

LAPORAN RISET PENGEMBANGAN PRODUK

Riset Pasar, Kenali Diri & Target Market

NAMA PROJECT

Danrizco

Klien: Dadan Hikmat

Lilin wadah bambu

Peta laporan dalam satu pandangan.

Tiga bagian RASA — Kenali Diri (A), Kenali Pasar (B), Target Market (C) — ditutup lampiran sumber data.

HALAMAN AWAL

FRONT MATTER

- Cover & Daftar Isi
- Lembar Data Order Klien

BAGIAN A · KENALI DIRI

A.1 - A.8

- A.1 Posisi Brand Sekarang
- A.2 Ringkasan RASA: Kenali Diri
- A.3 Enam Ukuran Cepat
- A.4 Karakter Brand
- A.5 Target Rasa · Kansei + Aturan Sensorik
- A.6 Papan Skor Sosial Media
- A.7 Kekuatan & Yang Harus Diperbaiki
- A.8 Arah Desain

BAGIAN B · KENALI PASAR

B.1 - B.11

- B.1 Ringkasan Pasar (Pembuka Bagian B)
- B.2 Kompetitor Lokal & Global
- B.3 Peta Kuadran Pasar
- B.4 Distribusi Harga & Tier
- B.5 Tujuh Elemen Produk (ATUMICS)
- B.6 Peta Arah Desain
- B.7 Geo-market Intelligence
- B.8 Kebutuhan per Kanal Jual
- B.9 Praktis: Do & Don't + Tone + Warna
- B.10 Referensi Pasar & Studi Desain
- B.11 Tren Global

BAGIAN C · TARGET MARKET

C.1 - C.3

- C.1 Kalimat Posisi & Peta Pembeli
- C.2 Dua Tipe Pembeli
- C.3 Empat Poros Suara Brand

PENUTUP

LAMPIRAN

- D.1 Lampiran: Sumber Data
- Penutup (Back Cover)

LEMBAR DATA ORDER KLIEN

Apa yang akan dibikin?

Produk klien pada lembar ini adalah objek yang dikembangkan dan diteliti pasarnya pada seluruh halaman laporan berikutnya.



FOTO PRODUK YANG DIUNGGAH KLIEN

PRODUK YANG DIKEMBANGKAN

lilin aromaterapi dengan wadah bambu dengan motif batik atau tradisi

KATEGORI PRODUK · KATEGORI ANALISIS RISET

Lilin wadah bambu

PEMILIK ORDER

Dadan Hikmat

TANGGAL LAPORAN

29 September 2026

CAKUPAN RISET

Pasar lokal + global

TAKSONOMI PRODUK

Kategori Produk (T1) hingga Sub kategori (Tier 2, Tier 3, Tier 4) sbb:

T1 : Kriya & Kerajinan Tangan > T2 · Produk Aromaterapi & Wellness > T3 · Lilin Aromaterapi > T4 · Lilin Wadah Bambu

Kategori Produk sesuai Marketplace :

1. Tokopedia : Kriya & Kerajinan Tangan > Produk Aromaterapi & Wellness > Lilin Aromaterapi > Lilin Wadah Bambu
2. Shopee : Kesehatan > Aromaterapi > Lilin
3. Alibaba : Home & Garden > Candles > Aromatherapy Candles
4. Etsy : Home & Living > Candles & Holders > Aromatherapy Candles

Analisis harga, kompetitor, dan estetika pada halaman berikutnya memakai kategori di atas sebagai lingkup riset. Seluruh angka bersumber dari data listing marketplace yang dikumpulkan saat riset berjalan — bukan dari reputasi pemilik toko.

Cara brand Anda muncul di mata calon pembeli.

Dari profil digital yang kami baca, begini cara brand Anda muncul di mata calon pembeli.

CHANNEL UTAMA

Instagram @danrizco + Pameran Kurasi (Pasar Kreatif Bandung)

Dua pintu kini aktif: Instagram @danrizco dengan 153 unggahan dan 106 pengikut (per 22 September 2026), serta legitimasi offline dari Pasar Kreatif Bandung 2025. Etalase digital tinggal dirapikan agar momentum pameran berlanjut online.

TONE DOMINAN

Belum Terbentuk Konsisten

Dari 12 unggahan terpindai, nada campuran: jualan produk (perkenalan varian Frangipani) bercampur ucapan momen (dirgahayu). Belum ada satu nada khas yang konsisten, dan posting masih jarang (sekitar 1-2 kali per minggu). Nada brand akan terbentuk lewat kalender konten rutin.

KONSISTENSI VISUAL

Belum Dapat Dinilai Penuh

Feed IG aktif (153 unggahan) dan sampel 12 unggahan terpindai seluruhnya berfoto produk berlatar netral - modal visual sudah ada. Namun penilaian konsistensi antar-posting (palet, gaya foto) butuh review feed yang lebih penuh, jadi jujur kita nilai belum dapat dinilai penuh.

POSISI DI MATA PEMBELI

Belum Terbentuk di Rak Digital

Di pencarian marketplace, kategori lilin aromaterapi sudah ramai - kompetitor seperti Suji Premium Handcrafted Bandung (rating 4,9, 30+ terjual) dan Craft Dewata (250+ terjual) menguasai rak digital. Danrizco justru muncul lewat kurasi event, bukan lewat pencarian produk. Instagramnya sendiri sudah mulai terbaca (106 pengikut, ER median 1,89%) tetapi belum mengubah peta persepsi ini - peluang sekaligus tantangan, karena ruang perhatian sudah diisi pesaing.

SUARA PUBLIK · MEDIA/EVENT · POSITIF

Pasar Kreatif Bandung 2025 — Profil Peserta

"Scented Candle - Jelly Soy Reed Diffuser, Aromatherapy Candle, Bath bomb, Scented Candle - Jl Permata Tamansari Raya No. 63 Cisaranten Kulon, Arcamanik, Bandung"

<https://pasarkreatifbandung.com/landingpage/detailparticipant?id=be966fd5-9ba6-4513-810f-d58f57b92a8a>

SUARA PUBLIK · MEDIA/EVENT · POSITIF

Pasar Kreatif Bandung 2026

"Juni - Agustus 2026, 8 Mall Kota Bandung — ekosistem event tempat Danrizco sudah punya jejak partisipasi"

<https://pasarkreatifbandung.com>

Kenali Diri

Potret Danrizco Saat Ini: Sudah Unik, Tinggal Perkuat Jejak

Halo, Pak/Bu pemilik Danrizco. Mari kita lihat kondisi merek kita sekarang. Ibaratnya, kita sudah punya barang bagus dan cerita menarik, tapi masih banyak calon pembeli yang belum tahu. Kita punya modal kuat, tinggal kita benahi beberapa hal agar makin dikenal dan dipercaya.

YANG SUDAH BAGUS

- Produk kita sudah punya pembeda kuat: wadah bambu asli buatan tangan, bukan gelas atau keramik biasa.
- Kita sudah diakui sebagai perajin serius, terbukti lolos kurasi Pasar Kreatif Bandung 2025.
- Kemampuan produksi kita lengkap, tidak hanya lilin tapi juga reed diffuser dan bath bomb.

YANG MASIH PERLU DIBENAH

- Jejak digital kita masih tipis. Akun Instagram sudah ada, tapi pengikutnya masih 106 dan belum cukup kuat muncul di pencarian calon pembeli.
- Kita belum punya catatan penjualan dan ulasan pembeli di marketplace, sementara pesaing sudah mengumpulkan bukti kepercayaan di sana.
- Cerita merek kita belum terdokumentasi dengan rapi, bahkan untuk keperluan internal. Informasi soal bahan dan sasaran pembeli masih kosong.

LANGKAH PERTAMA YANG BISA DILAKUKAN

- Mulai kumpulkan ulasan dan testimoni dari setiap pembeli, minta mereka foto dan cerita singkat setelah pakai.
- Daftarkan produk ke marketplace, mulai dari satu saja dulu. Lengkapi dengan foto bagus dan deskripsi yang menceritakan keunikan bambu buatan tangan kita.
- Duduk bersama tim, isi form informasi produk: tentukan siapa pembeli kita, apa bahan pastinya, dan apa fungsi utamanya. Ini jadi panduan cerita kita ke depan.

Produk Danrizco sudah punya jiwa dan keunikan yang tidak dimiliki lilin lain, sekarang saatnya kita bikin lebih banyak orang tahu dan percaya.

Enam area kunci yang kami baca dari profil publik Anda.

Enam area kunci yang kami baca cepat dari profil publik Anda - titik awal sebelum riset lebih dalam di RASA.

RATA-RATA SKOR · 2,5 / 5

Rata-rata enam ukuran cepat dari profil publik: Pasar, Brand, Spek Produk, Visualisasi, Kesiapan Produksi, Legal.

KELENGKAPAN JEJAK DIGITAL · 50/100

Status: Cukup — seberapa lengkap jejak digital yang berhasil dibaca dari sumber publik.

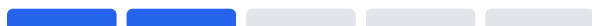
Pasar

3/5

lilin aromaterapi wadah bambu dengan lini Seented Candle

Perlu Validasi

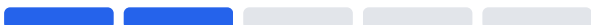
Brand

2/5

Danrizco tumbuh sebagai perajin lilin aromaterapi berbasis wadah bambu dari Arcamanik, Bandung.

Perlu Diperjelas

Spek Produk

2/5

Spek produk "lilin aromaterapi wadah bambu" - kategori dan material sudah jelas dibaca.

Perlu Detail

Visualisasi

4/5

Profil visual sudah ada di Instagram - jadi titik baca pertama untuk buyer.

Ada Jejak

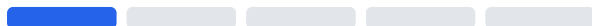
Kesiapan Produksi

3/5

Kesiapan produksi tergantung kapasitas pengrajin pasangan; belum ada data konkret di tahap ini.

Perlu Asesmen

Legal

1/5

Prioritas: 1) NIB gratis (oss.go.id), fondasi semua izin; 2) Daftar Merek/HKI Rp500rb/kelas, amankan brand; 3) Notifikasi BPOM kosmetik + Halal kosmetik (wajib kategori). Belum terlihat dokumen legal di data publik - perlu diurus.

Perlu Diurus

INSIGHT UTAMA

Danrizco (Seented Candle) terpilih sebagai peserta Pasar Kreatif Bandung 2025 - event kreatif yang diselenggarakan di 8 mall Kota Bandung pada periode 2026.

Sumber: pasarkreatifbandung.com

INSIGHT PENDUKUNG

Kompetitor lilin bambu di Tokopedia tercatat 250+ terjual dengan rating 5,0 - menandakan permintaan pasar untuk kategori ini nyata dan hidup.

Sumber: tokopedia.com/find/lilin-bambu

Karakter Brand Anda

Dari sinyal yang kami baca — suara Anda sebagai pemilik, jejak produk, dan hasil riset pasar — halaman ini menyusun hipotesis karakter brand Danrizco. Gunakan halaman ini sebagai pegangan saat memilih warna, material, foto, sampai nada bicara brand Anda.

Archetype adalah pola karakter yang akrab di benak orang — sosok pencipta, perawat, pemberontak. Brand meminjamnya supaya produk terasa konsisten: nada bicara, material, bentuk, dan foto saling menguatkan satu kesan. Halaman ini memakai kerangka 12 archetype Mark-Pearson, yang berlandaskan teori archetype Jung dan menjadi rujukan lazim di praktik branding. Roda di samping memuat keduabelas archetype beserta contoh brand dari referensi yang sama: Creator (Apple, LEGO), Sage (Google, BBC), Caregiver (Johnson & Johnson, Volvo), Innocent (Dove, McDonald's), Jester (M&M's, Old Spice), Magician (Disney), Ruler (Rolex, Microsoft), Hero (Nike, BMW), Everyman (IKEA, Ford), Rebel atau Outlaw (Harley-Davidson), Explorer (Jeep, The North Face), dan Lover (Chanel).

Menggabungkan lebih dari satu archetype itu wajar, asal cocok dengan pelanggan dan arah brand Anda.



Sumber: marchbranding.com

PRIMARY ·
DIDUKUNG
BUKTI
INTERNAL
Creator

Karakter utama — arah ekspresi yang paling kuat terbaca dari sinyal brand Anda

Pencipta — brand bicara lewat kepiawaian, detail, dan keaslian: produk dirancang dengan visi dan dibuat untuk bertahan lama, ditunjukkan lewat material, finishing, dan cerita proses. Contoh brand: LEGO, Adobe, Crayola. Sumber: keputusan peninjau yang tercatat pada catatan bukti.

SECONDARY ·
DIDUKUNG
BUKTI
INTERNAL
Caregiver

Karakter pendamping — melengkapi sisi yang belum tercakup karakter utama

Pelayan hangat — memberi rasa aman, diperhatikan, dan diterima lewat produk maupun layanan yang menenangkan, sehingga menumbuhkan kepercayaan dan kedekatan. Contoh brand: Volvo, Johnson & Johnson, Pampers. Dipilih dari penilaian awal yang tercatat, sebagai pendukung — bukan syarat mutlak.

AVOID ·
HIPOTESIS
AWAL
Outlaw

Batas yang dijaui — menjaga janji brand tetap terasa jujur

Pemberontak — menantang cara lama dan berani tampil beda; kuat untuk brand yang mengubah norma. Contoh brand: Harley-Davidson, Diesel. Batas ekspresi yang dijaui: provokasi yang merusak rasa aman — nada menantang, visual kasar, atau bahasa yang merendahkan pilihan orang lain.

INTERPRETASI

Kami membaca Danrizco sebagai Creator karena sinyal terkuat dari brand Anda sendiri menunjuk ke sana: "Ukir tangan, anyam bambu, dan finishing bakar permukaan (shou sugi ban)" dan "Yang perlu dijaga: identitas handmade wadah bambu yang membedakan Danrizco dari lilin massal di marketplace". Dengan pola ini, keahlian tangan dan keaslian material menjadi bahasa utama brand.

Sebagai pendamping, Caregiver dipilih karena sinyalnya juga terbaca jelas ("hangat"). Peran keduanya saling melengkapi: Creator menjaga keahlian tangan dan keaslian material, sedangkan Caregiver menambah kehangatan dan rasa aman — sehingga Danrizco terasa klasik & terawat sekaligus tenang & diperhatikan.

Kartu Avoid bukan berarti Outlaw selalu buruk — ekspresinya saja yang paling bertabrakan dengan janji Anda ("keahlian tangan yang layak diwariskan") — pembeli yang mencari kehangatan dan rasa aman bisa menjauh. Seluruh pembacaan berstatus didukung bukti internal — datang dari brand Anda sendiri, belum diuji ke audiens. Persepsi pelanggan belum termasuk; bila nanti diuji ke audiens, penetapan ini bisa menguat atau berubah.

Dasar pembacaan: 13 sinyal — 3 dari pemilik, 9 dari riset internal, 1 ringkasan otomatis (tidak dihitung sebagai sumber terpisah).

ARTINYA UNTUK ANDA Utamakan keahlian tangan dan proses pengrajin di konten utama, jaga nada yang tenang dan personal, serta hindari taktik jualan agresif dan visual yang terlalu provokatif.

Rasa yang wajib muncul.

Target rasa dan hipotesis terjemahan desain di halaman ini diturunkan dari halaman Karakter Brand sebelumnya — sebagai rancangan arah, bukan hasil pengukuran. Metode Kansei menerjemahkan kesan dan perasaan pengguna menjadi keputusan desain, lalu menguji hubungannya; label “tervalidasi” baru dipakai setelah evaluasi audiens dijalankan.

Status Kansei: Hipotesis (belum diuji audiens)

RASA INTI YANG DICITA-CITAKAN

klasik & terawat

inspirasi membuat

Dua rasa di atas adalah sasaran dari pemilik dan sinyal riset — belum diukur dari pelanggan. Semua terjemahan di bawah berstatus hipotesis sampai diuji.

Klasik & terawat

Komposisi tenang, proporsi jelas, finishing rapi yang terasa dirawat

Inspirasi membuat

Detail proses diperlihatkan: jejak tangan, material jujur, cerita cara pembuatan

Uji tiap keputusan desain: Kalau seseorang melihat, menyentuh, atau membaca produk ini selama 5 detik, apakah ia merasakan “klasik & terawat”? Kalau tidak, keputusan desain mana yang perlu diubah?

Emotional Value Proposition: Memiliki benda yang dibuat dengan sungguh-sungguh — dan merasa bangga memilikinya. (draf — dituntaskan setelah uji audiens)

EMOTIONAL

bangga tenang terinspirasi

SENSORY

tekstur material finishing halus bentuk fungsional

LIFESTYLE

harga proses pilih sedikit tapi baik

VALUE

keaslian ketahanan

YANG HARUS DIHINDARI

Provokasi yang merusak rasa aman

Taktik jualan agresif yang menekan

Klaim persepsi pelanggan tanpa uji audiens

ATURAN SENSORIK

- S1 Wadah lilin bambu yang diukir dengan motif tradisional Nusantara → rasa klasik & terawat
- S2 Ukir tangan, anyam bambu, dan finishing bakar permukaan (shou sugi ban). → rasa inspirasi membuat
- S3 Wadah lilin yang 100% dapat digunakan kembali sebagai pot, tempat pensil → rasa klasik & terawat
- S4 Bambu solid tua, soy wax, sumbu kayu, dan finishing minyak nabati. → rasa inspirasi membuat
- S5 Abstraksi geometris dari motif parang, kawung, atau tenun, diukir → rasa klasik & terawat
- S6 "Wadah yang tetap ada setelah api padam" — sebuah objek warisan kecil. → rasa inspirasi membuat

SUCCESS CRITERIA — PEGANGAN SAAT DESAIN DIEKSEKUSI

- ✓ 3–5 orang dari sasaran menyebut rasa inti tanpa diberi tahu istilah archetype (uji 5 detik)
- ✓ Semua aturan sensorik sudah dicek kecocokannya dengan produk Anda — tidak ada yang diwariskan dari kasus lain tanpa pengecekan
- ✓ Rencana evaluasi tiap aturan tercatat: siapa yang menguji, dengan stimulus apa, dan bagaimana mengukurnya
- ✓ Hasil uji audiens dicatat terlebih dulu sebelum label “Kansei tervalidasi” dipakai
- ✓ Jumlah responden dan batas keputusan ditetapkan sesuai tujuan uji — tidak memakai angka universal

Papan Skor Sosial Media

Snapshot Awal

RATA-RATA SKOR • 1,8 / 5

Fondasi komunikasi di media sosial masih perlu diperkuat. Interaksi sudah terlihat, tetapi ajakan untuk bertanya atau membeli serta bukti kredibilitas brand belum menonjol. Prioritasnya: perjas ajakan di bio dan caption, lalu tampilkan bukti nyata seperti proses pembuatan dan testimoni pelanggan.

FOLLOWER • 106

Brand memiliki 106 pengikut dan mengikuti 181 akun. Angka ini menjadi titik awal untuk melihat perkembangan audiens pada laporan berikutnya. Banyaknya akun yang diikuti bukan ukuran keberhasilan; yang perlu dipantau adalah penambahan pengikut yang relevan dan ketertarikan mereka pada produk.

Following ÷ follower: 1,71

KESIMPULAN UTAMA

Instagram Danrizco sudah menunjukkan daya tarik — 106 pengikut dengan 1,89% interaksi per unggahan, dan difuser Frangipani jadi favorit audiens (3,77%) — tetapi karena bio dan caption belum mengajak membeli sama sekali, perbaikan termurah saat ini bukan menambah postingan, melainkan memasang ajakan yang jelas dan menampilkan proses pembuatan serta testimoni agar interaksi yang sudah ada berubah menjadi pertanyaan dan penjualan.

Skor per Dimensi

Skala 1–5 • bukti tercantum di bawah tiap batang

Awareness

Belum dinilai

Baseline pertama — snapshot ini menjadi pembanding. Skor pertumbuhan baru tersedia pada laporan berikutnya.

Follower 106

Posting 1,2 kali/minggu

Engagement

3/5

- ER median 1,89%.
- Data komentar substantif tidak tersedia.

Consideration

1/5

- CTA ditemukan pada 0% caption.
- Bio belum memiliki ajakan jelas.
- Data komentar minat per posting tidak tersedia.
- DM riil tidak terlihat dari data publik.
- Batas skor berdasarkan data publik: 4/5.

Skor per Dimensi (lanjutan)

Brand Trust

1/5

- Menggunakan proxy kredibilitas publik.
- Belum ditemukan sinyal kredibilitas dari data publik.

"Belum ditemukan bukti publik" tidak sama dengan "tidak kredibel".

Efisiensi Konten

2/5

- Satu format dominan.
- Format terkuat: foto, ER 1,89%.
- Posting 1,2 kali/minggu, belum konsisten.

Konten Terbaik



ENGAGEMENT RATE
TERTINGGI

**"Frangipani & White Tea
Ginger Reed Diffuser"**

3,77% ER

Unggahan ini meraih interaksi tertinggi di antara sampel — produk difuser dengan aroma khas jadi favorit audiens.

Skor berbasis data publik dan melengkapi angka penjualan, bukan menggantikannya.

Yang sudah kuat — dan yang masih menahan brand.

Kiri: modal nyata yang siap dipakai. Kanan: hambatan utama, dampaknya, dan langkah perbaikan konkret.

KEKUATAN UTAMA

- 1 Diferensiasi wadah bambu yang bisa digunakan kembali**
Tidak ada kompetitor lokal yang menawarkan wadah lilin bambu solid dengan narasi guna ulang yang kuat [1-8]. Ini adalah kekuatan terbesar Danrizco. Di pasar yang dibanjiri wadah kaca sekali pakai, bambu solid yang bisa 'hidup' setelah lilin habis adalah pembeda yang langsung terasa. Ini bukan sekadar fitur, melainkan fondasi narasi keberlanjutan yang dicari pasar global.

CARA MEMAKAINYA
Jadikan ini pesan utama di semua materi pemasaran: 'Bukan lilin sekali pakai'. Tunjukkan foto wadah yang digunakan sebagai pot atau tempat pensil setelah lilin habis.
- 2 Potensi narasi budaya yang otentik**
Kompetitor lokal 'Lilin Batik' sudah membuktikan ada pasar untuk produk dengan identitas budaya [3,7]. Pasar lokal dan global sama-sama haus akan cerita otentik. Namun, eksekusi yang ada masih terlalu harfiah. Danrizco bisa memenangkan hati pembeli dengan mengolah warisan budaya menjadi desain yang tenang dan universal, bukan sekadar tempelan motif.

CARA MEMAKAINYA
Abstraksi motif tradisional menjadi tekstur ukir. Sertakan kartu kecil yang menceritakan asal-usul motif dan nama pengrajin yang mengerjakannya.
- 3 Kesesuaian dengan tren global keberlanjutan**
67% konsumen lebih memilih kemasan ramah lingkungan untuk produk home fragrance [tren global 3]. Danrizco lahir di waktu yang tepat. Pencarian akan produk 'slow living' dan dekorasi alami sedang tinggi. Material bambu yang terbarukan dan konsep zero-waste adalah jawaban langsung atas kegelisahan konsumen global.

CARA MEMAKAINYA
Sertifikasi material bambu dari sumber yang bertanggung jawab. Tonjolkan aspek 'biodegradable' dan 'plastic-free' di kemasan dan kanal penjualan.

YANG HARUS DIPERBAIKI

- 1 Identitas merek dan visual belum terkonfirmasi**
Data pemeriksaan internal pakpebibikin belum tersedia, sehingga kami belum bisa menilai kekuatan logo, palet warna, dan konsistensi visual Danrizco.
Tanpa identitas visual yang kuat, produk sebgas apa pun akan kesulitan membangun kepercayaan, terutama di segmen premium. Pembeli di tier ini membeli 'rasa aman' dari sebuah merek yang terlihat profesional dan terkursi.
→ **Sulit membangun harga premium dan kepercayaan di kanal global seperti Etsy tanpa tampilan merek yang meyakinkan.**

LANGKAH PERBAIKAN
Prioritaskan pembuatan identitas merek yang minimalis dan elegan: logo wordmark sederhana, palet warna bumi (coklat tua, krem, hijau lumut), dan panduan foto produk yang konsisten.
- 2 Risiko persepsi 'souvenir murah'**
Produk berbasis kerajinan Indonesia seringkali terjebak dalam kategori 'souvenir' dengan harga rendah [pemeriksaan internal pakpebibikin]. Ini adalah jebakan klasik. Tanpa eksekusi desain dan fotografi yang presisi, wadah bambu bisa terlihat seperti kerajinan pasar wisata, bukan objek desain kontemporer. Risiko ini harus dimitigasi sejak awal.
→ **Produk akan sulit menembus pasar premium dan platform desain global.**

LANGKAH PERBAIKAN
Hindari semua ikonografi 'Indonesia' yang klise. Gunakan fotografi produk dengan latar netral, pencahayaan studio yang bersih, dan styling minimalis ala merek desain Skandinavia atau Jepang.
- 3 Belum ada validasi keamanan dan ketahanan produk**
Kekhawatiran pembeli tentang bambu yang terbakar atau menghitam adalah alasan penolakan yang valid [pemeriksaan internal pakpebibikin]. Sebelum meluncurkan produk, Danrizco harus bisa menjawab pertanyaan paling mendasar: apakah wadah bambu ini aman digunakan untuk lilin selama 40 jam? Tanpa data uji coba, klaim apa pun hanya akan menjadi bumerang.
→ **Risiko ulasan buruk dan kehilangan kepercayaan pembeli jika produk gagal dalam penggunaan.**

LANGKAH PERBAIKAN
Lakukan uji bakar mandiri untuk 5 prototipe selama minimal 40 jam. Dokumentasikan hasilnya (foto sebelum-sesudah) dan gunakan sebagai bukti sosial di deskripsi produk.

Kenali Pasar

Pasar Sudah Jenuh Lilin Kaca, Danrizco Punya Bambu yang Bisa Dipakai Lagi.

Riset menunjukkan pasar lokal dikuasai lilin wadah kaca murah yang seragam, sementara pasar global justru mencari produk alami dengan cerita dan nilai guna ulang. Di tengah kejenuhan itu, celah Danrizco ada di segmen menengah-atas yang menghargai wadah bambu solid yang tampil beda — bukan tempelan motif — dengan identitas merek yang meyakinkan dan keamanan produk yang teruji.

YANG SUDAH BAGUS

- Wadah bambu solid yang bisa digunakan kembali adalah pembeda utama yang belum dimainkan maksimal pemain lain.
- Ada dua pembeli yang bisa langsung disasar: pengelola hampers korporat (Rp45.000–Rp175.000) dan pencinta dekorasi global (\$68–\$118).
- Arah gaya tampilan 'minimalis hangat' dan narasi 'cerita pengrajin' sudah tepat untuk kesan mewah yang tenang.

YANG MASIH PERLU DIBENAH

- Tampilan produk harus meyakinkan sebagai barang kelas atas agar bisa menembus platform global seperti Etsy.
- Keamanan produk perlu divalidasi dengan uji bakar untuk mencegah ulasan buruk yang merusak kepercayaan.
- Hindari kata-kata seperti 'lilin murah berkualitas' karena bisa menurunkan kesan eksklusif di mata pembeli.

LANGKAH PERTAMA YANG BISA DILAKUKAN

- Bangun tampilan merek yang elegan dan tenang dengan foto pencahayaan hangat serta latar minimalis.
- Tampilkan proses buatan tangan dan tulis cerita pengrajin di deskripsi produk.
- Lakukan uji bakar dan pastikan keamanan sebelum mulai menjual lebih luas.

Dengan pendekatan ini, Danrizco tidak hanya menjual lilin, tapi juga mewariskan wadah bernilai yang tetap tinggal setelah api padam.

Siapa pesaing Anda — lokal & global, berdampingan.

Kiri: empat acuan pasar lokal (Tokopedia/Shopee) lintas kelas harga plus yang terlaris. Kanan: harga pabrik Alibaba (referensi OEM paling murah) dan Etsy (artisan premium) sebagai pembanding global — lengkap gambar dan pelajarannya.

PASAR LOKAL • TOKOPEDIA / SHOPEE



HARGA RENDAH

LAZADA (PENJUAL ANONIM) **Rp11.000**

Lilin Aromaterapi Kedelai dengan Bunga Kering - Kado Ulang Tahun

Lazada Harga Rendah

- + Soy wax + bunga kering, harga kado [20].
- + Segmen souvenir musiman [20].
- Brand anonim — bersaing di harga, bukan cerita [20].
- Ulasan minim, kualitas belum terverifikasi [20].



HARGA MENENGAH

JAKARTA UTARA **Rp24.500**

Lilin Aromaterapi Batik Cawan V2 aromatherapy scented candle (ready stock) Ver 2

Shopee Harga Menengah

- + Menggunakan motif batik cap [7].
- + Punya identitas budaya kuat [7].
- Motif terkesan terlalu ramai [7].
- Wadah masih keramik/kaca standar [7].



HARGA TINGGI

MUNO FOLK **Rp144.690**

MUNO FOLK Lilin Aromaterapi 360 ML Soybean Wax

Tokopedia Harga Tinggi

- + Multi-listing Rp31-145 ribu [19].
- + Soy wax jumbo 2 sumbu [19].
- Tanpa cerita material bambu [19].
- Kemasan standar, tanpa reuse [19].



HARGA RENDAH

BANDUNG **Rp14.750**

PREMIUM SCENTED CANDLE - 60gr - LILIN AROMATERAPI VEGETABLE NATURAL WAX

Shopee Harga Rendah

- + Volume ulasan sangat besar (28.736 ulasan) [1].
- + Harga sangat terjangkau (Rp14.750) [1].
- Wadah kaca generik [1].
- Tanpa diferensiasi desain [1].

PASAR GLOBAL • ALIBABA (PABRIK) + ETSY (ARTISAN)



HARGA RENDAH

NINGBO HOME TRADING **\$1.96**

Unique Bamboo with Patterns Cup Wax Candles Soy Wax Scented Candles for Women Bath Yoga Candles Home Decor

Alibaba Dekoratif motif

Pelajaran: Wadah bambu bermotif sudah ada di pasar global dengan harga sangat murah.



HARGA MENENGAH

PABRIK ALIBABA **\$4.45**

Rose Teddy Bear Scented Candles, Cute Bear Soy Wax Candles in Glass Jars with Bamboo Lids for Romantic Gifts Home...

Alibaba Lucu & tematik

Pelajaran: Personalisasi bentuk laku untuk segmen hadiah, material masih generik.



HARGA TINGGI

HEBEI MEIBO PACKAGING PRODUCTS **\$6.19**

Soy Wax Scented Candle with Glass Jar Bamboo Lid for Home

Alibaba Generik massal

Pelajaran: Formula kaca + tutup bambu murah, tanpa nilai guna ulang nyata.



HARGA RENDAH

HANGZHOU JIEFA STATIONERY **US\$1.38**

Private Label Luxury Soy Wax Scented Candles With Bamboo Wood Lid in Gift Box

Alibaba Paling diminati 27+ terjual

Pelajaran: Kemasan mewah bertutup bambu dengan harga bersaing.

Peta persaingan dalam satu pandangan — harga lawan jumlah terjual.

Semua 34 produk pesaing yang tertangkap riset, digambar jadi satu peta: makin ke kanan makin mahal, makin ke atas makin laris. Peluang biasanya bersembunyi di kuadran yang masih sepi — mahal tapi laris, karena di sanalah pembeli membayar lebih untuk nilai, bukan sekadar harga murah.

34

PRODUK TERPINDAI

Rp21.500

HARGA TENGAH PASAR

0/8

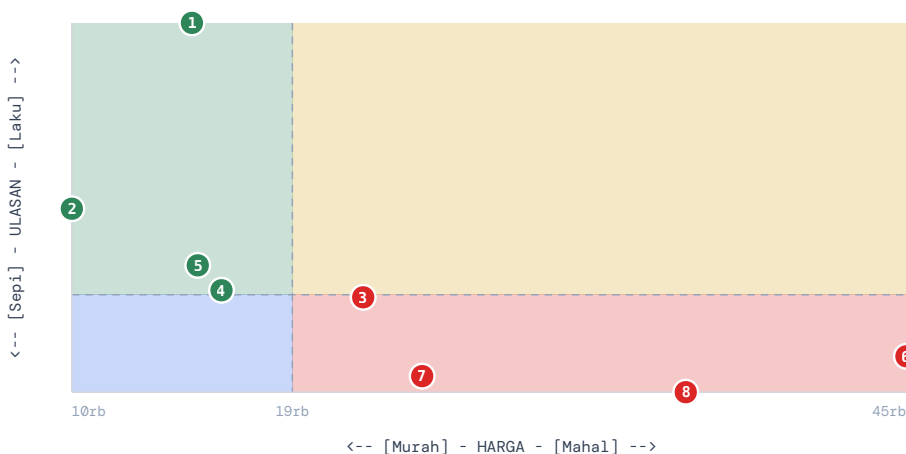
PUNYA ANGKA TERJUAL

Rp0,0 jt

EST. OMZET KOMPETITOR

Peta Persaingan — Harga × Terjual (pasar lokal)

Emas = mahal & laris · hijau = murah & laris · merah = mahal & sepi · biru = murah & sepi. Angka pada titik = 8 produk dengan omzet terbesar — nama lengkapnya di legenda kanan.

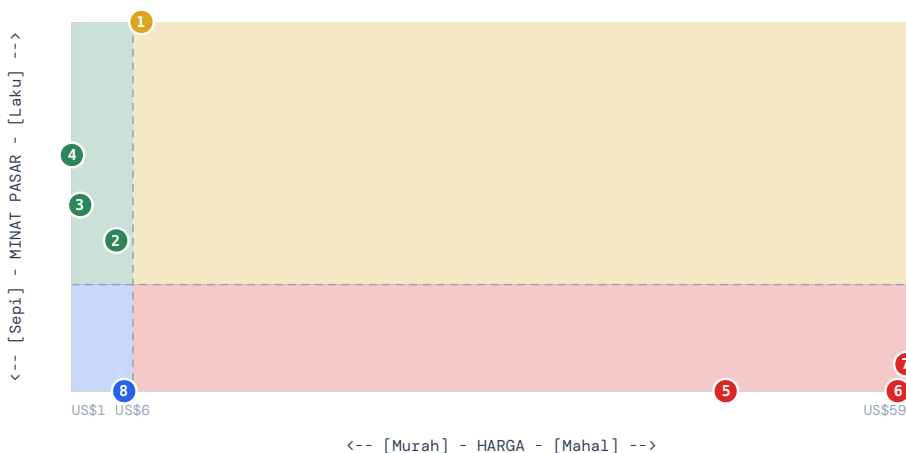


8 OMZET TERBESAR

- 1 PREMIUM SCENTED CANDLE - 60gr - LILIN AROMATER...
Rp14.750
- 2 Natural scented candle concrete pot - lilin...
Rp9.666
- 4 Lilin Batik V1 Aromatherpy Scented candle...
Rp16.000
- 5 Natural Scented Candle with Dried Flower LILIN...
Rp15.000
- 3 Black Matte Scented Candle 60gr - Lilin Aromat...
Rp22.000
- 6 Hampers Pengharum Ruangan Scented Candle Lilin...
Rp45.000
- 7 Lilin Aromaterapi Batik Cawan V2 aromatherapy...
Rp24.500
- 8 Homelines - Scented Candle Jar 50 gr | Lilin...
Rp35.660

Pasar Global — 8 produk

Harga dalam USD; sumbu tegak = sinyal minat (terjual/ulasan). Angka pada titik = 8 produk dengan minat terbesar — nama lengkapnya di legenda kanan.



8 MINAT TERBESAR

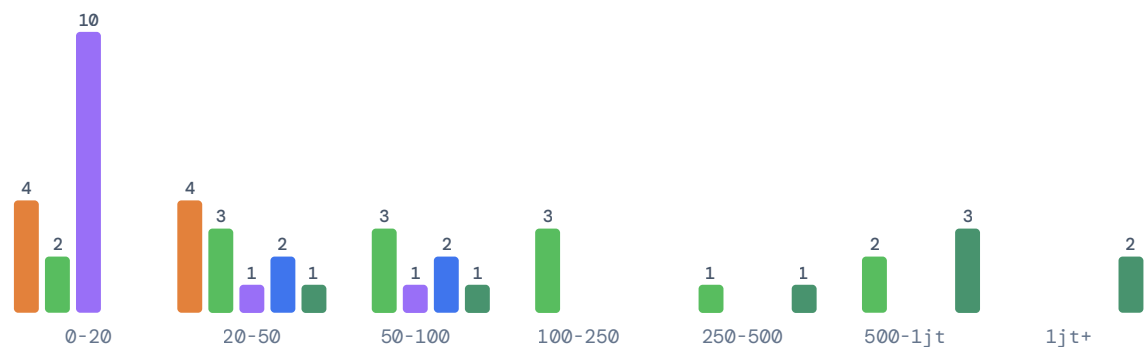
- 1 Soy Wax Scented Candle with Glass Jar Bamboo...
US\$6.19
- 4 Private Label Luxury Soy Wax Scented Candles...
US\$1.38
- 3 Unique Bamboo with Patterns Cup Wax Candles...
US\$1.96
- 2 Rose Teddy Bear Scented Candles, Cute Bear...
US\$4.45
- 5 Genuine Leather Watch Strap, Bamboo Grain...
US\$46.51
- 6 Brunei Agarwood Drum Bead Bracelet | Natural...
US\$58.39
- 7 Zen Bamboo Shower Curtain: Misty Mountains,...
US\$58.99
- 8 200X Blue Lotus Resin Extract Herbal Tea Shagg...
US\$5

Di kelompok harga apa pesaing paling padat?

Distribusi Harga

Batang bersebelahan = per marketplace (legenda di dalam grafik). Shopee harga asli Rupiah; Alibaba & Etsy dikonversi ke Rupiah (kurs ±Rp15.800). Angka di atas batang = jumlah produk.

Shopee 8 Tokopedia 14 Lazada 12 Alibaba 4 Etsy 8



Rentang harga (ribu Rupiah) · batang bersebelahan = per marketplace · angka = jumlah produk

§ REKOMENDASI TIER HARGA

ENTRY

LOKAL **Rp125.000 - Rp145.000**

GLOBAL **\$38 - \$48**

Pembeli individu yang ingin mencoba produk premium lokal.

Harga ini di atas lilin kaca massal (Rp14.750) [1] namun masih terjangkau untuk segmen menengah, dengan ukuran lebih kecil (150gr).

CORE

LOKAL **Rp175.000 - Rp225.000**

GLOBAL **\$58 - \$78**

Pembeli hadiah premium dan pencari dekorasi rumah berkelanjutan.

Titik harga ideal untuk hampers dan personal gift, sejalan dengan nilai produk yang bisa digunakan kembali.

SIGNATURE

LOKAL **Rp285.000 - Rp350.000**

GLOBAL **\$98 - \$128**

Kolektor kriya dan pembeli korporat kelas atas.

Edisi terbatas dengan sertifikat pengrajin dan kemasan eksklusif, bersaing dengan lilin premium global.

Basis data: Pasar lokal terpindai: 34 listing, Rp5.350–Rp600.480, median Rp21.500. Jangkar global: 12 listing Alibaba & Etsy terkonversi kurs ±15.800, Rp21.804–Rp5.261.400, median Rp230.601. Harga global lebih tinggi karena persepsi nilai kerajinan tangan di pasar ekspor, ditambah biaya pengiriman dan positioning sebagai 'world craft'.

Sumber: listing marketplace yang tertangkap saat riset berjalan (pasar lokal: Shopee, Tokopedia & Lazada). Satu titik = satu produk pesaing. Garis putus-putus = nilai tengah (median) harga & terjual – pemisah kuadran. Est. omzet = harga × angka terjual (kumulatif historis, bukan per bulan). Peta ini potret pasar saat riset dilakukan, bukan jaminan masa depan.

Memotret produk Anda lewat tujuh elemen kriya.

Hasil pembacaan elemen produk dan motivasi penciptaannya — supaya keputusan desain berakar pada produk Anda sendiri, bukan tebakan.

ARTEFAK BUDAYA

Wadah lilin bambu yang diukir dengan motif tradisional Nusantara yang diabstraksi.

Gunakan motif ukir sebagai tekstur, bukan gambar, untuk kesan modern dan universal.

TEKNIK

Ukir tangan, anyam bambu, dan finishing bakar permukaan (shou sugi ban).

Tonjolkan teknik bakar untuk warna gelap alami yang elegan dan tahan lama.

FUNGSI

Wadah lilin yang 100% dapat digunakan kembali sebagai pot, tempat pensil, atau wadah penyimpanan.

Ini adalah nilai jual utama: lilin yang tidak berakhir di tempat sampah.

MATERIAL

Bambu solid tua, soy wax, sumbu kayu, dan finishing minyak nabati.

Kombinasi ini menciptakan produk yang sepenuhnya alami dan dapat terurai.

IKON / MOTIF

Abstraksi geometris dari motif parang, kawung, atau tenun, diukir sebagai relief rendah.

Abstraksi membuat motif terasa kontemporer dan tidak terjebak kesan 'souvenir'.

KONSEP

"Wadah yang tetap ada setelah api padam" — sebuah objek warisan kecil.

Narasi ini mengangkat produk dari komoditas menjadi benda bermakna.

BENTUK

Silinder tebal dengan proporsi stabil, diameter 9cm, tinggi 11cm, mulut lebar.

Bentuk sederhana dan kokoh yang memudahkan penggunaan ulang untuk berbagai fungsi.

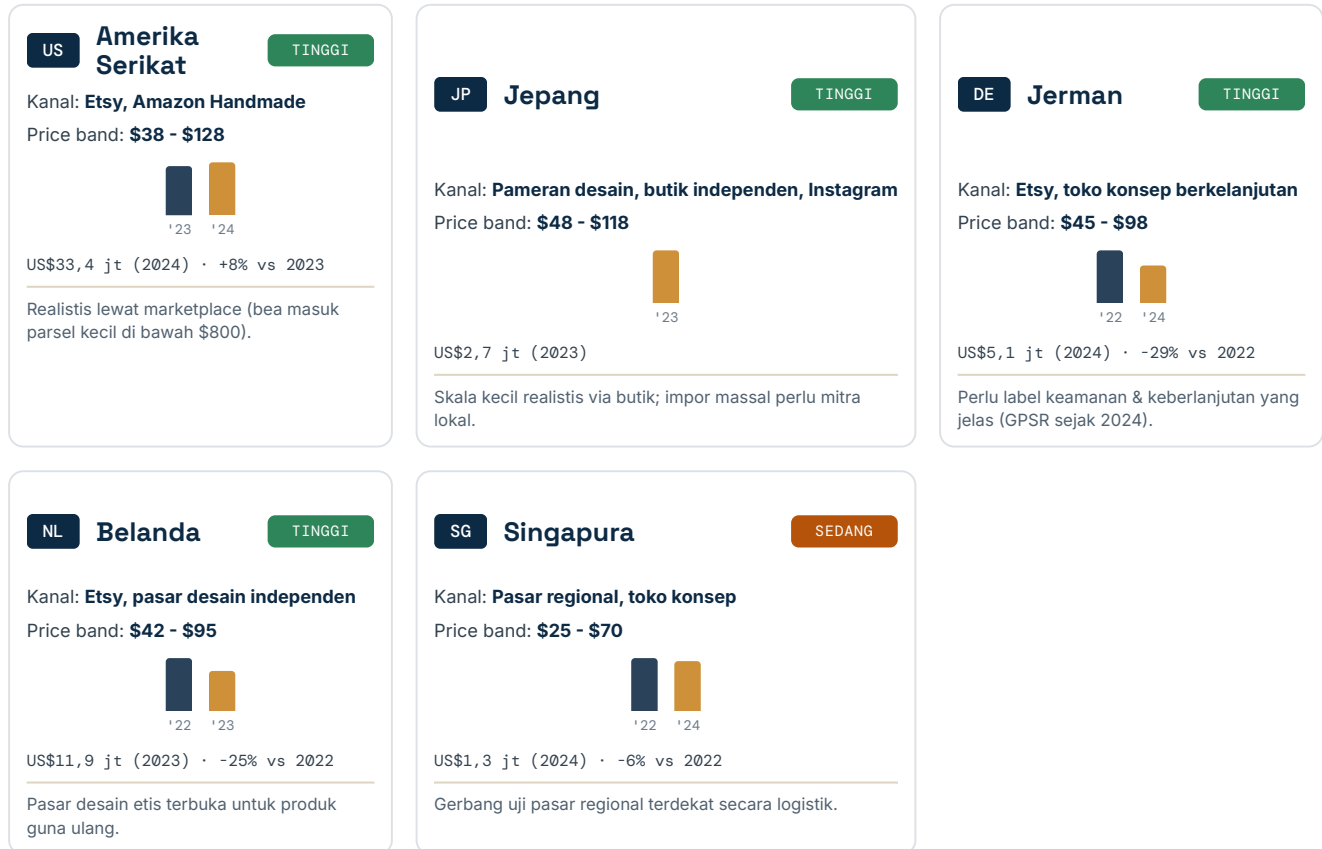
Peta ini lahir dari 21 sumber & listing kompetitor yang kami periksa satu per satu saat riset berjalan pada 21 September 2026 pukul 09.44 WIB (durasi riset ±15 menit), dari Shopee + Etsy + Tokopedia + Lazada + Instagram — foto produk, harga, dan gaya penjualan mereka. Listing yang tampilannya mirip dikelompokkan menjadi 6 aliran, lalu tiap aliran diukur dua hal: seberapa padat pesaingnya dan seberapa premium kesannya. Jadilah peta arah desain ini — potret pasar untuk membantu memilih posisi, bukan jaminan mutlak.

TERITORI ARAH DESAIN — DARI KLASER VISUAL KOMPETITOR



Negara importir aktif.

Siapa saja yang aktif mengimpor produk kategori ini — preferensi gaya per pasar dan kanal masuk yang realistis. Sumber: UN Comtrade (ekspor RI anyaman/kriya HS-46) · Etsy · marketplace lokal.



Tiap platform punya permintaan sendiri.

Bukan cuma negara — tiap kanal jual mencari hal berbeda. Sumber: Etsy, Shopify, Alibaba, Amazon Handmade.

Platform	Yang dicari / laku	Catatan untuk brand	Terpindai
Etsy	Pembeli mencari lilin artisanal dengan cerita pengrajin dan material alami. Kata kunci 'handmade candle', 'sustainable decor', 'reusable container' banyak dicari.	Sangat cocok untuk Danrizco. Fokus pada narasi pengrajin dan foto proses pembuatan tangan.	4 listing
Shopee & Tokopedia	Pasar massal mencari lilin murah, tetapi ada segmen hampers dan hadiah yang bersedia membayar lebih untuk produk unik.	Cocok untuk varian entry dan core. Gunakan fitur 'Grosir' untuk pembelian korporat.	8 listing
Tokopedia	Listing artisan lokal aktif di band Rp100-600 ribu (Muno Folk, Sciesa, Wavertree & London) — pasar premium lokal terbukti menanggapi harga tinggi.	Kanal utama lini core/premium Danrizco; masuk kategori Rumah Tangga > Lilin & Aromaterapi.	15 listing
Amazon Handmade	Pembeli AS mencari produk handmade dengan pengiriman cepat dan ulasan terverifikasi.	Peluang setelah merek mapan di Etsy. Persyaratan ketat untuk kategori Handmade.	—
Wolf & Badger	Platform kurasi untuk desain etis dan berkelanjutan. Pembeli mencari merek independen dengan cerita kuat.	Target jangka panjang setelah identitas merek dan kualitas produk teruji.	—
Alibaba	4 listing nyata terpindai saat riset berjalan - harga & rating terekam penuh di peta kuadran dan kartu kompetitor.	Data internal riset ini; baseline kanal yang terbukti aktif untuk kategori ini.	—
Lazada	Segmen entry & suvenir Rp5-58 ribu; banyak listing anonim tanpa cerita brand.	Uji pasar varian entry/hadiah; mudah masuk, tapi persaingan harga tajam.	12 listing
Instagram	Brand lilin artisan lokal membangun cerita: WeisCandle.co (904 pengikut, soy wax hand poured), Scent and Light (20,3 ribu pengikut).	Kanal cerita & komunitas Danrizco; penjualan via DM/link, bukan katalog harga.	2 listing

Daftar Do dan Don't yang langsung bisa dipakai.

✓ DO

- ✓ Tunjukkan foto wadah bambu yang digunakan kembali sebagai pot atau tempat pensil.
- ✓ Sertakan nama pengrajin di setiap produk dan kemasan.
- ✓ Gunakan palet warna bumi yang tenang dan konsisten di semua materi.
- ✓ Lakukan uji bakar dan publikasikan hasilnya sebagai bukti keamanan.
- ✓ Tawarkan isi ulang lilin untuk mendorong pembelian berulang.

× DON'T

- × Jangan gunakan stiker atau label plastik pada wadah bambu.
- × Jangan menuliskan 'Souvenir' atau 'Oleh-oleh' dalam deskripsi produk.
- × Jangan menggunakan motif batik yang terlalu harfiah dan ramai.
- × Jangan menjual dengan harga murah untuk bersaing dengan lilin kaca.
- × Jangan mengabaikan kemasan—ini adalah bagian dari pengalaman premium.

Tone vs kompetitor: Lebih tenang dan dewasa dibanding lilin batik yang ramai, lebih hangat dan bertekstur dibanding lilin kaca minimalis yang dingin.



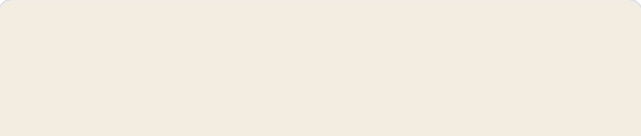
Arang Bambu #2C2416

Dari serat bambu bakar (shou sugi ban) — gelap alami yang elegan, memberi kesan matang dan mahal tanpa perlu warna hitam murni.



Tanah Liat Matang #C8821E

Dari tanah liat yang dibakar — hangat dan membumi, menghubungkan produk ke kerajinan tangan dan material Nusantara.



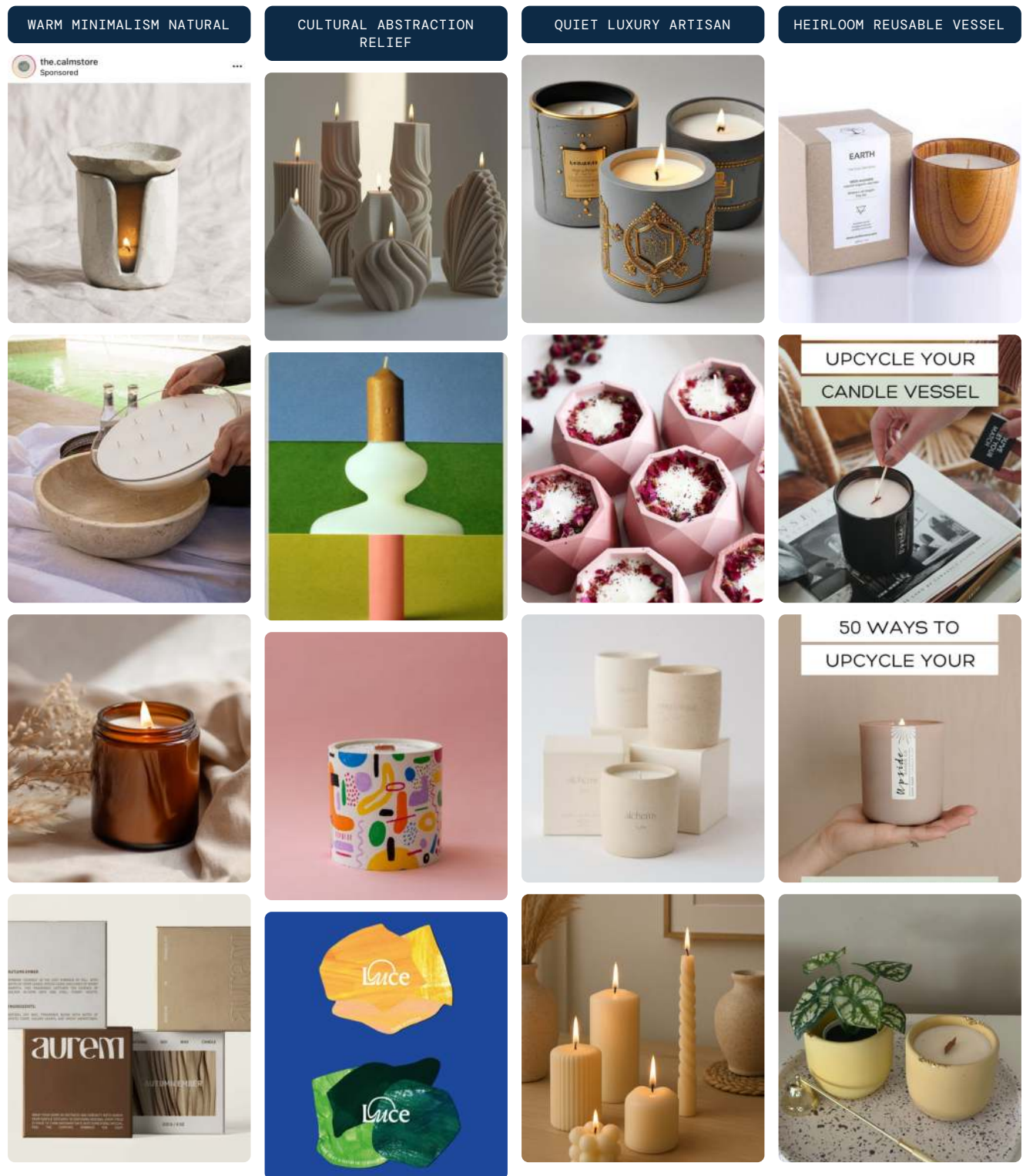
Linen Alami #F3EDE1

Dari kain linen tak bleaching — netral yang lembut, memberi ruang napas visual dan kontras dengan warna gelap.



Lumut Hutan #4A5D23

Dari lumut hutan tropis — hijau yang tenang bukan mencolok, memperkuat narasi berkelanjutan tanpa terkesan 'eco-green' generik.



Tren visual global yang mengarah ke kategori Anda.

Lima sinyal tren dipetakan ke empat elemen desain: Teknik (T), Ikon (I), Material (M), Bentuk (S).

Soy Wax & Bamboo Jar Minimalism

WGSN

Global soy wax candle market projected to grow 8.2% CAGR through 2030 (WGSN).

T: hand-poured **I:** clean lines

M: soy wax + bamboo **S:** cylindrical jar

Relevansi: Reinforces natural positioning; aligns with eco-conscious consumer demand for bamboo containers.

Artisanal Hand-Painted Motifs

Etsy

Etsy search for 'hand-painted candle' up 45% YoY.

T: hand-painting **I:** floral motifs

M: bamboo **S:** tapered bamboo tube

Relevansi: Differentiates from mass-market; leverages bamboo's natural canvas for unique art.

Sustainable Packaging with Kraft and Bamboo Weave

Dezeen

Dezeen reports 67% of consumers prefer eco-friendly packaging for home fragrance.

T: weaving **I:** woven texture

M: bamboo strips + kraft paper **S:** box or basket

Relevansi: Enhances gift appeal; bamboo weave packaging is a natural extension of the product.

Dual-Color Candle Sets (White & Red)

Patti Carpenter

Patti Carpenter's 2025 palette highlights 'Pure White' and 'Vermilion Red' for home accents.

T: layered pouring **I:** color blocking

M: soy wax **S:** tall bamboo cylinder

Relevansi: White-red combo suits festive and everyday use; bamboo container adds natural warmth.

Long-Burning Jelly Candles in Bamboo

Design Milk

Design Milk notes rise in 'slow living' candles with 50+ hour burn times.

T: jelly wax formulation **I:** translucent layers

M: bamboo container **S:** wide bamboo cup

Relevansi: Appeals to value-conscious buyers; bamboo's heat resistance supports extended burn.

WGSN

WGSN adalah lembaga peramalan tren global yang menganalisis data konsumen, ritel, dan budaya untuk memprediksi arah desain dan gaya hidup.

Digunakan untuk membaca arah pasar home fragrance dan material alami yang relevan dengan lilin wadah bambu.

Dezeen

Dezeen adalah majalah arsitektur dan desain terkemuka yang meliputi inovasi material, furnitur, dan produk rumah tangga.

Memberikan wawasan tentang tren kemasan berkelanjutan dan material ramah lingkungan yang cocok untuk produk kriya bambu.

Patti Carpenter

Patti Carpenter adalah konsultan tren global yang fokus pada warna, tekstil, dan kerajinan tangan untuk pasar rumah dan gaya hidup.

Palet warna dan analisisnya membantu menentukan kombinasi warna yang tepat untuk lilin wadah bambu.

Design Milk

Design Milk adalah blog desain kontemporer yang mengulas produk inovatif, dari furnitur hingga aksesoris rumah.

Menyoroti tren lilin tahan lama dan slow living yang dapat diadaptasi ke lilin bambu dengan daya bakar panjang.

Etsy

Etsy adalah platform e-commerce global untuk barang handmade dan vintage, dengan data pencarian yang mencerminkan permintaan konsumen.

Data pencarian Etsy mengungkap minat nyata terhadap lilin buatan tangan dan motif floral, relevan untuk diferensiasi produk.

Siapa yang akan membeli produk Anda.

Bagian C dari RASA — setelah Kenali Diri (a) dan Riset Pasar (b). Gambarnya apa adanya: tidak semua orang adalah pembeli Anda. Di halaman ini: siapa yang layak Anda kejar sekarang, dan yang belum perlu.

Kalimat posisi — pegang ini

Untuk pencari ketenangan urban dan penggemar dekorasi global yang menghargai keberlanjutan, Danrizco adalah lilin aromaterapi dengan wadah bambu yang bisa digunakan kembali, dibuat tangan dengan sentuhan budaya yang tenang, berbeda dari lilin kaca sekali pakai yang generik.

Sinyal pasar: Pasar lilin lokal didominasi wadah kaca murah [8], sementara tren global mengarah pada material alami dan kemasan berkelanjutan [tren global 3].

S PETA PEMBELI

Cocok Anda kejar sekarang

Pembeli Hadiah Premium

Rp45.000 - Rp175.000 [6]

Mencari hampers/kado unik, bukan barang massal, dengan cerita dan nilai guna ulang.

Pencinta Dekorasi Sadar Lingkungan

\$68 - \$118 [pemeriksaan internal pakpepibikin]

Mencari objek dekorasi alami, bukan sekali pakai, dengan narasi keberlanjutan yang kuat.

Belum untuk sekarang

Pemburu Diskon Massal

Sangat sensitif harga, membandingkan dengan lilin kaca Rp9.666 [2].

Catatan: Kejar bila sudah ada lini produk mini/travel size dengan harga lebih rendah.

Belum untuk sekarang bukan berarti tidak pernah — tapi belum. Fokus dulu, jangan terpecah.

Dua tipe pembeli yang paling cocok.

Tipe pembeli diturunkan dari pola listing, ulasan, dan kanal yang terpindai — bukan orang tertentu. Keduanya layak dilayani, tetapi caranya berbeda.

PEMBELI #1

Pengelola Hampers Korporat

Staf procurement atau pemilik bisnis yang rutin mencari kado unik untuk klien. Terbiasa belanja di Shopee/Tokopedia dengan filter harga menengah-atas, membaca ulasan, dan mencari produk yang 'berbeda'.

MENCARI

Kesan eksklusif, cerita produk, dan wadah yang bisa dipakai lagi.

KISARAN HARGA YANG DITERIMA

Rp45.000 - Rp175.000 [6, pemeriksaan internal pakpebibikin]

DI MANA DIA BERBELANJA

Shopee, Tokopedia, direct message Instagram.

APA YANG ANDA KERJAKAN UNTUK DIA

1. Tawarkan paket hampers custom dengan sisipan kartu cerita pengrajin.
2. Pasang foto produk dengan pencahayaan hangat dan latar minimalis.
3. Aktifkan fitur 'Grosir' di Shopee untuk pembelian dalam jumlah banyak.

PEMBELI #2

Pecinta Rumah Global

Perempuan/pria urban 28-45 tahun di AS/Eropa, membeli dari Etsy atau situs dekorasi independen. Mencari objek 'slow living' yang otentik, bukan dekorasi pabrikan. Membaca deskripsi produk dengan detail.

MENCARI

Keaslian material, jejak tangan pengrajin, dan desain yang tenang.

KISARAN HARGA YANG DITERIMA

\$68 - \$118 [pemeriksaan internal pakpebibikin]

DI MANA DIA BERBELANJA

Etsy, Wolf & Badger, Instagram.

APA YANG ANDA KERJAKAN UNTUK DIA

1. Tampilkan proses pembuatan tangan di foto/video produk.
2. Tulis cerita pengrajin dan asal bambu di deskripsi Etsy.
3. Gunakan kata kunci 'reusable', 'artisan made', 'sustainable decor'.

Cara brand Anda bicara — empat poros.

Kutub kiri dan kanan = dua ujung pilihan. Posisi yang kami rekomendasikan ada di kalimat di bawah tiap poros.

Gaya Visual

POROS 1

Ramai & Warna-warni



Minimalis & Monokrom

POSISI UNTUK ANDA

Minimalis hangat dengan aksen warna bumi dan tekstur alami bambu.

Narasi Produk

POROS 2

Fungsi & Harga



Cerita & Nilai

POSISI UNTUK ANDA

Cerita pengrajin dan asal-usul material sebagai nilai utama, fungsi sebagai dasar.

Referensi Budaya

POROS 3

Eksplisit & Harfiah



Abstrak & Universal

POSISI UNTUK ANDA

Motif budaya diabstraksi sebagai tekstur, bukan gambar harfiah.

Kesan Kemewahan

POROS 4

Mewah Mencolok



Mewah Tenang (Quiet Luxury)

POSISI UNTUK ANDA

Mewah yang terasa dari genggamannya dan bobot, bukan dari kilau atau logo.

Sumber & Rujukan

Angka [n] di laporan ini merujuk ke daftar di bawah — listing marketplace nyata (harga & rating), data tren, dan rujukan riset yang dipakai menyusun analisis. Klaim ber-[n] = fakta teramat; klaim tanpa [n] = arah / rekomendasi.

[1] Shopee - Bandung: PREMIUM SCENTED CANDLE - 60gr - LILIN AROMATERAPI VEGETABLE NATURAL WAX  Rp14.750  rating 4.82 (28736 ulasan) [2] Shopee - Bandung: Natural scented candle concrete pot - lilin aromaterapi mini 35gr  Rp9.666  rating 4.84 (7092 ulasan) [3] Shopee - Jakarta Utara: Lilin Batik V1 Aromatherpy Scented candle (Ready stock)  Rp16.000  rating 4.9 (2188 ulasan) [4] Shopee - Bandung: Natural Scented Candle with Dried Flower LILIN AROMATERAPI  Rp15.000  rating 4.81 (2100 ulasan) [5] Shopee - Bandung: Black Matte Scented Candle 60gr - Lilin Aromaterapi Murah  Rp22.000  rating 4.84 (1898 ulasan) [6] Shopee - Bandung: Hampers Pengharum Ruangan Scented Candle Lilin Aromaterapi  Rp45.000  rating 4.97 (272 ulasan) [7] Shopee - Jakarta Utara: Lilin Aromaterapi Batik Cawan V2 aromatherapy scented candle (ready stock) Ver 2  Rp24.500  rating 4.93 (54 ulasan) [8] Shopee - Kab. Jember: Homelines - Scented Candle Jar 50 gr Lilin Aromaterapi Kaca Sumbu Kayu Pengharum Ruangan Relax  Rp35.660 [9] Alibaba - Hebei Meibo Packaging Products Co., Ltd: Soy Wax Scented Candle with Glass Jar Bamboo Lid for Home  rating 4.7 (66 ulasan) [19] Tokopedia - 15 listing lilin aromaterapi dipindai 23 Sep 2026 (Muno Folk, Sciesa, Wavertree & London dkk, Rp15rb-600rb)	[10] Alibaba - Hangzhou Jiefa Stationery & Gifts Co., Ltd: Private Label Luxury Soy Wax Scented Candles With Bamboo Wood Lid in Gift Box  rating 4.9 (27 ulasan) [11] Alibaba - Ningbo Home Trading: Unique Bamboo with Patterns Cup Wax Candles Soy Wax Scented Candles for Women Bath Yoga Candles Home Decor  rating 4.8 (22 ulasan) [12] Alibaba - Pabrik Alibaba: Rose Teddy Bear Scented Candles, Cute Bear Soy Wax Candles in Glass Jars with Bamboo Lids for Romantic Gifts Home Decor  rating 4.9 (11 ulasan) [13] Etsy: Genuine Leather Watch Strap, Bamboo Grain Texture, Brown Butterfly Clasp [14] Etsy: Brunei Agarwood Drum Bead Bracelet Natural Beeswax Amber Accent 8x9mm Silver Gilt Flower Caps Aged Plantation Oud Gift for Her Him [15] Jual lilin unik Harga Terbaik & Termurah September 2026 - Shopee https://shopee.co.id/search?category=0&keyword=lilin+unik [16] Jual Lilin aroma terapi cangkang bambu set isi 4pcs - Shopee https://shopee.co.id/Lilin-aroma-terapi-cangkang-bambu-set-isi-4pcs-i.7088713.2709526464 [17] Jual Lilin Aromatherapy Besar Murah & Terbaik https://www.tokopedia.com/find/lilin-aromatherapy-besar [18] Bamboo Candle Container - Etsy https://www.etsy.com/market/bamboo_candle_container [20] Lazada - 12 listing lilin aromaterapi dipindai 23 Sep 2026 (Rp5-58rb, segmen entry & suvenir) [21] Instagram - 2 brand lilin artisan diperiksa 23 Sep 2026 (WeisCandle.co 904 pengikut; Scent and Light 20,3K)
---	---

Catatan keterbatasan bukti: Bukti terbatas pada 12 listing marketplace (Shopee, Alibaba) dan 6 listing pelengkap (Etsy, Shopee, Tokopedia). Harga listing adalah harga penawaran, bukan harga transaksi.

Ke mana sebaiknya desain brand ini diarahkan.

Saran arah yang kami baca dari jati diri brand dan kondisi pasar — pembuka untuk fase desain berikutnya.

SARAN ARAH

Desain Produk Lengkap

Pakpebibikin mendesain bentuk produk, kemasan, aset visual, dan narasi brand secara terpadu. Cocok kalau Anda mau revamp menyeluruh sebelum scale.

Yang Kami Desain

- Desain JAR / wadah lilin - bentuk, proporsi, dan material vessel. Utamakan material alam Nusantara (kayu, keramik, bambu) yang lebih bernilai sebagai ciri khas brand; kaca atau beton jadi alternatif.
- Kemasan produk - desain label, box, dan hangtag (primer + sekunder) supaya rak-ready dan layak hadiah.
- Aset visual brand - logo, palet warna, tipografi, dan panduan visual yang konsisten di semua kanal.
- Narasi brand - cerita, tagline, dan tone of voice yang nyambung ke calon pembeli.



Desain produk & strategi UMKM kreatif Indonesia

pakpebibikin · RASA · Kenali Diri, Kenali Pasar · 2026-09-21T02:44:21.100Z

Studio Desain Produk & Strategi UMKM Kreatif Indonesia

29 September 2026 · 01-RASA

kriya.pakpepibikin.id — Dari Rasa menuju Karya