

Kenali Diri

Danrizco, Merek Lilin Jujur yang Sudah Punya Fondasi Kuat

Halo, Pak/Bu pemilik Danrizco! Kami sudah membaca jejak digital merek Anda. Intinya: Anda sudah membangun pondasi yang sangat solid. Produk bagus, foto rapi, dan konsisten hadir di pameran resmi. Hanya saja, merek Anda masih 'bersembunyi' di balik meja pameran dan belum berani menyapa pembeli di dunia maya. Ini peta posisi Danrizco hari ini.

Yang sudah bagus

- Konsisten hadir di pameran resmi UMKM Bandung berturut-turut, bukti Anda serius dan dipercaya.
- Kualitas foto produk sudah bagus, pencahayaan dan komposisinya terarah sehingga produk terlihat menarik.
- Gaya bicara merek terasa jujur, sopan, dan tidak memaksa, sangat cocok untuk produk relaksasi & kesehatan.

Yang masih perlu dibenahi

- Belum ada satu pun testimoni pembeli yang dipajang, jadi calon pembeli baru kurang mendapat bukti kepercayaan.
- Tidak ada jalur pembelian yang jelas selain datang langsung ke pameran, orang tidak tahu cara pesan di luar acara.
- Tampilan Instagram masih campur aduk antara poster acara dan produk, sehingga orang butuh waktu lama untuk sadar ini merek lilin.

Langkah pertama yang bisa dilakukan

- Mulai kumpulkan dan pajang setiap testimoni pembeli di sorotan cerita Instagram, sekecil apa pun itu.
- Tulis cara pesan yang jelas di keterangan profil dan setiap unggahan, misalnya 'Klik tautan di bio untuk pesan'.
- Rapikan kumpulan unggahan agar 3 baris pertama langsung menunjukkan produk lilin andalan Anda.

Semua kerja keras Anda ikut pameran sudah tidak sia-sia, sekarang saatnya bawa keramahan meja pameran itu ke dalam Instagram.

Kenali Pasar

Pasar Sudah Menunggu Lilin Bambu yang Bercerita

Pak Dadan, hasil riset ini jadi kabar baik. Pasar lilin wadah bambu masih sangat sepi pemain, apalagi yang menjadikan wadahnya sebagai pusat cerita. Ini peluang besar karena kekuatan Danrizco bukan cuma di lilinnya, tapi di wadah bambu yang bisa dipakai lagi bertahun-tahun. Pasar global justru mencari produk kriya asli Indonesia seperti ini.

Yang sudah bagus

- Wadah bambu Danrizco sudah jadi pembeda utama yang tidak bisa ditiru pabrik lilin massal.
- Konsep 'lilin habis, wadah tetap dipakai' sangat langka dan bernilai tinggi di mata pembeli.
- Cerita pengrajin di balik setiap wadah adalah kekuatan yang dicari pasar kelas atas.

Yang masih perlu dibenahi

- Tampilan tampilan dan kemasan harus seragam dan terlihat mewah, bukan asal-asalan.
- Finishing bambu harus rapi dan konsisten agar layak masuk pasar kelas atas.
- Hindari cat tebal atau plastik mengkilap yang menghilangkan kesan alami bambu.

Langkah pertama yang bisa dilakukan

- Buat beberapa contoh produk terbaik, lalu tawarkan lewat pre-order terbatas untuk menguji pasar.
- Bangun tampilan toko daring yang seragam dan hangat, tonjolkan cerita pengrajin di setiap unggahan.
- Kumpulkan masukan pembeli pertama, perbaiki kualitas, lalu naikkan produksi pelan-pelan.

Mulai dari kecil dulu, Pak—pasar global sudah menunggu sentuhan tangan Bapak.

Catatan: Penjelasan lengkap untuk dokumen Anda. Semua proses dalam layanan pakpebibikin dilakukan secara otomatis, Anda cukup melakukan langkah sederhana namun Anda bisa melihat dan memahami kompleksitas proses pengambilan keputusan dalam pembuatan setiap laporan.

Danrizco

Kenali Diri, Kenali Pasar

Dua pembacaan dalam satu laporan: siapa Danrizco hari ini di mata pembeli, dan di mana posisinya di pasar lokal & global.

ISI LAPORAN

A · KENALI DIRI

Audit jati diri brand — posisi, jejak digital, produk champion, dan arah desain dari pembacaan POTRET.

B · KENALI PASAR

Riset pasar — kompetitor lokal & global, estetika, harga, celah peluang, dan peta geo-market.

KATEGORI PRODUK ANDA

T1 Kesehatan & Kecantikan

T2 Aromaterapi & Relaksasi

T3 Lilin Aromaterapi

T4 Lilin Wadah Bambu

TOKOPEDIA Kesehatan > Aromaterapi & Relaksasi > Lilin & Aromaterapi

ETSY Home & Living > Candles & Holders > Aromatherapy Candles



BAGIAN PERTAMA

KENALI DIRI

Sebelum bicara pasar, kita baca dulu siapa Danrizco hari ini — apa yang sudah kuat, apa yang masih membingungkan, dan arah desain yang paling masuk akal untuk diperkuat.

A1 · EXECUTIVE READ

Ringkasan jati diri brand Anda.

Danrizco tumbuh sebagai perajin lilin dan sabun handmade Bandung yang konsisten ikut setiap pameran UMKM resmi. Brand ini sudah punya produk yang rapi, kualitas visual mulai bagus, dan punya integritas yang terasa dari setiap tulisan. Tapi masih bersembunyi di balik booth pameran, belum berani bicara langsung ke pembeli di ruang digital.

Danrizco sudah punya pondasi yang sangat solid. Produknya bagus, fotonya sudah bagus, kamu konsisten ikut event. Yang kurang cuma: kamu belum bercerita siapa kamu, dan belum memberitahu orang bagaimana cara membeli produkmu kapan saja.

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.

01 Pasar

3/5

Lilin Aromaterapi Handmade Lokal Bandung

Perlu Validasi

02 Brand

4/5

Danrizco tumbuh sebagai perajin lilin dan sabun handmade Bandung yang konsisten ikut setiap pameran UMKM resmi.

Mulai Terbentuk

03 Spek Produk

2/5

Spek produk masih perlu detail material dan dimensi.

Perlu Detail

04 Visualisasi

4/5

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

Ada Jejak

05 Kesiapan Produksi

3/5

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

Perlu Asesmen

06 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

Kelengkapan jejak digital: **60**/100 — Cukup Lengkap

Cara brand Anda muncul di mata calon pembeli.

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

Ini bukan penilaian bagus buruk. Ini hanya peta dimana Danrizco berdiri hari ini. Semua yang sudah dibangun itu bagus. Kita cuma melihat mana yang sudah kuat, mana yang masih bisa ditambah. Tidak ada yang salah disini, cuma ada ruang bertumbuh.

CHANNEL UTAMA

Instagram + Event Offline Bandung

Instagram hanya berperan sebagai pengumuman event. Belum jadi etalase yang mengajak beli. Pembeli hanya tahu jadwal pameran, tidak tahu cara pesan diluar event. Perlu dirapikan jalur pesan yang jelas setiap posting.

STONE DOMINAN

Hati-hati, sopan, penuh syukur

Tone ini sangat cocok untuk produk wellness dan rumah. Terasa jujur, tidak memaksa beli. Tapi kurang hangat yang mengajak ngobrol. Belum ada suara personal pemilik.

KONSISTENSI VISUAL

Mulai menemukan ritme, belum jadi sistem

Foto produk sudah bagus, lighting dan komposisi mulai terarah. Tapi campur dengan poster event dan foto booth acak. Orang pertama lihat feed butuh 7 detik baru sadar ini brand lilin.

POSISI DI MATA PEMBELI

Mulai Terlihat Di Kalangan Event UMKM Bandung

Hanya orang yang datang pameran PVJ yang tahu Danrizco. Di luar itu hampir tidak ada jejak. Calon pembeli tidak akan menemukan brand ini ketika cari lilin aromaterapi online.

Pesan Kunci

- Artinya: semua kerja keras kamu ikut pameran sudah tidak sia-sia.
- Yang perlu dijaga: tone jujur dan rendah hati yang sudah ada sekarang.
- Tantangannya sekarang: bawa kehadiran booth itu ke dalam instagram.

Apa kata pemilik dan orang lain tentang brand ini.

Suara dari dalam (pemilik) dan dari luar kanal resmi (pembeli & publik) — dirangkum sebagai bukti kepercayaan.

SUARA PEMILIK

Pemilik Danrizco membangun brand dengan hati, fokus aroma dan kehadiran langsung di event Bandung.

PEMILIK

"Setiap aroma memiliki caranya sendiri untuk berbicara."

PEMILIK

"Bismillah.. Setelah PKB 2026, lanjut Danrizco hadir mulai hari ini di Casaluxe Exhibition"

PEMILIK

"A candle that says what words sometimes can't"

SUARA PUBLIK

MEDIA NASIONAL

POSITIF

Lilin Aromaterapi Ramah Lingkungan Buatan UMKM Danrizco

"Danrizco merupakan UMKM pembuat lilin aromaterapi ramah lingkungan"

<https://www.youtube.com/watch?v=SXoWg6EmCcs>

ARTIKEL UMUM

NETRAL

Inovasi Produk UMKM Pasca Pandemi

"Produk UMKM menjadi kunci pertumbuhan ekonomi lokal"

<https://www.article33.or.id/2021/12/11ri-inovasi-produk-umkm-jadi-kunci-tingkatkan-ekonomi-pasca-pandemi/>

ARTIKEL UMUM

NETRAL

Pentingnya Testimoni Pelanggan Untuk Bisnis

"Testimoni menjadi alat pemasaran paling efektif membangun kepercayaan"

<https://www.kompasiana.com/sasya07564/66f407feed641520554406b2/testimoni-klien-kekuatan-ulasan-pelanggan-dalam-membangun-kepercayaan>

Yang menarik dari data, dan syarat untuk diteruskan.

INSIGHT UTAMA

Danrizco sudah 2 tahun berturut ikut Pasar Kreatif Bandung

Sumber: post 6 instagram

INSIGHT PENDUKUNG

Produk bathbomb sudah tersedia di Galeri Nawasena Hotel Jayakarta

Sumber: post 10 instagram

KELAYAKAN BERSYARAT

LAYAK BERSYARAT

Lilin Aromaterapi Handmade Lokal Bandung

■ SYARAT AGAR LAYAK DITERUSKAN

- Memperbaiki jalur pemesanan online yang selalu tersedia
- Mulai mengumpulkan dan mempublikasikan testimoni pembeli
- Memisahkan konten event dan konten produk dengan pola jelas

Semua modal dasar sudah lengkap. Hanya butuh 3 penyesuaian kecil di atas.

Yang Sudah Jadi & Yang Perlu Diperbaiki

YANG SUDAH JADI

- + Konsisten hadir di event resmi UMKM Bandung berturut-turut
- + Foto produk sudah memiliki kualitas lighting dan komposisi yang baik
- + Sudah punya varian produk yang jelas dan beragam

YANG PERLU DIPERBAIKI

- Tidak ada satupun testimoni pembeli yang dipublikasikan
- Tidak ada jalur pembelian jelas selain datang ke event
- Interaksi posting hampir nol, tidak ada percakapan terbangun

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 Wadah bambu sebagai pembeda utama

Hampir semua kompetitor lokal menggunakan kaca atau kaleng; bambu sangat jarang dan langsung menarik perhatian.

Ini bukan sekadar pilihan material—ini adalah fondasi positioning Danrizco. Di pasar yang penuh lilin kaca, wadah bambu langsung menciptakan kategori baru: lilin yang wadahnya lebih berharga dari isinya. Pembeli tidak hanya membeli lilin, tapi juga benda dekorasi yang akan mereka simpan bertahun-tahun.

CARA MEMAKAINYA

Jadikan wadah sebagai bintang di setiap foto produk dan cerita brand. Tampilkan wadah kosong setelah lilin habis sebagai 'produk kedua'.

2 Cerita pengrajin dan handmade

Tren global 'artisan look' dan 'quiet craft' sedang naik; pembeli Etsy membayar premium untuk produk yang terasa dibuat oleh tangan, bukan mesin.

Setiap wadah bambu Danrizco bisa membawa nama pengrajinnya. Ini bukan strategi marketing—ini adalah nilai intrinsik yang tidak bisa ditiru pabrik. Di era produk massal, sentuhan tangan menjadi kemewahan tertinggi. Pembeli premium global mencari exactly this: bukti bahwa ada manusia di balik benda yang mereka beli.

CARA MEMAKAINYA

Cantumkan inisial atau nama kecil pengrajin di bagian bawah wadah. Buat konten yang menunjukkan proses pembuatan oleh tangan, bukan mesin.

3 Keberlanjutan yang nyata, bukan klaim

Lilin biasa habis lalu dibuang; wadah bambu Danrizco dirancang untuk dipakai selamanya—ini zero waste yang sesungguhnya.

Banyak brand mengklaim 'eco-friendly' tanpa bukti. Danrizco punya bukti bawaan: produknya sendiri adalah jawaban atas sampah lilin. Ini narasi yang sangat kuat untuk pasar global yang semakin kritis terhadap greenwashing. Pembeli tidak perlu percaya klaim—mereka bisa melihat sendiri bahwa wadah ini tidak akan pernah jadi sampah.

CARA MEMAKAINYA

Sertakan kartu panduan '10 Cara Menggunakan Kembali Wadah Bambu Anda' di setiap pembelian. Dokumentasikan wadah yang sudah dipakai ulang oleh pelanggan.

YANG HARUS DIPERBAIKI

1 Identitas visual brand belum terkonfirmasi

Data fase potret tidak tersedia; perlu dipastikan apakah Danrizco sudah punya logo, palet warna, dan gaya foto yang konsisten.

Tanpa identitas visual yang jelas, produk sebagai apapun akan kesulitan membangun kepercayaan, terutama di pasar ekspor. Pembeli Etsy dan Tokopedia sama-sama menilai brand dari konsistensi visualnya sebelum memutuskan membeli. Ini bukan soal bagus atau tidak—ini soal dikenali atau tidak.

→ **Konversi rendah di marketplace; sulit membangun harga premium; tidak bisa membedakan diri dari kompetitor generik.**

LANGKAH PERBAIKAN

Segera tetapkan palet warna brand, gaya foto produk, dan tone komunikasi. Mulai dari 3 warna saja: natural bambu, navy tenang, dan aksen hangat.

2 Kapasitas produksi dan konsistensi finishing

Bambu adalah material alami yang setiap potongnya berbeda; konsistensi antar unit bisa jadi tantangan besar untuk pasar ekspor.

Variasi adalah keindahan handmade, tapi pembeli global punya ekspektasi tertentu terhadap 'kualitas'. Jika satu wadah retak atau finishingnya terlalu kasar, seluruh brand bisa dinilai buruk. Ini tantangan klasik UMKM kriya: bagaimana menjaga karakter handmade tanpa mengorbankan standar.

→ **Risiko retur tinggi di Etsy; ulasan buruk bisa menghancurkan brand baru; pembeli korporat tidak akan berani memesan dalam jumlah besar.**

LANGKAH PERBAIKAN

Buat standar finishing minimum yang terdokumentasi: tidak boleh ada serat tajam, permukaan harus halus di area pegangan, uji ketahanan panas sebelum kirim.

3 Belum ada validasi permintaan pasar untuk harga premium

Data penjualan lilin wadah bambu di Indonesia masih sangat kecil; belum ada brand dominan yang membuktikan orang mau bayar mahal.

Ini pedang bermata dua: di satu sisi berarti tidak ada kompetitor, di sisi lain berarti permintaan belum terbukti. Danrizco harus menjadi yang pertama mendidik pasar—tugas yang berat tapi sangat menguntungkan jika berhasil. Risiko terbesarnya adalah mengasumsikan orang akan bayar mahal tanpa menguji dulu.

→ **Stok menumpuk jika harga ditolak pasar; cash flow tersendat; brand bisa terpaksa turun harga dan merusak positioning.**

LANGKAH PERBAIKAN

Mulai dengan pre-order 30 unit di harga core untuk mengukur permintaan riil. Jangan produksi massal sebelum ada bukti orang mau bayar.



BAGIAN KEDUA

KENALI PASAR

Temuan utama riset ini cukup jelas: pasar lilin wadah bambu masih sangat terbuka, terutama di segmen premium yang menjadikan wadah sebagai pusat cerita. Dominasi lilin kaca dan tealight massal di pasar lokal justru mengonfirmasi bahwa ruang untuk produk dengan sentuhan kriya dan nilai guna ulang masih lapang. Dari sini terlihat bahwa kekuatan Danrizco tidak hanya terletak pada material bambunya, tetapi pada kemampuannya menghadirkan wadah yang lebih berharga dari isinya—sebuah diferensiasi yang tidak bisa ditiru pabrik. Setiap wadah bambu membawa cerita pengrajin, dan ini adalah nilai yang dicari pasar global yang semakin kritis terhadap produk massal. Untuk arah pengembangan, Danrizco sebaiknya memprioritaskan validasi produk melalui pre-order terbatas, membangun identitas visual yang konsisten, dan memastikan konsistensi finishing bambu untuk pasar premium. Dengan pendekatan ini, Danrizco tidak hanya menjual lilin, tetapi juga benda dekorasi yang akan disimpan bertahun-tahun—sebuah posisi yang langka dan bernilai tinggi. Mulai dari skala kecil, dapatkan feedback, perbaiki, lalu naikkan volume secara bertahap.

Siapa pesaing Anda di pasar lokal – dari yang murah sampai premium.

Tiga contoh nyata dari Tokopedia, satu untuk tiap tingkat harga, plus satu yang paling laris. Tiap kartu kami lengkapi jumlah terjual dan pelajaran yang bisa Anda ambil.




KELAS BAWAH

M. RIZSHOP Rp5.450

Tempat tatakan lilin aromaterapi/Tempat tatakan bakar dupa aromaterapi asap atas,model bun

Entry

- + Harga sangat murah [4]
- Bukan lilin aromaterapi [4]
- + Volume penjualan tinggi [4]
- Tanpa cerita brand



KELAS MEDIUM

ECLAT CANDLES Rp83.655

Eclat Candles Fresh Floral Woody Lilin Kedelai Aromaterapi Cup Kaca dengan Tutup Kayu Gabu

Core

- + Rating tinggi 4.7 [1]
- Wadah kaca, bukan bambu [1]
- + Volume terjual besar [1]
- Branding generik




KELAS PREMIUM

TU.KEY AROMATIC Rp280.000

Tu.Key Aromatic Lilin Aromaterapi 60gr - BEST BUNDLING Lilin CALMING & RELAXING - Soy Wax

Signature

- + Rating nyaris sempurna 4.9 [5]
- Wadah bukan bambu [5]
- + Strategi bundling [5]
- Cerita bahan kurang kuat



TERLARIS

DZWORLD Rp198.800


Breathe Scented Tealight Candle 100pcs Lilin Aromaterapi Untuk Membakar Minyak Kuning Art

20+ terjual

Pelajaran: Kemasan isi banyak dengan harga terjangkau dan fungsi aromaterapi membuat pelanggan merasa puas dan hemat.

Siapa pesaing Anda di pasar luar negeri — dari yang murah sampai premium.

Tiga contoh dari Etsy dan pasar luar negeri, satu untuk tiap tingkat harga, plus satu yang paling diminati. Tiap kartu ada pelajaran yang bisa Anda tiru.



Etsy


KELAS BAWAH

🇺🇸 UNKNOWN \$1

Wedding Favors for Guests, Personalized Bulk Scented Soy Candle, Simple Modern Wedding Can

Minimalis massal

Pelajaran: Harga murah saja tidak cukup; perlu cerita dan diferensiasi wadah yang kuat untuk naik kelas.



Etsy


KELAS MEDIUM

🇺🇸 UNKNOWN \$12

Hand-Poured Soy Candle | Clean-Burning Scented Candle | White Tea Scented Soy Wax Candle |

Bersih natural

Pelajaran: Klaim 'clean-burning' dan 'hand-poured' sudah jadi standar; Danrizco harus melangkah lebih jauh dengan cerita wadah.



Etsy

KELAS PREMIUM

🇺🇸 UNKNOWN \$29

Jasmine Bamboo Scented Soy Candle in Handmade Ceramic Jar : Minimalist Home Decor Gift

Minimalis hangat

Pelajaran: Wadah keramik handmade bisa dijual premium; bayangkan kalau wadahnya bambu asli Indonesia dengan cerita pengrajin.

Enam aliran visual yang menggambarkan kompetitor.

Yang mendominasi pasar, yang under-represented (= peluang).

Natural Bamboo Aesthetic

2 kompetitor · premium 7-9

DOMINAN **PELUANG**

Wadah bambu alami sangat jarang di pasar lokal, padahal tren global mengarah ke material jujur dan hangat.

Anti-pattern:

- Bambu yang dicat tebal
- Finishing plastik mengkilap

Artisan Handmade Look

1 kompetitor · premium 8-9

PELUANG

Tampilan buatan tangan dengan bukti pengerjaan terlihat sangat dicari pembeli kado premium, tapi belum banyak yang berani menampilkannya.

Anti-pattern:

- Terlalu rapi seperti mesin
- Tanpa tanda pengrajin

Tropical Coastal

1 kompetitor · premium 6-8

PELUANG

Cocok untuk pasar ekspor yang mencari nuansa tropis autentik, bukan sekadar aroma sintetis.

Anti-pattern:

- Aroma tropis yang terlalu tajam
- Dekorasi pasir dan kerang plastik

Design Minimalist

3 kompetitor · premium 5-7

Sudah banyak pemain di segmen ini, terutama lilin kaca polos. Danrizco bisa masuk tapi bukan sebagai pemain utama.

Anti-pattern:

- Terlalu dingin dan steril
- Kehilangan kehangatan material alami

Herbal Wellness

1 kompetitor · premium 7-8

PELUANG

Rempah dan herbal Nusantara belum banyak dieksplorasi sebagai aroma lilin premium, padahal punya cerita kuat.

Anti-pattern:

- Aroma jamu yang terlalu pahit
- Klaim kesehatan berlebihan

Quiet Craft Wabi

0 kompetitor · premium 9-10

PELUANG

Perpaduan filosofi wabi-sabi dengan kriya bambu Indonesia belum tersentuh—ini ruang kosong yang sangat premium untuk ekspor.

Anti-pattern:

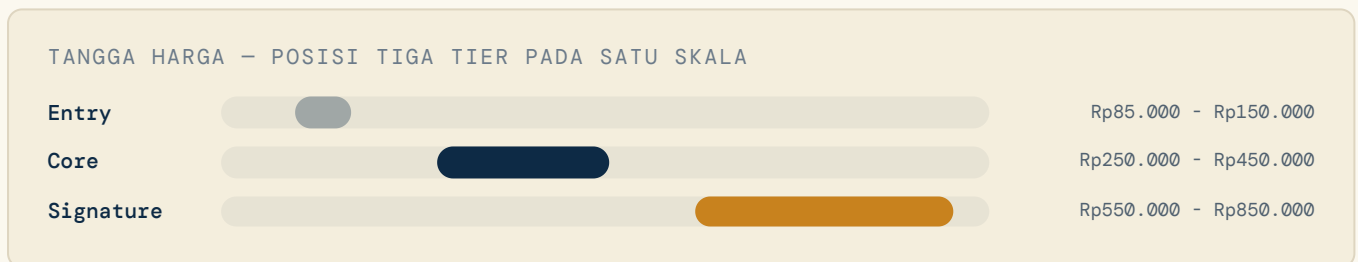
- Ornamen berlebihan
- Finishing sempurna tanpa karakter

Penjelasan lengkap tiap aliran visual di atas — apa artinya, posisi mana yang dominan vs masih kosong (peluang), dan cara memanfaatkannya untuk brand Anda — akan diuraikan dan dikembangkan lebih lanjut di fase **KARSA**.

Tiga tier harga untuk kategori ini — pasar lokal & global.

Entry untuk pasar volume, Core untuk konversi sehat, Signature untuk margin tinggi + brand building. Kami **menampilkan** tiga pilihan, bukan memilihkan satu. Tiap tier diberi rentang harga lokal (Rupiah) dan global (Dolar) sekaligus.

ENTRY	CORE	SIGNATURE
<p>LOKAL Rp85.000 - Rp150.000</p> <p>GLOBAL \$12 - \$18</p>	<p>LOKAL Rp250.000 - Rp450.000</p> <p>GLOBAL \$28 - \$38</p>	<p>LOKAL Rp550.000 - Rp850.000</p> <p>GLOBAL \$45 - \$65</p>
<p>Pembeli pertama yang ingin mencoba; kado kecil; pembeli lokal yang penasaran dengan wadah bambu.</p> <p>Harga ini bersaing dengan lilin kaca premium lokal, tapi memberi nilai lebih karena wadah bisa dipakai ulang.</p>	<p>Pembeli kado premium; dekorasi rumah; kolektor craft; pembeli korporat untuk souvenir eksklusif.</p> <p>Di rentang ini Danrizco bisa menyampaikan cerita pengrajin dan kualitas bambu secara penuh.</p>	<p>Kolektor kriya; pembeli ekspor yang mencari limited edition; hampers korporat tingkat tinggi.</p> <p>Edisi terbatas dengan ukiran khusus atau kolaborasi pengrajin —setiap unit diberi nama pembuatnya.</p>

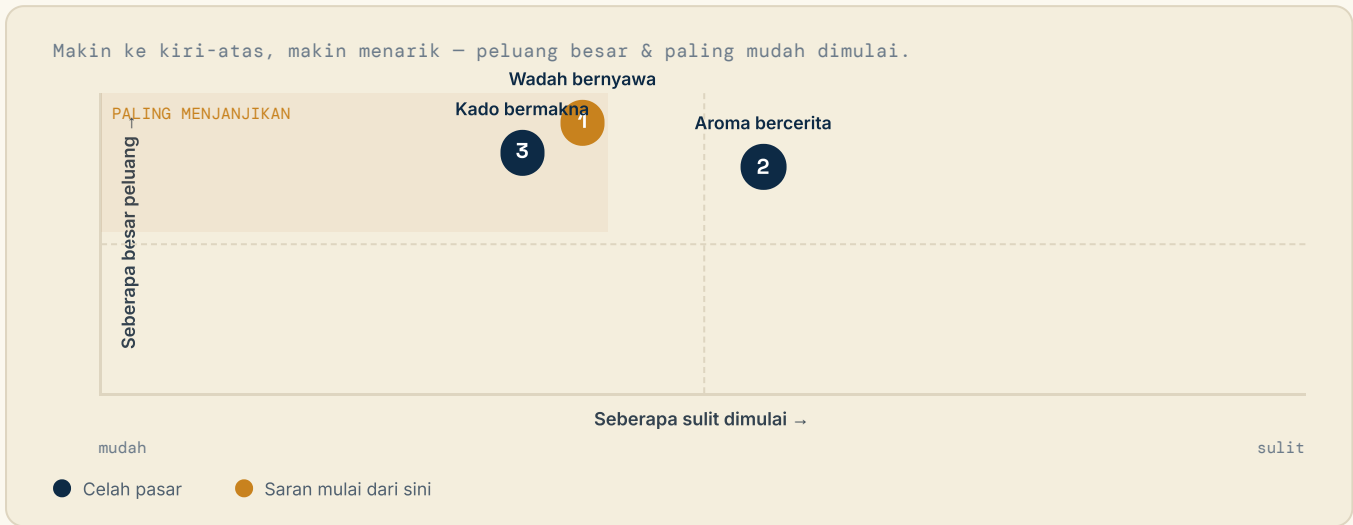


§ CATATAN KURS

Selisih harga lokal vs global wajar karena daya beli dan ongkos kirim ekspor; harga global mengikuti standar Etsy untuk handmade premium, sementara harga lokal disesuaikan dengan psikologi pasar kado menengah-atas Indonesia.

Tiga peluang yang belum dilirik pesaing.

Kami petakan dua hal sederhana: seberapa besar peluangnya, dan seberapa mudah Anda memulainya.



CELAH 01 · PRIORITAS

Wadah sebagai pusat cerita, bukan sekadar kemasan

Semua kompetitor lokal dan global menjual lilin dengan fokus pada aroma atau harga—tidak ada yang menjadikan wadah sebagai alasan utama membeli. Data Etsy menunjukkan pembeli mencari 'reusable candle vessel' tapi belum menemukan yang autentik.

Seberapa besar: Peluang ini bisa dimulai dari 30 unit pre-order tanpa mengubah lini produksi yang sudah ada—cukup ubah cara bercerita di listing dan kemasan.

Yang perlu disiapkan: Siapkan foto wadah kosong setelah lilin habis, tulis panduan penggunaan kembali, dan latih tim untuk bercerita tentang wadah, bukan aroma.

CELAH 02

Aroma Nusantara sebagai identitas, bukan sekadar varian

Data Inacraft menyebutkan aroma cendana Bali, sereh wangi, kopi Toraja, vanila Papua belum banyak dieksplorasi secara komersial. Kompetitor masih menggunakan aroma generik seperti floral dan fresh.

Seberapa besar: Bisa dimulai dengan 3 aroma khas yang mudah didapat bahannya—tidak perlu langsung 10 varian. Riset aroma bisa dilakukan paralel dengan penjualan.

Yang perlu disiapkan: Perlu riset dan uji coba campuran essential oil lokal; pastikan aroma cukup kuat tapi tidak menyengat. Bisa mulai dari 1 aroma signature dulu.

CELAH 03

Personalisasi dan kapsul kenangan untuk pasar kado

Pasar souvenir pernikahan dan hampers korporat mencari opsi sustainable yang tidak murahan. Craft Dewata dan Eagle Gemilang sudah mulai masuk, tapi belum ada yang menawarkan personalisasi mendalam seperti nama pengrajin atau ukiran custom.

Seberapa besar: Bisa dimulai dengan menawarkan ukiran inisial di bagian bawah wadah untuk pesanan kado—tidak perlu stok khusus, cukup alat ukir sederhana.

Yang perlu disiapkan: Siapkan alat ukir manual atau stempel panas untuk personalisasi; tawarkan opsi ini di listing sebagai add-on, bukan produk terpisah.

Saran kami: mulai dari 'Wadah bernyawa' karena ini yang paling dekat dengan produk yang sudah ada dan paling mudah diuji lewat custom order—cukup ubah cara bercerita dan foto produk. Setelah itu, tambahkan 'Kado bermakna' untuk menangkap pasar souvenir, lalu eksplorasi 'Aroma bercerita' sebagai lapisan berikutnya.

Negara importir aktif & kebutuhan per kanal.

Preferensi gaya per pasar dan kanal masuk yang realistis. Sumber: Trade Map · Etsy · marketplace lokal.

	<p>Amerika Serikat</p> <p>Permintaan tinggi untuk lilin handmade premium dengan cerita keberlanjutan; pasar Etsy sangat matang.</p> <p>Kanal: Etsy, Pinterest, Instagram</p>	<p>TINGGI</p> <p>\$25 - \$65</p>
	<p>Jepang</p> <p>Apresiasi tinggi terhadap kriya minimalis dan filosofi wabi-sabi; pasar sangat cocok untuk produk bambu.</p> <p>Kanal: Pameran craft, Instagram, select shop</p>	<p>TINGGI</p> <p>\$30 - \$55</p>
	<p>Jerman</p> <p>Kesadaran lingkungan sangat tinggi; pembeli mencari produk zero-waste yang autentik.</p> <p>Kanal: Etsy, toko konsep berkelanjutan</p>	<p>TINGGI</p> <p>\$28 - \$50</p>
	<p>Singapura</p> <p>Pasar regional dengan daya beli tinggi; pembeli mencari kado premium dan dekorasi rumah unik.</p> <p>Kanal: Shopee, Instagram, pop-up market</p>	<p>TINGGI</p> <p>\$25 - \$45</p>

Bukan cuma negara — tiap platform punya permintaan sendiri. Sumber: Etsy, Shopify, Alibaba, Amazon Handmade.

Platform	Yang dicari / laku	Catatan untuk brand
Etsy	Pembeli mencari lilin handmade dengan cerita personal dan material alami; keyword 'reusable candle' dan 'bamboo candle' mulai naik.	Sangat cocok untuk Danrizco—fokuskan listing pada cerita wadah dan pengrajin, bukan sekadar aroma.
Shopify	Brand DTC lilin premium membangun komunitas lewat subscription box dan limited release.	Cocok untuk fase scale-up setelah validasi Etsy; bisa tawarkan 'wadah edisi terbatas' bulanan.
Tokopedia	Pembeli lokal mencari lilin aromaterapi dengan harga terjangkau; discovery lewat search 'lilin kado' dan 'lilin aromaterapi'.	Gunakan Tokopedia untuk pasar lokal dengan positioning 'kado premium'—bedakan dari lilin murah lewat foto dan deskripsi.
Alibaba	Buyer global mencari supplier lilin wadah bambu untuk private label dan wholesale.	Hati-hati: platform ini bisa mengikis positioning premium. Hanya masuk jika siap dengan volume besar dan harga wholesale.

Daftar Do dan Don't yang langsung bisa dipakai.

✓ DO

- ✓ Tampilkan wadah kosong setelah lilin habis di setiap listing
- ✓ Cantumkan nama atau inisial pengrajin di setiap wadah
- ✓ Gunakan soy wax murni dan sebutkan asal bahan
- ✓ Buat konten proses pembuatan oleh tangan pengrajin
- ✓ Sertakan panduan penggunaan kembali wadah di kemasan

× DON'T

- × Jangan menjual berdasarkan harga murah atau diskon besar
- × Jangan mengecat bambu hingga menutupi serat alami
- × Jangan menggunakan parafin atau campuran wax murah
- × Jangan membuat klaim aroma terapi yang berlebihan
- × Jangan mengabaikan keamanan—uji ketahanan panas wadah

Tiga peluang strategis untuk dibawa ke fase berikut.

Ini riset, bukan keputusan desain. Karsa yang akan terjemahkan jadi DNA visual.

1. Wadah sebagai produk utama

Mendesain wadah bambu yang begitu indah sehingga orang membeli lilin hanya untuk mendapatkan wadahnya.

2. Cerita pengrajin sebagai nilai jual

Setiap wadah ditandai oleh pembuatnya—mengubah komoditas menjadi koleksi personal.

3. Sistem penggunaan kembali yang terencana

Mendesain wadah agar mudah dibersihkan dan punya fungsi kedua yang jelas sejak awal.

Sinyal desain terkuat

MATERIAL

Bambu petung tua kering + soy wax murni

Kombinasi ini belum ada di pasar global dan langsung menciptakan diferensiasi yang tidak bisa ditiru material sintetis.

BENTUK

Silinder pendek dengan buku bambu sebagai alas alami

Bentuk paling jujur yang merayakan material tanpa perlu ornamen tambahan.

TEKNIK

Potong dan amplas manual dengan finishing minyak alami

Bukti tangan terlihat jelas dan menjadi nilai jual utama untuk pasar craft premium.

REKOMENDASI MATERIAL

Bambu petung tua kering + soy wax murni

Bambu petung adalah spesies bambu tebal dan kuat yang cocok untuk wadah; soy wax murni mendukung narasi keberlanjutan dan memberikan kualitas bakar yang bersih.

Alternatif: Bambu hitam (bambu wulung) untuk edisi terbatas yang lebih gelap dan dramatis, Campuran soy wax dan palm wax lokal untuk variasi tekstur

Pertanyaan kunci untuk Karsa

Ini contoh/usulan pertanyaan untuk memantik fase desain — ilustrasi ide, bukan project final.

1. Bagaimana bentuk wadah bambu yang paling mudah dibersihkan dari sisa lilin?
2. Apakah buku bambu bisa dijadikan alas alami tanpa tambahan potongan?
3. Seperti apa detail sambungan yang justru ingin ditampilkan, bukan disembunyikan?
4. Bagaimana cara menandai setiap wadah dengan nama pengrajin secara konsisten?
5. Apa fungsi kedua yang paling alami untuk wadah ini setelah lilin habis?

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 Dominance Etsy

Etsy search for '100% soy candles' returns thousands of listings, indicating strong consumer preference.

Teknik (T) hand-pouring	Ikon (I) leaf motif
Material (M) soy wax	Bentuk (S) cylindrical jar

Relevansi untuk brand: Aligns with client's soy wax material; global shift to plant-based candles.

Natural Container Resurgence Design Milk



Design Milk reports rising demand for natural material containers in home decor, with bamboo leading in coastal aesthetics.

Teknik (T) bamboo turning	Ikon (I) bamboo nodes
Material (M) bamboo utuh	Bentuk (S) tapered cylinder

Relevansi untuk brand: Bamboo container is key differentiator; matches client's chosen material.


Tropical Coastal Scent Profiles WGSN

WGSN identifies tropical and coastal scent profiles as a key trend for 2025, with lemongrass and coconut gaining traction.

Teknik (T) scent blending	Ikon (I) tropical flower
Material (M) soy wax	Bentuk (S) round vessel

Relevansi untuk brand: Leverage local tropical scents to enhance bamboo candle appeal.

Stainless Steel Lining for Bamboo Dezeen




Dezeen highlights safety innovations in candle containers, including metal liners for natural materials like bamboo.

Teknik (T) metal lining insertion	Ikon (I) geometric lines
Material (M) stainless steel	Bentuk (S) cylinder

Relevansi untuk brand: Addresses safety concerns of bamboo containers; adds premium feel.

Traditional Weaving as Premium Packaging Patti Carpenter



Patti Carpenter notes a resurgence of traditional craft techniques in luxury packaging, with woven bamboo as a premium differentiator.

Teknik (T) hand-weaving	Ikon (I) woven pattern
Material (M) bamboo strips	Bentuk (S) basket form

Relevansi untuk brand: Elevates product to luxury gift segment; aligns with Indonesian heritage.

Kenapa sumber ini?

Tren ini bukan tebakan. Kami ambil dari lembaga & media riset desain paling berpengaruh di dunia — acuan yang dipakai brand global sebelum merilis produk.

WGSN

WGSN adalah otoritas global dalam peramalan tren konsumen dan desain, mencakup gaya hidup, kecantikan, dan rumah.

Kenapa dipakai: Digunakan untuk mengidentifikasi tren aroma dan material yang relevan dengan lilin wadah bamboo.

Dezeen

Dezeen adalah majalah arsitektur dan desain terkemuka yang meliputi inovasi produk dan material terkini.

Kenapa dipakai: Memberikan wawasan tentang inovasi keamanan dan teknik produksi pada wadah lilin alami.

Patti Carpenter

Patti Carpenter adalah peramal tren global yang fokus pada kerajinan tangan, tekstil, dan desain berkelanjutan.

Kenapa dipakai: Relevan untuk memahami kebangkitan kemasan anyaman tradisional sebagai nilai premium.

Design Milk

Design Milk adalah blog desain kontemporer yang menyoroti tren dekorasi rumah dan produk lifestyle.

Kenapa dipakai: Membantu memvalidasi minat konsumen terhadap wadah bamboo dalam estetika pesisir.

Etsy

Etsy adalah pasar online global untuk barang buatan tangan dan vintage, dengan data pencarian real-time.

Kenapa dipakai: Data pencarian Etsy mengonfirmasi dominasi lilin soy dan preferensi wadah alami di kalangan pembeli.

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

Kemasan, Visual, dan Narasi

Pakpebibikin garap kemasan, aset visual, dan narasi. Produk inti (formulasi, isi) tetap di tangan Anda atau partner formulasi.

Yang Kami Desain

- 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.

Tone vs kompetitor: Tenang, jujur, dan hangat—berlawanan dengan lilin kaca yang dingin dan generik. Danrizco harus terasa seperti benda yang sudah ada di rumah sejak lama, bukan produk baru yang mencolok.

Warna rekomendasi:



Natural Bamboo Tua #C4A35A



Navy Tenang #0D2B45



Amber Hangat #E07020



Krem Kulit Padi #F5E6D3



Hijau Lumut Lembut #7D8C6E

Arah bentuk: Silinder pendek dan stabil sebagai bentuk awal—mudah diproduksi, mudah dipakai ulang, dan tidak mudah terguling. Setelah menguasai ini, eksplorasi bentuk tapered yang lebih organik.

Arah material: Bambu petung tua kering sebagai wadah utama, soy wax murni sebagai isi, finishing minyak biji rami atau lilin lebah matte—tidak ada cat, tidak ada pernis, tidak ada plastik.

Sudut cerita: Setiap wadah dibuat oleh tangan pengrajin bernama di Bandung. Lilinnya akan habis, tapi wadahnya akan terus hidup di rumah pembeli—mungkin sebagai tempat pensil, pot kecil, atau wadah rempah. Ini bukan lilin. Ini adalah benda yang menemani.

PAPAN ARAH — REFERENSI VISUAL DARI RISET



ACUAN — ECLAT CANDLES



ACUAN — M. RIZSHOP



ACUAN — TU.KEY AROMATIC

NATURAL BAMBOO AESTHETIC

ARTISAN HANDMADE LOOK

SOKASI (WADAH ANYAMAN BUNДАР BALI)

WABI-SABI CYLINDER

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 teramati; klaim tanpa [n] = arah / rekomendasi.

[1] Tokopedia — Eclat Candles: Eclat Candles Fresh Floral Woody Lilin Kedelai Aromaterapi Cup Kaca dengan Tutup Kayu Gabu · Rp83.655 · rating 4.7 (195 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/eclat-candles/eclat-lilin-aromaterapi-soy-wax-62g-cup-kaca-tutup-kayu-estetik-aesthetic-rustic-candle-es019-1731415991508305524>

[2] Tokopedia — HomeDecor222: Organic candle 300ml aroma candle lilin wangi soy candle scented - greentea · Rp88.900 · rating 5 (4 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/homedecor222/organic-candle-300ml-aroma-candle-lilin-wangi-soy-candle-scented-greentea-57845>

[3] Tokopedia — Purescentid: Bundle 2 Candles - 100gram - Scented Soy Wax Candle - Lilin Aromaterapi · Rp180.000 · rating 5 (7 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/purescentidofficial/bundle-2-candles-100gram-scented-soy-wax-candle-lilin-aromaterapi>

[4] Tokopedia — M.RIZSHOP: Tempat tatakan lilin aromaterapi/Tempat tatakan bakar dupa aromaterapi asap atas,model bun · Rp5.450 · rating 4.8 (230 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/tokoruanganminiatur/tempat-tatakan-lilin-aromaterapi-tempat-tatakan-bakar-dupa-aromaterapi-asap-atas-model-bunga-teratai-putih-1731044369101587711>

[5] Tokopedia — Tu.Key Aromatic: Tu.Key Aromatic Lilin Aromaterapi 60gr - BEST BUNDLING Lilin CALMING & RELAXING - Soy Wax · Rp280.000 · rating 4.9 (55 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/tukeyaromatic/tu-key-aromatic-lilin-aromaterapi-60gr-best-bundling-lilin-calmng-relaxing-soy-wax-handmade-wangian-terlaris-1729669442384399090>

[6] Tokopedia — dzworld: Breathe Scented Tealight Candle 100pcs Lilin Aromaterapi Untuk Membakar Minyak Kuning Art · Rp198.800 · rating 4.7 (20 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/dzworld/breathe-scented-tealight-candle-100pcs-lilin-aromaterapi-untuk-membakar-minyak-kuning-art-home-tealight-candles-unscented-art-home-1729447092553681165>

[7] Tokopedia — schatzi scent: Paket 100 pcs Lilin Aromaterapi Scented Candle 30 gr Bahan Aman Coconut Wax & Fine Fragran · Rp870.000 · rating 5 (5 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/schatzistorejakarta/paket-100-pcs-lilin-aromaterapi-scented-candle-30-gr-bahan-aman-coconut-wax-fine-fragrance-oil-candle-safe-gratis-stiker-custom-1731084402293835619>

[8] Tokopedia — AiCAREtheLABEL: Lilin Soy Essential Oil Pure Natural | Back to Nature Soy Wax Candle · Rp92.500 · rating 5 (3 ulasan)

<https://www.tokopedia.com/aicareidn/lilin-soy-essential-oil-pure-natural-back-to-nature-soy-wax-candle>

[9] Etsy: Wedding Favors for Guests, Personalized Bulk Scented Soy Candle, Simple Modern Wedding Can · rating 4.5

[10] Etsy: Silent Confidence™ | Luxury Soy Candle in Black Tin with Wooden Lid

[11] Etsy: Handmade Soy Wax Pillar Candle: Decorative Candle · rating 5

[12] Etsy: Hand-Poured Soy Candle | Clean-Burning Scented Candle | White Tea Scented Soy Wax Candle | · rating 4.5

[13] Etsy: 7 Oz Clear Candle Jars with Bamboo Lids - 15 Pack · rating 4.5

[14] Etsy: Jasmine Bamboo Scented Soy Candle in Handmade Ceramic Jar : Minimalist Home Decor Gift · rating 5

[15] Metal & Bamboo Candle Jar Lids – Perfect for Handmade ... - Etsy

<https://www.etsy.com/listing/1860502808/metal-bamboo-candle-jar-lids-perfect-for>

[16] Luxury Handmade Bamboo Soy Wax Candle - Etsy

<https://www.etsy.com/listing/1332495786/luxury-handmade-bamboo-soy-wax-candle>

[17] Handmade Bamboo Candle Holder: Rustic Home Decor - Etsy

<https://www.etsy.com/listing/174992242/handmade-bamboo-candle-holder-rustic>

[18] Jual Lilin Bambu Murah & Terbaik - Harga Terbaru Juni 2026

<https://www.tokopedia.com/find/lilin-bambu>

Catatan keterbatasan bukti: Bukti terbatas pada 18 sumber: 8 listing Tokopedia (1-8), 7 listing Etsy (9-15, 17), 1 halaman kategori Tokopedia (18), dan 1 listing Etsy tambahan (16). Sebagian besar listing Etsy tidak mencantumkan harga dan rating spesifik dalam bukti. Data Inacraft, Craft Dewata, dan Eagle Gemilang disebut dalam analisis gap namun tidak disertakan sebagai bukti bernomor terpisah. Harga global pada pricing_strategy merupakan proyeksi, bukan kutipan langsung dari listing.

Lanjut ke KARSA — Brief Desain & DNA Brand.

RASA sudah memetakan jati diri dan pasar Danrizco. KARSA mengubah temuan ini jadi fondasi desain yang konkret: DNA visual, suara brand, dan arah kreatif yang siap dieksekusi — bukan lagi riset, tapi keputusan desain yang bisa langsung dipakai studio.

YANG ANDA DAPATKAN DI KARSA

- DNA Visual Brand — nama & karakter desain yang membedakan Danrizco dari kompetitor
- Cara Brand Bicara — tone of voice, storytelling hook, dan arah penamaan produk
- Jembatan Tradisi × Modernitas — strategi supaya relevan tanpa kehilangan akar
- Aturan Sensorik Desain — pegangan supaya tiap produk terasa satu keluarga
- Realisme Produksi & Harga — siapa yang membuat, di mana, dengan struktur harga apa
- Palet Warna & Visual — warna, tekstur, dan mood yang konsisten di semua produk
- Decoding Tradisi per Elemen — menerjemahkan warisan budaya jadi bahasa desain
- 3 Arah Naratif untuk Dipilih — opsi konkret arah desain, Anda yang menentukan
- Material & Heritage Indonesia — pilihan material autentik & realistis untuk diproduksi
- Handoff ke CIPTA — fondasi siap pakai untuk fase kreasi produk

kriya.pakpebibikin.id/karsa



Desain produk & strategi UMKM kreatif Indonesia

pakpebibikin · RASA · Kenali Diri, Kenali Pasar · 2026-06-24T13:13:08.169Z

DESIGN BRIEF UNTUK

Danrizco

- Ritual Lambat Nusantara
- lilin aromaterapi & sabun natural

*Danrizco adalah undangan untuk berhenti sejenak —
menyalakan lilin, menghirup aroma hutan Indonesia, dan
merasa pulang.*

“

Danrizco adalah undangan untuk berhenti sejenak – menyalakan lilin, menghirup aroma hutan Indonesia, dan merasa pulang.

Yang Kami Bawa dari RASA

Riset sudah bicara. Halaman ini peta serah-terimanya — temuan RASA, dan di bagian mana laporan ini ia menjelma jadi keputusan desain.

01

Koleksi Single Origin Scent

Seri lilin yang setiap variannya mewakili satu aroma khas dari satu daerah di Indonesia, seperti Cendana...

02

Wadah Keramik Daur Hidup

Mendesain wadah lilin dari keramik lokal yang secara visual menarik untuk digunakan kembali sebagai pot atau...

03

Ritual Set 'Penerangan Nusantara'

Paket hadiah premium yang menggabungkan lilin, snuffer kuning, dan korek api dalam kotak anyaman,...

SINYAL DESAIN TERKUAT



MATERIAL

Lilin kelapa (coconut wax) sebagai basis lilin yang berkelanjutan dan khas...



BENTUK

Siluet wadah yang terinspirasi dari lumpang atau lesung, memberi kesan kokoh...



TEKNIK

Teknik tuang tangan (hand-poured) yang ditampilkan sebagai konten proses yang...

ARAH WARNA DARI RISET



Ambar Tua #C8821E



Zaitun Lumut #6B6B4C



Terakota Matang #B85C3A



Biru Lesung #2C3E50



Krem Kulit Padi #F4EEDD

MATERIAL ANDALAN

Lilin kelapa (coconut wax) + wadah keramik lokal — Lilin kelapa adalah pembeda berkelanjutan yang selaras dengan narasi tropis Indonesia. Keramik lokal memberikan bobot, tekstur, dan cerita pengrajin...

SUDUT CERITA

Merayakan 'Ritual Lambat Nusantara'—setiap lilin adalah undangan untuk berhenti sejenak, menghirup aroma hutan atau kebun Indonesia, dan menghargai tangan yang...

DARI RASA

MENJADI DI LAPORAN INI

Peluang strategis



Tangga Ambisi — tiga arah produk

Sinyal desain terkuat



Jangkar di Strategi TENUK

Rekomendasi material



Material & Heritage + Gerbang Produksi

Arah warna



Palet Warna & Visual

Sudut cerita



Storytelling Hook & Naming

Ritual Lambat Nusantara

Danrizco adalah undangan untuk berhenti sejenak — menyalakan lilin, menghirup aroma hutan Indonesia, dan merasa pulang.

DESIGN DNA — SATU LEMBAR

Ritual Lambat Nusantara



Terobosan

MOOD Tenang seperti sore di beranda

MATERIAL Lilin kelapa (coconut wax) lokal

BENTUK Siluet rendah dan lebar seperti cobek

IKON Kobaran api kecil yang tenang

TEKNIK Hand-poured (tuang tangan langsung, bukan mesin)

KONSEP Single Origin Scent — satu lilin satu daerah satu aroma

<p>MOOD</p> <p>Tenang seperti sore di beranda, Hangat seperti cahaya pelita, Membumi seperti tanah liat basah, Intim seperti dapur nenek</p>	<p>MATERIAL</p> <p>Lilin kelapa (coconut wax) lokal, Wadah keramik buatan tangan pengrajin, Sumbu kayu yang berbunyi gemeretak, Minyak esensial tunggal khas Nusantara, Tutup kayu alami</p>	<p>SHAPE</p> <p>Siluet rendah dan lebar seperti cobek, Bentuk organik membulat seperti lumpang, Permukaan dengan guratan tangan pengrajin, Proporsi kokoh dan berisi, bukan ramping</p>
<p>ICON</p> <p>Kobaran api kecil yang tenang, Tangan yang menuang lilin cair, Siluet lumpang dan cobek, Motif tanaman Nusantara sederhana</p>	<p>TECHNIQUE</p> <p>Hand-poured (tuang tangan langsung, bukan mesin), Keramik putar tangan pengrajin lokal, Blending minyak esensial tunggal satu asal, Finishing natural tanpa coating kimia</p>	<p>CONCEPT</p> <p>Single Origin Scent — satu lilin satu daerah satu aroma, Wadah hidup kedua (reusable sebagai pot atau stoples), Ritual Set paket hadiah premium dengan elemen Nusantara, ASMR api — pengalaman suara gemeretak sumbu kayu</p>

Yang Harus Dilakukan & Dihindari

Turunan langsung dari DNA di halaman sebelumnya — pegangan harian saat membuat produk dan konten.

YANG HARUS DILAKUKAN

- Tampilkan proses tuang tangan Dadan sebagai konten utama IG
- Sebut asal daerah setiap aroma — Melati Jawa, Cendana Flores, dst
- Gunakan palet warna Ambar Tua, Terakota Matang, Krem Kulit Padi
- Foto produk di permukaan kayu atau tanah liat, bukan marmer putih
- Kredit nama pengrajin keramik dan daerahnya di setiap kemasan
- Tonjolkan suara api gemeretak sumbu kayu di Reels dan TikTok
- Kemas cerita 'dari tangan ke tangan' — pengrajin keramik ke tangan Dadan ke tangan pembeli

YANG HARUS DIHINDARI

- Hindari wadah kaca bening polos seperti kompetitor GAIA Home dan Tala House
- Jangan pakai sumbu kapas standar — hilangkan keunggulan suara ASMR
- Jangan foto di latar putih steril seperti lab atau studio minimal cold
- Hindari klaim 'luxury' tanpa bukti — biarkan keramik dan prosesnya yang bicara
- Jangan campurkan aroma dari banyak daerah dalam satu varian tanpa cerita
- Hindari font dan desain label yang terlalu modern-korporat atau terlalu vintage Eropa
- Jangan abaikan kredit pengrajin — itu bagian dari nilai produk, bukan formalitas

Cara Brand Bicara

Voice brand bukan tentang pilihan kata acak. Ini panduan agar siapapun yang menulis untuk Danrizco — Anda sendiri, admin medsos, atau copywriter masa depan — bicara dengan tone yang konsisten.

VOICE TRAITS

Hangat seperti ngobrol di beranda sore

Jujur tentang proses — tidak melebih-lebihkan

Bangga tapi rendah hati tentang asal-usul lokal

Mengundang, bukan menjual tekanan

Bercerita, bukan berpromosi

PREFERRED WORDS

tuang tangan, aroma asli, dari bumi Nusantara, pengrajin, ritual, berhenti sejenak, gemeretak, pulang, satu asal, dibuat dengan sadar

AVOID WORDS

luxury, premium kelas dunia, eksklusif, terbaik di Indonesia, formula rahasia

CONTOH PENGGUNAAN DI 3 CHANNEL

CAPTION INSTAGRAM

"Ini bukan sekadar lilin. Ini Melati Jawa dalam wadah keramik Pundong — dituang tangan, dinyalakan pelan, dihirup dalam."

DESKRIPSI MARKETPLACE

"Danrizco Melati Jawa adalah lilin aromaterapi dari lilin kelapa asli, dituang tangan oleh Dadan di Bandung, dalam wadah keramik buatan pengrajin Pundong Bantul. Sumbu kayunya berbunyi gemeretak saat menyala — itu suara ritual yang sesungguhnya. Setelah lilin habis, wadah keramiknya bisa jadi pot tanaman atau stoples kecil di meja kamu."

SAPAAN WHATSAPP KE CUSTOMER

"Halo, terima kasih sudah tertarik dengan Danrizco — boleh tanya mau kirim ke mana dulu biar Dadan bantu cek ongkir-nya?"

Rasa yang Wajib Muncul

Kalau archetype adalah *kepribadian* brand, Target Rasa adalah *tujuannya* — rasa inti yang setiap produk wajib timbulkan. Inilah alat ukur desain: tiap keputusan dinilai dari apakah ia menguatkan rasa ini.

RASA INTI — TARGET SETIAP PRODUK

hangat-jujur

membumi-hidup

Saat pertama dipegang, produk ini wajib terasa seperti sesuatu yang dibuat oleh seseorang yang peduli — bukan diproduksi oleh sesuatu yang efisien.

CARA MENGHADIRKANNYA

RASA	DITERJEMAHKAN JADI
hangat-jujur	Warna soy wax dalam rentang ambar-krem (#C8821E hingga #F4EEDD) yang berpadu dengan warna alami bambu, dipadukan dengan permukaan soy wax bertekstur organik yang menunjukkan proses tuangan tangan — bukan permukaan rata sempurna
membumi-hidup	Ruas bambu yang terlihat dan teraba di permukaan luar wadah, variasi warna alami bambu yang tidak diseragamkan, dan proporsi siluet yang kokoh-membulat sehingga produk terasa 'berpijak' di permukaan meja

Uji tiap keputusan desain: Jika elemen desain ini dihilangkan atau dihaluskan, apakah produk masih terasa seperti dibuat oleh tangan manusia yang spesifik — bukan oleh proses yang anonim?

Emotional Value Proposition: Danrizco memberi pembeli rasa 'pulang ke diri sendiri' — bukan lewat kata-kata, tapi lewat aroma tanah Nusantara dan suara api yang tenang di ruangan mereka sendiri.

KOSAKATA RASA — DETAIL UNTUK TIM DESAIN

EMOTIONAL

pulang tenang hangat intim hadir dirawat

SENSORY

gemeretak wangi tanah basah cahaya keemasan tekstur guratan tangan berat keramik di telapak
 asap tipis yang naik

LIFESTYLE

slow living me-time sore hari hadiah yang bercerita rumah yang hidup

VALUE

dibuat tangan asal usul jelas bisa dipakai ulang mendukung pengrajin

YANG HARUS DIHINDARI

canggih sophisticated high-end eksklusif tren

Aturan Sensorik untuk Desain

Aturan ini langsung dibawa ke fase CIPTA agar produk benar-benar memunculkan rasa yang sudah disepakati.

S1 Sumbu kayu WAJIB dipakai di semua varian — suara gemeretak adalah signature Danrizco, bukan opsional

S2 Wadah keramik HARUS punya tekstur yang terasa di telapak tangan, bukan permukaan halus licin

S3 Foto produk WAJIB ada elemen cahaya hangat keemasan dari api lilin yang menyala

S4 Aroma DILARANG dicampur dari banyak daerah dalam satu SKU — satu varian satu asal satu cerita

S5 Bobot wadah keramik HARUS terasa cukup berat saat dipegang — kesan 'berisi dan berkualitas'

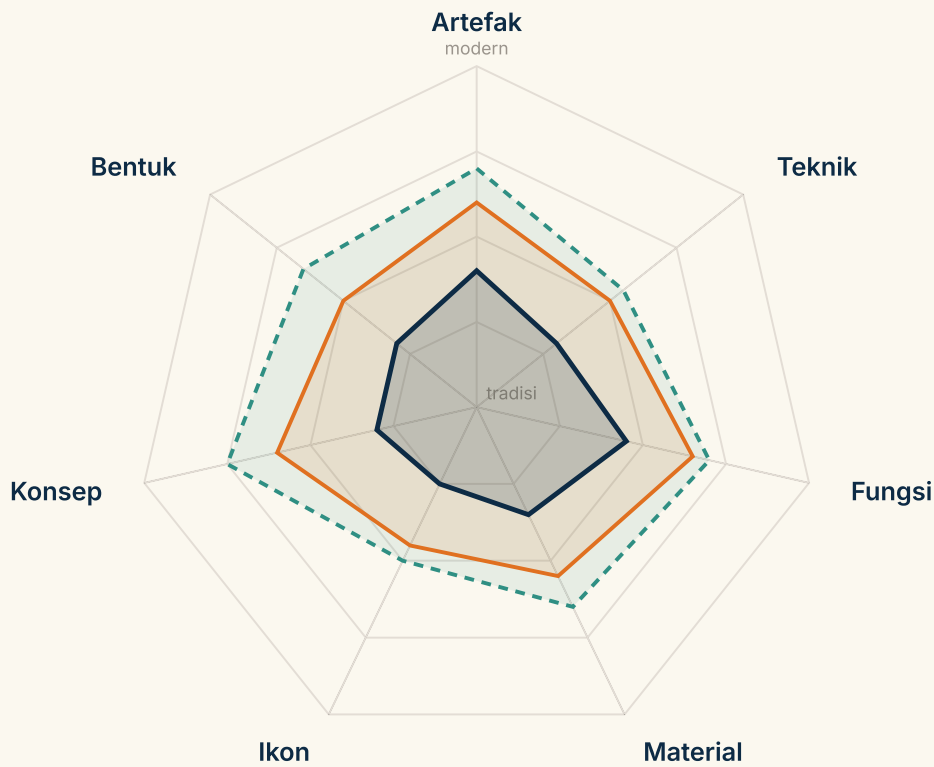
S6 Kemasan luar WAJIB menyebut nama daerah asal aroma dan nama pengrajin keramik

SUCCESS CRITERIA — UNTUK TIM CIPTA

- ✓ Pembeli bisa menyebut nama daerah asal aroma tanpa melihat label saat ditanya
- ✓ Minimal 3 dari 5 orang yang mencium tester bilang kata 'tenang' atau 'seperti di alam' tanpa dipancing
- ✓ Pembeli menyimpan wadah keramik setelah lilin habis, bukan membuangnya
- ✓ Video suara gemeretak sumbu kayu di Reels mendapat minimal 500 views organik dalam 7 hari
- ✓ Produk diterima sebagai pilihan hadiah oleh pembeli — bukan hanya beli untuk diri sendiri
- ✓ Foto flat-lay pembeli di Instagram menampilkan wadah keramik sebagai objek dekorasi aktif

Peta 7 Elemen Desain Kriya

Produk kriya kami baca lewat tujuh elemen desain — Artefak, Teknik, Fungsi, Material, Ikon, Konsep, dan Bentuk. Tiap elemen dipetakan pada spektrum tradisi → modern, lalu kami tumpuk tiga pola supaya bisa dibandingkan langsung: di mana brand Anda **sekarang**, ke mana **pasar** menarik, dan ke mana **tren** bergerak. Selisih ketiga pola itulah peta pengembangan Anda — berbasis data, bukan tebakan.



● Jati Diri (sekarang) ● Arah Pasar ● Prediksi Tren

<p>⚓ PERTAHANKAN — AKAR IDENTITAS</p> <p>Teknik Material Bentuk</p>	<p>* KEMBANGKAN — KE ARAH PASAR</p> <p>Artefak Fungsi Ikon</p>	<p>🚧 EKSPLOK — EKSPERIMEN TREN</p> <p>Konsep</p>
---	--	--

POSISI REKOMENDASI — warna ini dipakai lagi di Strategi per Elemen & Tangga Ambisi: ⚓ dijaga di ketiga arah produk · * / 🚧 didorong makin penuh dari arah Pasar → Premium → Revolusioner.

Strategi per Elemen

Dari peta tadi, tiap elemen mendapat sikap — **pertahankan** (jati diri inti, jangan diubah), **kembangkan** (geser ke arah pasar), atau **eksplor** (peluang tren baru) — lengkap dengan langkah konkretnya.

ELEMEN	SKOR	SIKAP	LANGKAH
 Artefak	50→50 tren 50	kembangkan	Kembangkan artefak dari 'lilin dalam bambu' menjadi 'objek yang layak disimpan setelah lilin habis' — proporsi lumpang yang kokoh membuat wadah bambu tetap bernilai sebagai tempat pensil, wadah kecil, atau dekorasi meja, menasar pasar gifting AS dan Singapura yang menghargai produk dengan fungsi ganda.
 Teknik	50→50 tren 50	pertahankan	Pertahankan teknik potong-amplas-finishing bambu utuh dan tuangan soy wax tangan sebagai jati diri yang tidak bisa ditiru pabrik — variasi alami antarproduk adalah bukti teknik, bukan kelemahan produksi.
 Fungsi	50→50 tren 50	kembangkan	Kembangkan utilitas dari 'lilin penerang' ke 'ritual wellness harian' — komunikasikan produk sebagai penanda momen (awal kerja, akhir hari, waktu untuk diri sendiri), menasar pasar Jepang dan Singapura yang menghargai ritual keseharian yang bermakna.
 Material	50→50 tren 50	pertahankan	Pertahankan bambu utuh dan soy wax sebagai dua material inti yang tidak boleh digantikan — keduanya adalah pernyataan nilai: material yang tumbuh dari bumi Indonesia, dipilih dengan sadar, dan tidak memerlukan tambahan apapun untuk bercerita.
 Ikon	50→50 tren 50	kembangkan	Kembangkan ruas bambu sebagai ikon visual brand — jadikan ruas bambu elemen grafis yang hadir di label, tag, dan identitas visual, sehingga konsumen pasar ekspor (AS, UEA) langsung mengenali asal-usul Nusantara produk ini tanpa perlu teks panjang.
 Konsep	50→50 tren 50	eksplor	Eksplor konsep 'made by name, not by brand' — setiap produk membawa nama pembuat dan asal bambu secara eksplisit, merespons sinyal tren pasar AS dan Jepang yang semakin menghargai transparansi rantai produksi dan koneksi langsung ke tangan pembuat.
 Bentuk	50→50 tren 50	pertahankan	Kembangkan bentuk dari silinder bambu generik ke siluet kokoh-membulat terinspirasi lumpang Nusantara — hadirkan dua proporsi (genggam dan meja) yang memberi pilihan tanpa mengorbankan konsistensi karakter visual, menasar pasar gifting yang membutuhkan variasi ukuran.

Menenun Jati Diri, Pasar, dan Tren

Tujuh elemen tadi tidak boleh bergerak semuanya. Kalau semua dimodernkan, produk kehilangan akar dan jadi barang pasaran. Kalau semua dipertahankan, produk jadi koleksi museum — dihormati tapi tidak dibeli. Maka geraknya kami jatah: minimal dua elemen jadi **jangkar**, paling banyak tiga jadi **kemudi**, dan maksimal satu **layar**.

Jangkar

DIJAGA RADIKAL — AKAR IDENTITAS

Teknik — Pertahankan teknik potong-amplas-finishing bambu utuh dan tuangan soy wax tangan sebagai jati diri yang tidak bisa ditiru pabrik — variasi alami antarproduk adalah bukti teknik, bukan kelemahan produksi.

Material — Pertahankan bambu utuh dan soy wax sebagai dua material inti yang tidak boleh digantikan — keduanya adalah pernyataan nilai: material yang tumbuh dari bumi Indonesia, dipilih dengan sadar, dan tidak memerlukan tambahan apapun untuk bercerita.

Bentuk — Kembangkan bentuk dari silinder bambu generik ke siluet kokoh-membulat terinspirasi lumpang Nusantara — hadirkan dua proporsi (genggam dan meja) yang memberi pilihan tanpa mengorbankan konsistensi karakter visual, menasar pasar gifting yang membutuhkan variasi ukuran.

Kemudi

DIGESER TEGAS KE ARAH PASAR

Artefak — Kembangkan artefak dari 'lilin dalam bambu' menjadi 'objek yang layak disimpan setelah lilin habis' — proporsi lumpang yang kokoh membuat wadah bambu tetap bernilai sebagai tempat pensil, wadah kecil, atau dekorasi meja, menasar pasar gifting AS dan Singapura yang menghargai produk dengan fungsi ganda.

Fungsi — Kembangkan utilitas dari 'lilin penerang' ke 'ritual wellness harian' — komunikasikan produk sebagai penanda momen (awal kerja, akhir hari, waktu untuk diri sendiri), menasar pasar Jepang dan Singapura yang menghargai ritual keseharian yang bermakna.

Ikon — Kembangkan ruas bambu sebagai ikon visual brand — jadikan ruas bambu elemen grafis yang hadir di label, tag, dan identitas visual, sehingga konsumen pasar ekspor (AS, UEA) langsung mengenali asal-usul Nusantara produk ini tanpa perlu teks panjang.

Layar

EKSPERIMEN TREN — MAKSIMAL SATU

Konsep — Eksplor konsep 'made by name, not by brand' — setiap produk membawa nama pembuat dan asal bambu secara eksplisit, merespons sinyal tren pasar AS dan Jepang yang semakin menghargai transparansi rantai produksi dan koneksi langsung ke tangan pembuat.

Strategi tenun Danrizco: JANGKAR Danrizco yang harus Dadan jaga mati-matian adalah dua hal: proses tuang tangan dan aroma single origin Nusantara — itu jiwa brand yang tidak boleh dinegosiasi meski ada tekanan untuk mempercepat produksi. KEMUDI yang perlu digeser tegas adalah wadah — dari kaca standar ke keramik pengrajin Bantul, itu keputusan yang mengubah posisi Danrizco dari pemain biasa ke brand yang punya muka sendiri. LAYAR yang boleh dicoba satu eksperimen adalah Ritual Set paket hadiah premium — kalau responsnya bagus di musim hadiah berikutnya, itu bisa jadi andalan, tapi jangan taruh semua energi ke sana dulu sebelum tier Main stabil.

Lima Gerbang Kelayakan

Sebelum arah desain ini kami rekomendasikan, ia harus lolos lima gerbang — saringan yang menggugurkan desain bagus di atas kertas tapi gagal di dunia nyata: tak bisa diproduksi, pasarnya mati, marginnya tipis, atau menabrak adat.

GERBANG	STATUS	CATATAN
Bisa Diproduksi Maker	WASPADA	Teknik tuang tangan Dadan sudah terbukti tapi ground truth menyebut eksplisit bahwa 'produksi keramik handmade membutuhkan waktu dan tingkat cacat yang lebih tinggi' — stok pengrajin belum terkonfirmasi aman untuk kampanye hadiah skala penuh.
Pasar Hidup	LOLOS	Ground truth menyebut kompetitor konkret GAIA Home dan Tala House di segmen Rp 150k-250k masih dominan kaca — artinya kategori sudah punya traksi nyata dan Danrizco masuk ke pasar yang sudah bergerak, bukan menciptakan dari nol.
Koheren Jati Diri	LOLOS	Archetype Lover (0.7) selaras penuh dengan arah 'Ritual Lambat Nusantara' dan narasi aroma intim — Caregiver sebagai sekunder mendukung angle tangan pengrajin dan produk reusable yang merawat lingkungan.
Aman Budaya & IP	LOLOS	Referensi lumpang dan cobek dalam desain wadah adalah memori kolektif non-sakral dan non-komunal — tidak ada motif adat atau ritual keagamaan yang dikomersialisasi, sehingga risiko appropriasi budaya rendah.
Margin Masuk Akal	LOLOS	Estimasi biaya material tier Main Rp 55.000-75.000 per unit versus harga jual Rp 150.000-200.000 memberikan gross margin 2-3x yang cukup untuk menutup waktu Dadan dan ongkir — selaras dengan rekomendasi harga Rp 150.000-250.000 dari ground truth Rasa.

Tiga Arah Produk Anda

Dari DNA dan peta tujuh elemen tadi, kami bayangkan tiga arah konkret untuk produk Anda — sebuah **tangga ambisi**. Dari yang paling bumi dan laku tiap hari, sampai yang paling berani dan baru. Ketiganya **ide arah, bukan desain final** — moodboard pengembangannya digarap di fase CIPTA.

<p>★★★★★</p> <p>Premium • Mahakarya</p> <p>LIMITED EDITION</p> <p>DORONGAN GERAK </p> <p>halo (langit-langit brand, jangkar harga)</p> <p>Produk pertama: Ritual Set Penerangan Nusantara — tier Main keramik + snuffer kuningan + korek kayu dalam kotak anyaman bambu</p> <p>Kanal: Instagram organik + WhatsApp broadcast ke jaringan pribadi Dadan untuk corporate gift B2B</p> <hr/> <p>CEKLIS 90 HARI — BUKTI ARAH INI BENAR</p> <p>Minimal 5 Ritual Set terjual sebagai corporate gift atau hadiah anniversary dalam 90 hari • Minimal 3 foto unboxing dari pembeli yang di-repost oleh Danrizco dalam 90 hari • Minimal 2 pertanyaan harga bulk order (minimal 10 unit) dari perusahaan atau event organizer dalam 90 hari</p> <hr/> <p>Jangkar harga tertinggi — edisi terbatas / koleksi</p>	<p>★★★★☆</p> <p>Pasar • Andalan</p> <p>PREMIUM / STANDARD (VOLUME)</p> <p>DORONGAN GERAK </p> <p>volume (yg benar-benar laku, mendanai mimpi)</p> <p>Produk pertama: Danrizco Melati Jawa — lilin kelapa 200ml dalam wadah keramik Bantul dengan sumbu kayu gemeretak</p> <p>Kanal: Tokopedia + Instagram organik dengan konten proses 3x seminggu</p> <hr/> <p>CEKLIS 90 HARI — BUKTI ARAH INI BENAR</p> <p>Minimal 20 pesanan tier Main dalam 60 hari pertama tanpa iklan berbayar • Minimal 5 review bintang 5 di Tokopedia yang menyebut kata 'keramik', 'aroma', atau 'hadiah' dalam 90 hari • Minimal 10 DM Instagram dari calon pembeli yang menanyakan varian atau harga dalam 45 hari pertama</p> <hr/> <p>Harga terjangkau — produksi rutin (penyokong omzet)</p>	<p>★★★★★</p> <p>Revolusioner • Terobosan</p> <p>EXPERIMENTAL / EXHIBITION</p> <p>DORONGAN GERAK </p> <p>frontier (new-to-world, benih R&D)</p> <p>Produk pertama: Seri Peta Aroma Indonesia — 5 varian single origin dalam kemasan koleksi dengan peta Indonesia sebagai visual utama</p> <p>Kanal: Etsy untuk diaspora Indonesia + Instagram dengan hashtag komunitas kopi spesialti dan slow living Indonesia</p> <hr/> <p>CEKLIS 90 HARI — BUKTI ARAH INI BENAR</p> <p>Minimal 1 listing Etsy aktif dengan 5 klik organik dalam 30 hari pertama tanpa iklan • Minimal 1 kolaborasi konten dengan akun kopi spesialti atau slow living Indonesia di atas 5.000 followers dalam 90 hari • Minimal 3 preorder untuk seri koleksi lengkap 5 varian sebelum semua varian siap produksi</p> <hr/> <p>Eksperimental — belum dijual umum (benih R&D)</p>
---	--	--

DORONGAN GERAK memakai komposisi TENUN yang sama (📌 jangkar dijaga • 🌀 kemudi digeser • 🚢 layar dicoba) — makin tinggi arah, makin penuh dorongannya.

Apa yang Akan Dikerjakan di CIPTA

Instruksi konkret untuk tim desain dan artisan di fase CIPTA. Setiap instruksi punya prioritas dan referensi ke decoding micro.

ELEMEN: MATERIAL

MUST

Verifikasi supplier coconut wax lokal Dadan dan minta sertifikat atau minimal surat keterangan asal bahan. Gunakan klaim ini di label dengan teks 'Lilin Kelapa Indonesia — terbakar bersih, aroma pekat, dari kebun lokal'. Tanpa klaim ini, Danrizco tidak punya pembeda material dari kompetitor.

Source: concrete_value

ELEMEN: ARTIFACT

MUST

Hubungi minimal 2 pengrajin keramik di Pundong Bantul atau Kasongan Yogyakarta untuk diskusi desain wadah dengan siluet rendah-lebar. Minta sample 3-5 unit dengan tinggi 6-8cm dan diameter 10-12cm sebelum komit produksi massal. Catat nama pengrajin untuk dicantumkan di kemasan.

Source: actors

ELEMEN: TECHNIQUE

MUST

Rekam satu sesi tuang tangan penuh dari awal persiapan sampai lilin set dalam wadah. Potong jadi 3 versi: 15 detik untuk Stories, 30 detik untuk Reels, 60 detik untuk highlight. Suara asli proses menuang WAJIB terdengar — jangan tambahkan musik yang menutup suara proses.

Source: hidden_value

ELEMEN: CONCEPT

MUST

Pilih 3 varian aroma pertama dengan format penamaan 'Nama Aroma — Nama Daerah'. Contoh: 'Melati — Jawa Tengah', 'Cendana — Flores', 'Nilam — Aceh'. Verifikasi bahwa Dadan bisa memastikan asal minyak esensial dari daerah yang diklaim sebelum produksi.

Source: concrete_value

ELEMEN: UTILITY

SHOULD

Buat kartu kecil yang diletakkan di dalam kemasan dengan 3 saran kreatif cara pakai ulang wadah keramik setelah lilin habis — pot sukulen, wadah garam kasar di dapur, tempat cincin di meja rias. Desain kartu dengan ilustrasi sederhana, bukan teks padat.

Source: concrete_value

ELEMEN: ICON

SHOULD

Kembangkan satu ilustrasi garis sederhana yang menggabungkan siluet lumpang dengan kobaran api kecil sebagai logo sekunder Danrizco. Gunakan di label, packaging tape, dan kartu terima kasih. Ilustrasi ini harus bisa dibaca di ukuran 2cm tanpa kehilangan karakter.

Source: hidden_value

ELEMEN: SHAPE

NICE_TO_HAVE

Dokumentasikan variasi natural antar wadah keramik buatan tangan dengan foto close-up tekstur masing-masing unit. Gunakan foto ini sebagai konten 'setiap lilin Danrizco unik' untuk membalik narasi ketidaksempurnaan menjadi nilai tambah di caption IG.

Source: belief

3 Arah Naratif untuk Anda Pilih

Sebelum kami eksekusi visual final di CIPTA, Anda bisa memilih dari 3 arah naratif berikut.

LENS 01 · PRIMARY
Lens 01

Ritual Lambat Nusantara

Danrizco bukan soal lilin — ini soal memberi izin pada diri sendiri untuk berhenti sejenak. Saat seseorang menyalakan lilin Danrizco, itu adalah tindakan sadar untuk hadir di momen itu. Aroma dari tanah Nusantara dan suara api gemeretak adalah sinyal bahwa momen itu nyata dan berharga.

EMOTIONAL TARGET	BEST FOR	RISK LEVEL
Pembeli yang sibuk dan butuh ritual kecil yang menenangkan di tengah hari yang padat	Konten IG, caption produk, cerita brand di bio, packaging copy	low

Pembeli yang sibuk dan butuh ritual kecil yang menenangkan di tengah hari yang padat
Risk: low

LENS 02 · SECONDARY
Lens 02

Tangan ke Tangan

Setiap lilin Danrizco melewati minimal dua pasang tangan sebelum sampai ke pembeli — tangan pengrajin keramik yang membentuk wadahnya, dan tangan Dadan yang menuangkan lilin ke dalamnya. Ini bukan rantai produksi, ini rantai kepedulian. Membeli Danrizco berarti ikut merawat ekosistem pengrajin lokal.

EMOTIONAL TARGET	BEST FOR	RISK LEVEL
Pembeli yang ingin pembeliannya berdampak dan pemberi hadiah yang ingin hadiah mereka punya cerita	Konten kolaborasi dengan pengrajin, packaging belakang, kampanye hari jadi brand	low

Pembeli yang ingin pembeliannya berdampak dan pemberi hadiah yang ingin hadiah mereka punya cerita
Risk: low

LENS 03 · MARKET_EXPANSION
Lens 03

Peta Aroma Indonesia

Setiap varian Danrizco adalah pin di peta Indonesia — Melati di Jawa, Cendana di Flores, Nilam di Aceh. Kumpulkan semua seri, dan kamu punya perjalanan keliling Nusantara dalam satu rak. Ini adalah konsep kolektor yang bisa mendorong repeat purchase dan komunitas brand.

EMOTIONAL TARGET	BEST FOR	RISK LEVEL
Kolektor produk lokal, wisatawan domestik yang nostalgik, diaspora Indonesia di luar negeri	Ekspansi produk jangka menengah, packaging seri koleksi, potensi gift box wisata	medium

Kolektor produk lokal
wisatawan domestik yang nostalgik
diaspora Indonesia di luar negeri

Risk: medium

Storytelling Hook & Naming

ANGLE CERITA BRAND — SIAP PAKAI

Ready-to-use untuk caption Instagram, press release, exhibition pitch.

“

Ini bukan lilin vanili dari supermarket. Ini Melati Jawa — dipetik, disuling, dituang tangan Dadan di Bandung, dalam wadah dari tangan pengrajin Bantul. Coba ceritakan itu tentang lilin lain.

“

Dadan menuang setiap lilin sendiri. Artinya ada sekitar 100 keputusan kecil per batch — suhu lilin, posisi sumbu, seberapa penuh wadahnya. Itu bukan produksi, itu meditasi.

“

Wadah keramik Danrizco tidak mati setelah lilinnya habis. Di rumah kami, itu jadi pot sukulen di jendela. Di rumah orang lain, itu jadi stoples garam di dapur. Satu produk, banyak kehidupan.

“

Kenapa sumbu kayu? Karena api yang tenang butuh suara yang tepat. Kayu gemeretak pelan saat menyala — itu suara yang otak kita kenali sebagai aman, hangat, dan hadir. Bukan gimmick. Itu desain pengalaman.

“

Ada filosofi kopi spesialti yang bilang: kalau kamu tidak tahu kopimu dari kebun mana, kamu tidak benar-benar minum kopi. Kami percaya hal yang sama untuk aroma. Setiap lilin Danrizco punya alamat.

NAMING SUGGESTION

Padmi

Dari kata Sansekerta 'padma' (teratai) yang dalam budaya Jawa melambangkan ketenangan dan kehadiran. Terdengar feminin tapi tidak lemah, lokal tapi tidak kuno. Cocok untuk varian bunga-bunga Nusantara.

Sunu

Bahasa Jawa Kuna untuk 'api' atau 'cahaya'. Pendek, kuat, mudah diingat. Membawa makna cahaya yang mengundang tanpa harus dijelaskan panjang. Cocok sebagai nama seri produk atau sub-brand Ritual Set.

Wangi Nusantara

Langsung deskriptif dan SEO-friendly untuk marketplace. Pembeli yang search 'lilin aromaterapi Indonesia' akan mudah menemukan. Jelas tentang proposisi nilai dan asal-usul tanpa butuh penjelasan tambahan.

Yang Harus Dihindari

⚠ 5 hal untuk diwaspadai — tiap poin ada mitigasinya

Bukan menakut-nakuti — early-warning supaya brand tidak salah jalan di awal.



Kapasitas pengrajin keramik tidak cukup saat pesanan melonjak saat musim hadiah (Lebaran, Natal, Valentine)

Dadan harus menjalin hubungan dengan minimal 2 pengrajin berbeda sekarang, bukan saat krisis. Pesan buffer stock wadah kosong 30-40 unit sebelum musim hadiah.



Tingkat cacat keramik buatan tangan lebih tinggi dari kaca — bisa mencapai 15-20% per batch

Masukkan biaya cacat dalam harga jual dari awal. Dokumentasikan standar minimum yang bisa diterima dan yang tidak dengan foto panduan untuk pengrajin.



Klaim Single Origin aroma tidak bisa diverifikasi jika supplier minyak esensial tidak bisa memberikan bukti asal

Dadan harus meminta invoice atau surat keterangan asal dari supplier minyak esensial sekarang. Jangan klaim daerah yang tidak bisa dibuktikan — reputasi brand bertaruh di situ.



Budget Mayar nol berarti tidak ada iklan berbayar — pertumbuhan awal akan lambat jika tidak ada strategi organik yang konsisten

Fokus pada 3 konten per minggu yang konsisten: satu proses tuang tangan, satu lifestyle foto produk, satu cerita bahan atau pengrajin. Kualitas konsisten lebih kuat dari posting sporadis yang viral sekali.



Harga tier Main Rp 150.000-200.000 mungkin terasa berat untuk pembeli pertama yang belum kenal brand

Gunakan tier Entry sebagai percobaan — arahkan pembeli baru ke Rp 95.000 dulu. Setelah mereka merasakan kualitas, upsell ke tier Main jauh lebih mudah dari pada langsung meyakinkan di harga tinggi.

Apa yang Akan Terjadi di Fase CIPTA

Fase CIPTA Danrizco akan fokus pada tiga liverable: desain label tier Main dengan sistem penamaan Single Origin, brief desain wadah keramik untuk pengrajin Bantul, dan template konten 4 minggu pertama yang menonjolkan proses tuang tangan dan cerita aroma.

FASE BERIKUT – CIPTA · VISUAL & MOCKUP

01 3D mockup variasi (3–6 opsi)

02 Refinement berdasarkan narrative lens yang Anda pilih

03 Spec sheet teknis untuk produksi

04 Lighting tests + styling reference

ESTIMASI WAKTU

7-10 hari kerja

QUICK WIN – YANG BISA ANDA KERJAKAN SEKARANG

- 1 Minggu ini: Hubungi 2 pengrajin keramik di Pundong atau Kasongan Bantul via WhatsApp atau datang langsung — tanya kapasitas dan minta diskusi sample. Ini langkah paling kritis.
- 2 Minggu ini: Rekam satu video proses tuang tangan 15-60 detik dengan cahaya natural dan suara asli. Upload sebagai Reels IG tanpa edit berlebihan — kejujuran proses itu yang menjual.
- 3 Minggu depan: Tentukan 3 varian aroma pertama dengan nama daerah asal yang bisa Dadan verifikasi dari supplier. Tulis teks label draft untuk ketiganya.
- 4 Minggu depan: Foto semua stok produk yang ada sekarang di permukaan kayu atau tanah, dengan cahaya natural siang hari. Gunakan foto ini untuk update listing marketplace dan bio IG.
- 5 Bulan pertama: Buat kartu kecil 'kehidupan kedua wadah' dengan 3 ilustrasi penggunaan ulang keramik — cetak 100 lembar dulu dan masukkan ke setiap pesanan sebagai sentuhan personal.

Kamus Istilah

Beberapa istilah di brief ini dipakai biar konsisten antara kita dan tim. Kalau ada yang asing, lihat sini.

ARCHETYPE

Karakter brand Anda. Anggap seperti kepribadian seseorang — ada yang hangat, ada yang energik, ada yang serius. Kami pakai 12 karakter (Innocent, Everyman, Hero, Outlaw, Explorer, Creator, Ruler, Magician, Lover, Caregiver, Jester, Sage) buat petakan brand Anda.

DESIGN DNA

Resep desain brand Anda. Sama seperti resep masakan — ada bumbu wajib (material, bentuk, warna) yang kalau diganti, rasanya beda. DNA ini jadi pegangan tim CIPTA.

KANSEI

Ilmu Jepang tentang "rasa". Kami pakai buat mastiin produk Anda bikin orang merasakan hal yang tepat (hangat, tenang, premium) — bukan cuma terlihat bagus.

TONE OF VOICE

Cara brand Anda "ngomong" ke customer. Sama seperti gaya bicara orang — ada yang formal, ada yang akrab. Brief ini bantu konsistensi tim Anda.

7 ELEMEN DESAIN KRIYA

Tujuh unsur produk kriya: Artefak (produknya apa), Teknik (cara buat), Fungsi (kegunaan), Material (bahan), Ikon (motif), Konsep (makna), Bentuk. Kami petakan satu per satu pada spektrum tradisi → modern.

TIGA POLA

Tiga garis di peta: Jati Diri (posisi brand sekarang), Arah Pasar (yang diminta pasar), dan Prediksi Tren (arah masa depan). Selisihnya menunjukkan ruang pengembangan.

SIKAP PER ELEMEN

Keputusan tiap unsur: pertahankan (jati diri inti), kembangkan (geser ke arah pasar), atau eksplor (peluang tren baru). Produk tetap berakar tapi relevan.

CIPTA

Fase berikutnya setelah KARSA. Di sini kami bikin 3D mockup + spec sheet untuk dieksekusi tim produksi. Estimasi 5-7 hari kerja.

KARYA

Fase terakhir RKCK. Produksi nyata + tracking pengiriman + after-sales. Setelah CIPTA approved, kita masuk fase ini.

PYRAMID CRAFTS

Posisi produk Anda di antara "art" (1 piece mahal) dan "design" (massal pabrik). Crafts = batch kecil, handmade, ada cerita di balik tiap unit. Ini posisi UMKM kriya Indonesia.

Kalau ada istilah lain yang masih bingung, balas WhatsApp ini — kami jelasin pelan-pelan.



Studio Desain Produk & Strategi UMKM Kreatif Indonesia

11 Juni 2026 · grades-1781204236187-vq8g1wsf

LEMBAR KREASI UNTUK

Danrizco

Toples lilin bambu dengan grafir Mega Mendung ini membawa warisan budaya Cirebon ke dalam rumah modern sebagai elemen ambience yang hangat dan penuh cerita, bukan sekadar alat fungsional. Material asli bambu dan soy wax memberikan tekstur alami yang hidup, sementara motif Mega Mendung mengingatkan pada ketenangan dan keseimbangan.

lilin aromaterapi & sabun natural

5 Produk Etsy – productization grounding

Bukan tebakan AI. *Setiap piksel punya sumber.*

Diturunkan dari riset RASA + productization grounding (pola Etsy): tiap arah = SKU untuk ruang/fungsi/momen-hadiah/personalisasi tertentu, bukan kategori craft generik.

01 — DNA (KARSA)

Identitas Desain

Lewat pertemuan bambu utuh dan soy wax, brand ini membangun identitas sebagai tangan yang menciptakan — bukan sekadar memproduksi. Setiap potongan bambu membawa jejak tangan, setiap tuangan soy wax menyimpan keputusan sadar sang pembuat. Inilah kriya yang merayakan proses sebagai karya itu sendiri.

02 — Pasar (RASA)

Di Mana Bermain

Di tier premium lokal yang mengedepankan narasi bahan alami Nusantara dan kualitas ekspor, serta di pasar global sebagai lilin artisan Indonesia dengan cerita kuat.

03 — Bibit

Lensa & Champion

6 lensa naratif KARSA + 1 champion-lock; dikurasi jadi 5 arah lintas 1 keluarga material (kayu).

Anti-halusinasi & anti-monokultur: tiap alternatif ber-grounding ke tabel sumber (lihat T5); gerbang diversity menjaga 1 keluarga material (≤ 3 /keluarga). karsa_dna.variant_direction (3) = tiering 1-material → KARYA, BUKAN alternatif CIPTA.

Arahan desain, dalam empat kalimat.

Tenang dan membumi, seperti galeri seni kecil yang menampilkan kekayaan alam Indonesia, bukan toko suvenir atau laboratorium klinis.

BENTUK

Siluet wadah yang kokoh dan membulat, terinspirasi dari alat-alat dapur tradisional seperti lumpang atau cobek, memberi kesan berat dan berisi.

MATERIAL

Wadah keramik buatan tangan dengan tekstur alami, dipadukan dengan tutup kayu atau sumbu kayu yang berbunyi gemeretak saat menyala.

CERITA

Merayakan 'Ritual Lambat Nusantara'—setiap lilin adalah undangan untuk berhenti sejenak, menghirup aroma hutan atau kebun Indonesia, dan menghargai tangan yang meraciknya.

NADA

Tenang dan membumi, seperti galeri seni kecil yang menampilkan kekayaan alam Indonesia, bukan toko suvenir atau laboratorium klinis.

Palet terkalibrasi



Ambar Tua
#C8821E



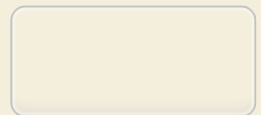
Zaitun Lumut
#6B6B4C



Terakota Matang
#B85C3A



Biru Lesung
#2C3E50



Krem Kulit Padi
#F4EEDD

HINDARI

memoles atau melapisi permukaan bambu hingga mengkilap sempurna — finishing glossy menghapus jejak tangan dan mengubah produk menjadi terasa pabrik · menggunakan wadah berbentuk silinder seragam tanpa variasi proporsi — keseragaman mekanis bertentangan langsung dengan jiwa Creator yang merayakan orisinalitas · menambahkan elemen dekoratif dari material lain...

Kompetitor mengisi tier murah & medium. Ruang *premium-bercerita* masih lapang – di situ Danrizco bermain.

Di tier premium lokal yang mengedepankan narasi bahan alami Nusantara dan kualitas ekspor, serta di pasar global sebagai lilin artisan Indonesia dengan cerita kuat.


Tala House · Entry	Rp 24.999
GAIA Home · Core	Rp 109.000
BOSCA LIVING · Signature	Rp 150.000
Danrizco · rekomendasi	Rp 150.000 - Rp 250.000



TALA HOUSE · KELAS BAWAH · TOKOPEDIA

Unggul: Harga sangat terjangkau, Judul produk padat kata kunci

Celah: Kesan visual kurang premium, Narasi brand belum terbaca



GAIA HOME · KELAS MEDIUM · TOKOPEDIA

Unggul: Nama aroma bercerita, Posisi sebagai hadiah jelas **Celah:** Desain label masih generik, Belum ada diferensiasi material



ANGELIKAFREJHANDMADE · KELAS BAWAH · ETSY

Pelajaran: Kesederhanaan yang rapi bisa menang di entry global, tapi rentan tenggelam tanpa cerita.



VALIANTCANDLE · KELAS MEDIUM · ETSY

Pelajaran: Klaim 'therapeutic-grade' dan aroma tunggal membangun otoritas, ini bisa diadaptasi dengan minyak esensial lokal.

Yang dihindari: Di tier entry bawah yang murni bersaing harga dan volume, atau di segmen global yang generik tanpa diferensiasi naratif.

DESAIN ALT. 01

JUARA · PILIHAN KURATOR

USULAN NAMA *Mega Mendung Meditation Candle â€“ Bamboo & Soy Wax Aromatherapy Jar (varian: Serenity Blend)*

T1	SINYAL PASAR	Ruang: Sudut lantai dengan meja kayu rendah, matras yoga dari serat jute yang tergulung, tanaman ular dalam pot terakota kecil, cahaya lilin yang berkelap-kelip hangat menciptakan ketenangan seperti dupa, suasana meditatif yang sunyi. / Fungsi: Lilin aromaterapi untuk mendukung sesi meditasi atau...
T2	DNA KLIEN	Transform your meditation corner with the warm glow and earthy aroma of this handcrafted bamboo candle, engraved with the flowing Mega Mendung motif.
T3	ATOMIC ROOT	Momen hadiah: Hadiah untuk praktisi yoga atau teman yang sedang memulai perjalanan mindfulness.
T4	MATERIAL	Personalisasi: Grafir laser custom dengan mantra pribadi atau nama di badan bambu; pilihan aroma essential oil blend (misal: cedarwood & frankincense).
T5	CELAH PASAR	Tekstur & finishing: Bambu alami dengan serat dan buku ruas yang teraba, lilin soy wax halus, tutup kayu dengan grain alami, motif Mega Mendung tergrafir presisi dengan efek hangus gelap yang kontras.
T6	JURI NOVELTY	Etsy lane room-yoga-meditation · JUARA

DESAIN ALT. 02

USULAN NAMA *Mega Mendung Focus Candle* â€œ *Bamboo Desk Aromatherapy (varian: Clarity Blend)*

T1	SINYAL PASAR	Ruang: Meja kerja minimalis dengan laptop terbuka, cangkir keramik buatan tangan, notebook linen, lilin menyala kecil di samping monitor memberikan cahaya fokus tanpa distraksi, sinar matahari lembut dari jendela, sekitar 40% permukaan meja bersih. / Fungsi: Lilin aromaterapi penunjang fokus dan k...
T2	DNA KLIEN	Elevate your workspace with the gentle flicker of this bamboo candle, its Mega Mendung engraving a reminder of flow and focus.
T3	ATOMIC ROOT	Momen hadiah: Hadiah untuk pekerja remote, freelancer, atau mahasiswa yang menghargai ruang kerja yang tenang dan estetik.
T4	MATERIAL	Personalisasi: Pilihan aroma fokus (rosemary, peppermint, lemon) dan kemungkinan inisial di tutup kayu.
T5	CELAH PASAR	Tekstur & finishing: Bambu natural finish dengan tekstur hangat, soy wax beraroma, tutup kayu solid, grafir Mega Mendung yang memberikan karakter artisanal pada meja modern.
T6	JURI NOVELTY	Etsy lane room-work-desk

DESAIN ALT. 03

USULAN NAMA *Mega Mendung Nightfall Candle* “*Bamboo Bedside Soy Wax Jar (varian: Dream Blend)*”

T1	SINYAL PASAR	Ruang: Nakas kayu di samping tempat tidur dengan tumpukan buku bersampul linen, seprai katun alami, lilin memancarkan cahaya rendah yang intim, bayangan lembut di dinding, suasana malam yang tenang dan restful. / Fungsi: Lilin aromaterapi untuk ritual sebelum tidur, membantu relaksasi dan mencipta...
T2	DNA KLIEN	Drift into restful sleep with the soothing scent and warm bamboo glow of this bedside candle, adorned with the timeless Mega Mendung pattern.
T3	ATOMIC ROOT	Momen hadiah: Hadiah housewarming yang hangat atau kado anniversary yang romantis dan personal.
T4	MATERIAL	Personalisasi: Custom scent untuk tidur (lavender, chamomile, sandalwood) dan grafir inisial pasangan atau tanggal spesial.
T5	CELAH PASAR	Tekstur & finishing: Badan bambu dengan patina alami, lilin soy wax lembut, tutup kayu yang bisa diukir, motif Mega Mendung yang terasa seperti artefak pusaka modern.
T6	JURI NOVELTY	Etsy lane room-bedroom-nightstand

DESAIN ALT. 04

USULAN NAMA *Mega Mendung Spa Candle* â€“ *Bamboo Bathroom Aromatherapy (varian: Renewal Blend)*

T1	SINYAL PASAR	Ruang: Ledger marmer atau kayu di kamar mandi dengan tumpukan handuk putih tergulung rapi, batu sungai halus, setangkai eucalyptus segar, lilin memberikan cahaya alami lembut, menciptakan ritual self-care ala spa. / Fungsi: Lilin aromaterapi untuk menciptakan suasana spa di rumah, memberikan aroma...
T2	DNA KLIEN	Turn your bathroom into a sanctuary with this bamboo candle, its Mega Mendung motif and fresh aroma creating a daily spa ritual.
T3	ATUMIC ROOT	Momen hadiah: Hadiah untuk pencinta self-care, ibu baru, atau sebagai bagian dari hampers spa mewah.
T4	MATERIAL	Personalisasi: Pilihan aroma spa (eucalyptus, lemongrass, tea tree) dan label custom dengan nama penerima.
T5	CELAH PASAR	Tekstur & finishing: Bambu tahan lembab dengan finishing natural, soy wax beraroma segar, tutup kayu, grafir Mega Mendung yang memberikan sentuhan etnik pada ruang spa modern.
T6	JURI NOVELTY	Etsy lane room-bathroom-spa

DESAIN ALT. 05

USULAN NAMA *Mega Mendung Heritage Gift Set â€“ Bamboo Candle with Story Card (varian: Curated Box)*

T1	SINYAL PASAR	Ruang: Kotak hadiah kraft premium dengan isian serutan kertas alami, lilin bambu diletakkan di tengah, kartu cerita tentang filosofi Mega Mendung dan brand Danrizco, pita linen, palet warna earthy hangat, flat-lay unboxing yang menggoda. / Fungsi: Set hadiah siap kirim yang menyajikan pengalaman m...
T2	DNA KLIEN	Share the story of Cirebon's Mega Mendung with this beautifully boxed bamboo candle, a gift of warmth, culture, and sustainability.
T3	ATOMIC ROOT	Momen hadiah: Hadiah korporat yang bermakna, kado ulang tahun, atau hampers Lebaran/Imlek dengan sentuhan budaya Indonesia.
T4	MATERIAL	Personalisasi: Pesan custom di kartu, pilihan varian aroma, tambahan aksesori seperti korek api kayu atau tatakan bambu.
T5	CELAH PASAR	Tekstur & finishing: Bambu alami, soy wax, tutup kayu, grafir Mega Mendung; seluruh elemen dibungkus dalam kotak bertekstur linen atau kertas daur ulang yang menonjolkan kesan found-luxury.
T6	JURI NOVELTY	Etsy lane gift-set-box

Dari arahan ke *wujud nyata*.

Desain-desain alternatif di atas adalah peta arah — beragam material & cerita, terurut dari nilai tertinggi (Juara). Pilih satu — lalu kami bawa ke produksi.

Langkah berikut → **KARYA**: Pilih SATU arah (default = Juara/DESAIN ALT. 01). Arah terpilih langsung kami proses di fase **KARYA**: pratinjau model 3D, gambar tampak teknik, spesifikasi material & estimasi produksi — siap jadi purwarupa.

Yang Anda dapat di fase KARYA

- 1 Pratinjau Model 3D** — geometri purwarupa digital dari arah terpilih, untuk memvalidasi proporsi & bentuk sebelum diproduksi.
- 2 Gambar Tampak & Spesifikasi** — gambar teknik multi-tampak plus material, dimensi, dan finishing — siap dibawa ke pengrajin.
- 3 Estimasi Produksi & Purwarupa** — perkiraan biaya, lead time, dan rencana batch perdana 90 hari.

“Dibuat dengan Tangan, Dinyalakan dengan Niat”

pakpebibikin

STUDIO DESAIN PRODUK & STRATEGI UMKM KREATIF



Desain produk & strategi UMKM kreatif Indonesia

pakpebibikin · CIPTA · 23 Juni 2026

LEMBAR PRODUKSI UNTUK

Danrizco

Toples lilin bambu dengan panel Mega Mendung grafir laser — vessel quiet-luxury heritage; hero craft dipertahankan.

Toples Lilin Bambu Mega Mendung

Purwarupa Pertama

Di ruang nyata

Wujud produk dalam suasana pakai sehari-hari — membayangkan ia hadir di rumah pelanggan.



Render lifestyle AI dari desain terpilih — acuan suasana & gaya, bukan foto produk final.

Detail yang terasa

Tampak makro material & finishing — tempat kualitas pengerjaan paling terlihat.



Render makro AI — acuan karakter permukaan & material.

Momen pertama

Bayangan kemasan & unboxing — kesan pertama yang diingat pelanggan saat menerima produk.



Render kemasan AI — usulan arah kemasan, dapat disesuaikan saat produksi.

Material produk

Tampak perspektif paling representatif dari desain terpilih; jenis material dikenali otomatis oleh MATA (AI vision) — tiap material ditunjuk garis ke bagiannya.



Lilin

Zat lilin berwarna krem pucat yang mengisi bagian dalam wadah dengan sumbu di tengah

Bambu

Material wadah berstruktur serat alami dengan motif ukir garis gelap di permukaannya

MATERIAL

BAMBU

Material utama produk; jenis & karakter dikenali oleh MATA dari render realistik.

DIMENSI ACUAN

80 x 87.1 x 79.3 mm

Ukuran presisi lengkap ada di halaman Spesifikasi & Estimasi.

Render perspektif AI dari desain terpilih (acuan material/tekstur). Identifikasi material otomatis. Toleransi cetak FDM ±0,3–0,5 mm.

GAMBAR TAMPAK — DANRIZCO - PENDAR MENDUNG

Skala 1:1 · Satuan mm · Proyeksi Ortografis (Sudut Ketiga)



Empat tampak ortografis realistik (sumber CIP7A) — acuan bentuk & tekstur

Catatan: Gambar kerja ornamatis sistem KARYA (pakcepbtkn). Tampak realistik = acuan bentuk/tekstur; dimensi presisi dari pengukuran 3D. Dimensi & spesifikasi wajib dikomfirmasi dengan pengrajin sebelum produksi. Hak cipta desain milik klien.

Dibuat oleh pakcepbtkn AI	Tanggal 20/06/2026	Instansi / Brand Danzco	No. Gambar KARYA-3D-DANCHIM
Diperiksa : —	Judul Gambar DANRIZCO - PENDAR MENDUNG		Sheet 1 / 1 pakcepbtkn
Skala 1:1	Satuan mm	Kertas A3 Landscape	

Hasil model 3D

Purwarupa 3D digital dari desain terpilih — geometri sebenarnya yang akan dicetak. Dibangun otomatis oleh pipeline 3D pakpepibikin lalu dirapikan agar tertutup rapat (watertight). Ini bukan render ilustrasi, melainkan model 3D yang siap masuk mesin cetak.



TAMPAK DEPAN



Lebar 80 mm

TAMPAK SAMPING



Dalam 87.1 mm

TAMPAK ATAS



Lebar 80 mm

Model dihasilkan otomatis dari gambar desain, lalu direfine untuk produksi. Watertight - geometri siap cetak. Volume 318.82 cm^3 · dimensi $80 \times 87.1 \times 79.3 \text{ mm}$. Latar gelap sengaja dipakai agar bentuk & lekuk paling jelas.

Validasi produktibilitas

Sebelum masuk produksi, geometri model 3D diperiksa otomatis: apakah bentuknya benar-benar bisa dibuat — tertutup rapat, cukup tebal, tidak menggantung berlebihan, dan stabil berdiri. Pemeriksaan ini netral terhadap metode (cetak 3D, cor, maupun ukir tangan).

SKOR PRODUKTIBILITAS

100/100 — Siap Produksi

✓ **Geometri tertutup & utuh**

Tertutup rapat & satu badan — celah kecil dari model AI sudah dirapikan otomatis.

✓ **Ketebalan fitur aman**

Bagian tertipis 2.7 mm — kokoh, tidak ada dinding rapuh.

✓ **Kemiringan & undercut**

Bidang menggantung minim (17%) — aman tanpa penyangga berarti.

✓ **Alas & kestabilan**

Punya alas datar 8 cm² — berdiri stabil.

✓ **Skala & dimensi**

Dimensi acuan dari corpus: Bambu Apus/Tali (*Gigantochloa apus*).

Pemeriksaan otomatis atas geometri 3D — tebal terukur, kemiringan bidang, dan volume dihitung langsung dari model, bukan perkiraan. Angka final dipastikan saat purwarupa.

Spesifikasi & estimasi cetak

80

LEBAR · MM

87.1

DALAM · MM

79.3

TINGGI · MM

Spesifikasi teknis

Material	BAMBU · densitas 1.24 g/cm ³
Volume model	318.82 cm ³
Luas permukaan	279.7 cm ²
Massa (padat)	± 395 gram · bila dibuat padat penuh
Estimasi cetak FDM	± 95 gram filament · berongga, infill 15%, dinding 1.2 mm
Kesiapan geometri	Watertight - geometri siap cetak.

Rincian estimasi biaya

Filament cetak FDM (≈95 g, berongga infill 15%)	Rp 94.700
Penyangga (+10%)	Rp 9.470
Setup & penanganan	Rp 20.000
Finishing	Rp 15.000

ESTIMASI TOTAL CETAK 3D

Rp 122.000 - Rp 160.000

Catatan. Estimasi material cetak 3D (FDM, infill 15%). Cetak fisik = kuotasi terpisah.



Desain produk & strategi UMKM kreatif Indonesia

pakpebibikin · KARYA · 20 Juni 2026