Hasil dari penelitian ini adalah Méleukat dapat menghadirkan dua jenis produk baru, yaitu *travel size* berukuran 10 ml dengan botol *twister* dan fitur *pump refill*, serta *discovery set* berisi empat varian parfum Méleukat dalam botol ukuran 5 ml. Kedua opsi ini dirancang untuk menjawab kebutuhan *customer* akan kepraktisan dan kemudahan dalam mengeksplorasi aroma. Dari hasil preferensi *customer*, solusi berupa *travel size* 10 ml dengan botol *twister* dan fitur *pump refill* menjadi pilihan yang paling disukai oleh mayoritas *customer* Méleukat.

Kata Kunci: *design thinking*, *discovery set*, parfum, *travel size*

ABSTRACT

DICKY ANDIKA MUKTI. Innovation in Perfume Product Development Using a Design Thinking Approach at the Méleukat Brand. Supervised by YUDHA HERYAWAN ASNAWI and ASEP TARYANA.

The perfume market in Indonesia is still dominated by affordable products. Seeing this opportunity, many SMEs have started venturing into the perfume business, including Méleukat. Initial observations show that Méleukat's customers are often hesitant to purchase due to limited size options and a lack of opportunities to try the scents beforehand, especially to ensure compatibility with personal preferences. This study aims to develop product innovations in the form of smaller size that allow customers to try different fragrance variants more affordable and in practical sizes. The method used in this research is design thinking. Méleukat can introduce two new product types: a 10 ml travel size bottle with a twister cap and pump refill feature, and a discovery set containing four Méleukat perfume variants in 5 ml bottles. Both options are designed to meet customer needs for practicality and ease in exploring fragrances. Based on customer preferences, the 10 ml travel-size bottle with a twister cap and pump refill feature emerged as the most favored solution among Méleukat's customers.

Keywords: *design thinking*, *discovery set*, perfume, *travel size*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK PARFUM DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* PADA *BRAND* MELEUKAT

DICKY ANDIKA MUKTI

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si.
2. Dr. Tanti Novianti, S.P., M.Si.

Judul Skripsi : Inovasi Pengembangan Produk Parfum dengan Pendekatan *Design Thinking* pada *Brand Méleukat*

Nama : Dicky Andika Mukti

NIM : K1401211056

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Drs. Yudha Heryawan Asnawi, M.M.



Pembimbing 2:

Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
25 Juli 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu waTa'ala atas segala karunia-nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini memiliki judul “Inovasi Pengembangan Produk Parfum dengan Pendekatan *Design Thinking* pada *Brand Méleukat*”. Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada para pihak berikut :

1. IPB University yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi di Sekolah Bisnis.
2. Bapak Dr.Drs. Yudha Heryawan Asnawi, M.M. beserta Bapak Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan dengan sabar selama proses penelitian.
3. Ibu Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si. dan ibu Dr. Tanti Novianti, S.P., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan serta saran dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen, staf, dan karyawan Sekolah Bisnis IPB University yang senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat serta menciptakan lingkungan akademik yang mendukung dan menyenangkan selama penulis menempuh pendidikan
5. Kedua orang tua yakni Ibu Evi Novita dan Bapak Wismal yang senantiasa memberikan dukungan tanpa henti serta mengiringi setiap langkah dengan doa demi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini
6. Teman-teman di Sekolah Bisnis yaitu Ahmad Anas, Fahrazi Husaini , Rafi Razani, dan Ismail Mansyur yang senantiasa memberikan dukungan baik dalam hal akademik maupun secara emosional selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman saya yaitu Ade Fatmasari, Aulia Ardhi, Zharfan Charles, Raihan Arfaq, Yowan Fasya, dan Dimas Fujiansyah yang senantiasa memberikan dukungan emosional kepada penulis hingga saat ini.
8. Partner bisnis penulis di Méleukat yaitu Dwita Meiridzky dan Luthfiah Alfera yang telah menjadi rekan luar biasa dalam membangun dan mengembangkan bisnis ini.
9. Segenap pihak yang membantu dan mendoakan keberlangsungan studi dan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Dicky Andika Mukti

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Parfum	9
2.2 Pengembangan Produk	9
2.3 Inovasi	9
2.4 <i>Design Thinking</i>	10
2.5 Penelitian Terdahulu	14
2.6 Kerangka Pemikiran	16
III METODE	18
3.1 Waktu dan Tempat	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Metode Penentuan Responden	19
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 <i>Existing Condition</i> Méleukat	21
4.2 Perancangan solusi inovatif menggunakan Pendekatan <i>design thinking</i>	23
V SIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	47
RIWAYAT HIDUP	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Jenis dan sumber data	18
2	Karakteristik responden	24
3	Hasil A/B testing	39

DAFTAR GAMBAR

1	Situasi penggunaan parfum	1
2	<i>Willingness to pay</i> produk parfum	2
3	Cakupan penjualan produk Méleukat	3
4	Daftar 10 merk parfum dengan pangsa pasar terbesar di <i>e-commerce</i> Indonesia (Januari – Juli 2024)	4
5	<i>Feedback</i> Produk Méleukat	5
6	<i>Consumer profile</i> Méleukat tahun 2024	6
7	<i>Design thinking</i>	10
8	<i>Empathy map</i>	11
9	<i>Value proposition canvas</i> (VPC)	13
10	Kerangka pemikiran	17
11	Produk Méleukat	21
12	<i>Review customer</i> Méleukat	22
13	Preferensi ukuran parfum <i>customer</i> Méleukat	23
14	<i>Empathy map</i>	25
15	<i>Customer journey mapping customer</i> Méleukat	30
16	<i>Value proposition canvas</i>	34
17	Produk A (<i>Travel size</i>)	36
18	Produk B (<i>Discovery set</i>)	37

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner uji masalah	49
2	Kuesioner uji solusi	53