

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penjualan parfum yang terus meningkat setiap tahunnya, terutama pada beberapa tahun belakangan dapat membuktikan adanya peningkatan ketertarikan masyarakat terhadap parfum. Dalam analisa pasar sasaran, perilaku Gen Z yang menyukai hal-hal kreatif menjadi salah satu faktor pendukung yang kuat untuk munculnya model bisnis lokakarya parfum. Meningkatnya model bisnis ini membuktikan besarnya ketertarikan dari sisi penawaran dan dari sisi permintaan akan model bisnis lokakarya parfum.

Melalui data yang sudah dipaparkan, kelompok menyimpulkan bahwa tersedia pasar untuk model bisnis lokakarya parfum dan pasar ini merupakan pasar yang menjanjikan. Maka dari itu, PERF. Laboratory memutuskan untuk menjalankan model bisnis lokakarya parfum dimana PERF. Laboratory akan membantu para peserta lokakarya untuk menemukan wewangian yang sesuai dengan karakteristik mereka masing-masing. Dalam mengikuti lokakarya, peserta dapat menggunakan kreativitas mereka untuk berkarya dalam mengkustomisasi wewangian yang sesuai dengan preferensi mereka. Peserta juga dapat menambahkan aspek personalisasi dengan pemberian warna dan *glitter* pada parfum serta pemberian nama pada parfum.

PERF. Laboratory memulai bisnisnya secara *mobile* pada 4 april 2024 dan melaksanakan *grand opening* pada tanggal 6 juni 2024. Selama tiga bulan berjalan, PERF. Laboratory sudah melayani lebih dari 100 peserta dan berkesempatan untuk melakukan kerjasama dengan salah satu komunitas perempuan terbesar yang berfokus pada bidang kecantikan yaitu Female Daily. PERF. Laboratory sudah mendapatkan pendapatan lebih dari Rp 70.000.000.

Kata Kunci	:	Parfum, Lokakarya, Kustomisasi, Aktivitas, Personalisasi
Bidang Usaha	:	<i>Service Product</i>

EXECUTIVE SUMMARY

The continuous increase in perfume sales every year, especially in recent years, proves the public's growing interest in perfumes. In the target market analysis, the behavior of Gen Z, who are fond of creative things, becomes a strong supporting factor for the emergence of the perfume workshop business model. The growth of this business model demonstrates a significant interest from both the supply and demand sides for the perfume workshop business model.

Based on the presented data, the group concluded that there is a market for the perfume workshop business model, and this market is promising. Therefore, PERF. Laboratory decided to implement the perfume workshop business model where PERF. Laboratory will assist workshop participants in discovering fragrances that match their characteristics. PERF. Laboratory offers more than 100 types of fragrances for participants to explore and customize. During the workshop, participants can use their creativity to customize fragrances according to their preferences. Participants can also add a personal touch by adding color and glitter to the perfume and giving it a name.

PERF. Laboratory began its business operations on a mobile basis on April 4, 2024, and held its grand opening on June 6, 2024. In its first three months of operation, PERF. Laboratory has served over 100 participants and had the opportunity to collaborate with one of the largest women's communities focused on beauty, Female Daily. PERF. Laboratory has earned more than Rp 70.000.000 in revenue.

Keywords	:	<i>Perfume, Workshop, Customization, Activities, Personalization</i>
Field of Business	:	<i>Service Product</i>