

Mengulik Strategi Bisnis Parfum HMNS, Parfum Lokal yang Go Internasional



Brand Parfum HMNS (marketeers.com)

Belakangan ini produk parfum lokal nampak digemari oleh masyarakat. Ditengah merek-merek parfum asing dengan harga fantastis, nampaknya produk parfum lokal dengan harga yang lebih terjangkau dan kualitas yang baik menjadi pilihan yang diminati oleh masyarakat. Salah satu merek parfum lokal yang meraih popularitas tinggi adalah HMNS *Perfumery*. Telah berdiri sejak tahun 2019, HMNS *Perfumery* meraih popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat, selebritas bahkan hingga kalangan pejabat. Tidak hanya itu, HMNS berhasil menjadi brand parfum lokal pertama yang terpilih untuk merilis produknya di gelaran *Paris Fashion Week 2022*. Dengan kesuksesan tersebut, siapa sangka bahwa HMNS merupakan brand parfum yang dirintis melalui pemanfaatan platform digital dengan modal awal kurang dari Rp 10 juta. *Chief Executive* (CEO) sekaligus *founder* HMNS, Rizky Arief Dwi Prakoso memulai bisnis parfum tersebut dengan motivasi meracik parfum yang memiliki kualitas yang baik namun dengan harga terjangkau dan dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat. Ia menuturkan bahwa tantangan utama untuk membangun bisnisnya tersebut adalah untuk dapat memasarkan parfum secara *online*, diperlukan strategi marketing yang baik dikarenakan pembeli tidak secara langsung dapat mencium aroma parfum, sehingga diperlukan cara untuk membuat orang mengerti tanpa mencium wanginya, sehingga diperlukan deskripsi aroma parfum yang dijual kepada target pasar.



Menteri BUMN, Erick Thohir; Instagram @erickthohir

Untuk mengatasi tantangan tersebut, HMNS menggunakan Teknik *storytelling* dalam memasarkan produknya. Teknik tersebut dilakukan dengan cara mendeskripsikan aroma parfum dan mengangkat cerita-cerita orang yang telah menggunakan parfum HMNS dan menyampaikan tentang pengembangan produk yang dilakukan. Selain menerapkan strategi tersebut, HMNS juga terus menerapkan inovasi dengan meluncurkan produk baru menggandeng publik figur Christian Sugiono untuk membuat sebuah parfum yang diberi nama *The Perfection*. Dalam pembuatan parfum tersebut, HMNS dan Christian bahkan melakukan 145 kali percobaan untuk menghasilkan aroma parfum yang pas, hal itu menunjukkan kesungguhan HMNS dalam menjaga kualitas parfum yang mereka buat. Strategi tersebut pun dapat dikatakan sukses dikarenakan parfum yang memiliki aroma jeruk purut, biji pala, cengkih, dan elemi tersebut terjual sebanyak 2.000 botol dalam peluncuran pertamanya. Strategi bisnis lainnya yang diterapkan HMNS adalah meluncurkan produk pengharum ruangan. Ide tersebut tercetus dikarenakan situasi Pandemi Covid-19 yang membuat orang banyak melakukan aktivitas di dalam rumah, sehingga dengan meluncurkan produk tersebut, orang tetap dapat menikmati produk wewangian HMNS. Lewat strategi ini, kita dapat mempelajari bahwa hambatan-hambatan dalam bisnis sesungguhnya tidak mutlak membuat bisnis meredup dapat disiasati dengan inovasi pada produk.

Adapun yang kerap menjadi permasalahan bagi UKM dalam mengembangkan bisnisnya adalah modal usaha yang terbatas. Minimnya modal usaha dapat menyebabkan kegiatan produksi terhambat dan dapat mengakibatkan penurunan dalam pemasukan. *Securities Crowd Funding* (SCF) dapat menjadi solusi dari permasalahan tersebut. Dalam kegiatan SCF, penerbit sebagai pemilik bisnis atau usaha yang ingin mengembangkan bisnisnya dapat mendaftarkan usahanya untuk kemudian investor dapat membeli dan mendapat bukti kepemilikan melalui saham, surat bukti kepemilikan utang (Obligasi), atau surat tanda kepemilikan bersama (Sukuk). Pemilik bisnis juga tidak perlu khawatir dikarenakan SCF merupakan kegiatan investasi legal yang telah diakui pemerintah dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dalam hal ini, Asosiasi Layanan Urun Dana Indonesia (ALUDI) berperan sebagai perpanjangan tangan dari pihak OJK untuk membangun ekosistem industri fintech.

Oleh: Yasmin Nadhira

Sumber:

Aulia Meidiska, “Jualan Aroma Lewat Online, Memang Bisa?”, <https://www.geometry.id/stories/menjual-parfum-hanya-lewat-online-memang-bisa>, diakses 18 Mei 2022.

Bambang P. Jatmiko, “Mengulik Perjalanan HMNS, Parfum Buatan Lulusan ITB yang Go Internasional”, <https://umkm.kompas.com/read/2022/03/24/100024183/mengulik-perjalanan-hmns-parfum-buatan-lulusan-itb-yang-go-international?page=all>, diakses 18 Mei 2022.