

Membuat Brand Kosmetik dengan cara Maklon kosmetik

Dhimas Tiya Candra¹⁾, Fahroli Akbar Yuliansyah²⁾

Program Studi S1 Farmasi Transfer, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Duta Bangsa,
Jl. Pinang No.47 Jati, Cemani, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552

Telp. 0857 283 51642

E-mail: Dhimas.candra1803@gmail.com

Abstrak

Meningkatnya tingkat perdagangan industri kosmetik di Indonesia menyebabkan munculnya merek merek baru pada industri kosmetik dan timbulnya persaingan yang ketat. Skincare adalah salah satu cara perawatan kulit yang dapat meningkatkan tampilan dan fungsi kulit wajah. Tak hanya baik untuk kesehatan kulit, melakukan rutinitas perawatan skincare adalah bermanfaat bagi kesehatan mental. Strategi pemasaran yang bisa dilakukan adalah dengan cara merebranding ulang suatu jenis kosmetik. Maklon kosmetik adalah cara yang paling legal dalam memperoleh suatu brand/merk suatu kosmetik. Dengan melakukan rebranding kosmetik kita dapat memiliki suatu brand kosmetik tersendiri, memperbesar kosmertik, memperoleh income yang besar dan repeat order dari pelanggan

Kata Kunci: Maklon, Kosmetik, Perawatan kulit, Merek

Abstract

The increasing level of trade in the cosmetic industry in Indonesia has led to the emergence of new brands in the cosmetic industry and the emergence of intense competition. Skincare is one way of skin care that can improve the appearance and function of facial skin. Not only good for skin health, doing a skincare routine is also beneficial for mental health. The marketing strategy that can be done is by rebranding a type of cosmetics. Maklon cosmetic is the most legal way to obtain a brand / brand of a cosmetic. By rebranding cosmetics, we can have our own cosmetic brand, enlarge our cosmetics, earn large incomes and repeat orders from customers.

Keywords: Maklon, Cosmetics, Skincare, Brand

1. Pendahuluan

Meningkatnya tingkat perdagangan industry kosmetik di Indonesia menyebabkan munculnya merek merek baru pada industry kosmetik dan timbulnya persaingan yang ketat. Persaingan yang ketat tersebut, membuat setiap perusahaan berusaha untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Prawira, 2019). Maklon adalah kegiatan manufaktur produk yang dilakukan sebuah perusahaan yang dilakukan sesuai permintaan pihak lain. Istilah lainnya adalah makloon atau maklun. Arti kata maklun dalam KBBI adalah upah membuat pakaian, perhiasan, dan sebagainya. Kata ini pada dasarnya adalah serapan dari bahasa Belanda, yaitu *maakloon*, yang memiliki arti *manufacturing fee* atau biaya produksi.

Skincare adalah salah satu cara perawatan kulit yang dapat meningkatkan tampilan dan fungsi kulit wajah. Tak hanya baik untuk kesehatan kulit, melakukan rutinitas perawatan skincare adalah bermanfaat bagi kesehatan mental. Strategi pemasaran yang bias dilakukan adalah dengan cara merebranding ngulangs suatu jenis kosmetik. Maklon kometik adalah cara yang paling legal dalam memperoleh suatu brand/merk suatu kosmetik. Di era sekarang kebutuhan kosmetik semakin tinggi dan berkembang sangat pesat, sehingga banyak

bermunculan brand kosmetik, skincare dan perusahaan farmasi kosmetik yang sangat banyak. Bahkan di perkembangan sekarang banyak CV ataupun perusahaan jasa maklon kosmetik yang menawarkan jasa untuk keperluan perijinan BPOM dan melegalkan brand atau kosmetik sehingga produk tersebut dapat diijinkan edar dan layak edar dari BPOM

Menghadapi persaingan tersebut, setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri agar tetap unggul dari pesaing-pesaing yang lain. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan agar tetap unggul dan berkembang dilakukan dengan cara mempertahankan asset berupa merek atau brand. Menurut David A. Aaker dalam buku *The Power of Brands* oleh (Rangkuti, 2004). Brand sering dihubungkan dengan nama, logo, desain, dan tanda visual mau pun simbol yang melekat pada suatu produk (Tilde Heding, Charlotte F. Knudsen, 2009). Hal ini menunjukkan bahwa brand menjadi hal terpenting bagi suatu produk untuk dapat diakui oleh target konsumennya.

2. Metodologi

Untuk mendapatkan brand kosmetik sendiri kita harus melakukan maklon kosmetik atau rebranding ulang suatu produk. Untuk komposisi produk biasanya sudah ada pilihan dari pabrik farmasinya atau bisa request komposisi kita sendiri asalkan bahan yang digunakan aman penggunaannya dalam waktu jangka panjang sehingga bisa mendapatkan persetujuan dari BPOM

Setelah mendapatkan persetujuan dari BPOM dan layak edar, kita dapat memasarkan produk tersebut secara bebas ke masyarakat. Kita juga diperbolehkan memasarkan lewat sistem reseller, sosial media, shopee dll. Pemasaran produk bisa juga dilakukan dengan cara promosi ke tempat tempat komunitas sekitar kampung dulu, membentuk suatu jaringan atau reseller dan agen, sehingga penjualan bisa pelan pelan berkembang dan bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Jasa maklon kosmetik/rebranding ulang produk bisa melalui jasa perusahaan. Fokus perusahaan ini ialah melayani jasa maklon kosmetik. Jasa maklon kosmetik ialah pemberian jasa dalam rangka proses penyelesaian suatu produk kosmetik yang proses pengerjaannya dilakukan oleh pihak pemberi jasa (disubkontrakkan), yang spesifikasi bahan baku dan atau barang setengah jadi dan atau bahan penolong/pembantu yang akan diproses sebagian atau seluruhnya disediakan oleh pengguna jasa, dan kepemilikan atas produk kosmetik jadi berada pada pengguna jasa. O'Guinn (2015) menjelaskan bahwa sebuah brand harus mampu memenuhi kebutuhan konsumennya jika tidak ingin gagal. Hal ini dapat dijelaskan bahwa membangun sebuah brand harus dilakukan untuk dapat diterima oleh target konsumen setiap brand. Pernyataan ini didukung dengan fakta yang menjelaskan tentang perubahan pola pikir di mana perusahaan ingin diterima oleh masyarakat dengan membangun sebuah brand yang kuat (Susanto & Wijanarko, 2004).

Kendala yang sering dijumpai dalam maklon kosmetik adalah

1. Biaya : biaya ini sangat variatif tergantung kebijakan dari pabrik farmasi yang diajakkerjasama
2. Jumlah order : jumlah order biasanya ditentukan dari pihak farmasi, misalnya minimal 100-500 pcs per bulan
3. Marketing : cara marketing/pengenalan produk untuk produk baru biasanya agak sulit, karena memperkenalkan produk yang benar benar baru

Keuntungan dari maklon kosmetik

1. Menghemat Biaya Lisensi, Anda tidak perlu mendirikan pabrik kosmetik yang modalnya miliaran untuk menjual kosmetik dengan merek Anda sendiri.
2. Keuntungan maksimum, dengan menggunakan layanan maklon, Anda dapat menentukan harga produk yang Anda jual sendiri. Ya, Anda adalah pemasok kosmetik tangan pertama karena Anda mendapatkan produk dari produsen. Keuntungan yang lebih jelas, biaya rata-rata memproduksi barang hanya 50% -70% dari harga jual.
3. Modal Investasi Minimal, dengan menggunakan layanan maklon, Anda tidak perlu menghabiskan modal investasi, biaya membeli dan memelihara alat dan mesin produksi,

biaya lisensi untuk pendirian pabrik dan biaya lainnya. Jasa Maklon Kosmetik telah menyebutkan bahwa biaya produksi mengkonsumsi 50-70 persen dari harga jual.



3. Hasil dan Pembahasan

Dengan melakukan rebranding kosmetik kita dapat memiliki suatu brand kosmetik sendiri sehingga dapat memperbesar kosmertik tersebut dan memperoleh income yang besar dari penjualan kosmetik tersebut. Margin atau keuntungan harga yang diperoleh sangat tinggi, karena anda memiliki posisi sebagai pemilik brand / merek produk anda sendiri (anda bebas menentukan harga eceran)

Sehingga apabila customer sudah cocok dengan produk kita, mereka juga akan repeat order, menghubungi lagi untuk menggunakan produk kita lagi, karena di kosmetik apabila customer sudah cocok dengan suatu produk kecantikan, mereka tidak akan berganti ke produk yang lain.

Contoh maklon kosmetik yang sangat sukses adalah Ms Glow, dengan cara rebranding ulang skincare dari pabrik farmasi sampai memiliki pabrik sendiri merupakan bukti sukses/keberhasilan dalam melakukan maklon kosmetik. Selain itu produk PIXY merupakan salah satu brand kosmetik yang nyaris tidak mampu mengikuti perkembangan zaman dunia kosmetik yang berkembang sangat dinamis berkaca dari pengalaman PIXY sebelum melakukan rebranding, produknya dianggap lusuh. Hal ini menyebabkan citra PIXY semakin buruk dan hampir dilupakan oleh masyarakat. Alasan ini yang menjelaskan bahwa revitalisasi sebuah brand harus dilakukan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Pengalaman PIXY menjadi salah satu faktor yang menjelaskan bahwa suatu brand perlu mengikuti perkembangan zaman dan secara dinamis mampu melihat perubahan keinginan konsumen. Pengalaman pahit yang dialami PIXY ini membuatnya melakukan revitalisasi brand dengan melakukan rebranding melalui inovasi pada produk mereka. Permasalahannya terletak pada brand PIXY yang tidak mampu mengikuti perkembangan era kosmetik dimana banyak produk kecantikan yang belum dimiliki oleh brand PIXY. Pasar memandang menggunakan trade mark PIXY sangatlah ketinggalan jaman karena produknya yang tidak menyesuaikan dengan kebutuhan. Pada Tahun 2018 PIXY melakukan proses rebranding, dengan melakukan melakukan strategi repositioning melalui perubahan logo, tagline, serta tone & manner yang baru dengan tujuan untuk memperkuat image modern & high quality. Berikut perbandingan tampilan tagline PIXY sebelum dan sesudah *rebranding*.

4. Kesimpulan dan saran

4.1 Kesimpulan

Dengan menggunakan maklon kosmetik akan sangat menghemat dari segi financial dan dapat melegalkan brand suatu kosmetik, sehingga dapat dipasarkan secara online dan bebas

4.2 Saran

- a. Hendaknya memerhatikan warna pada logo yang merupakan cerminan produk demi menarik perhatian konsumen

- b. Melakukan penelitian dengan menggunakan teori dari ahli yang berbeda dan versi terbaru guna memperkaya khazana ilmu pengetahuan rebranding dan brand image.

Daftar Pustaka

Monica Patrisia, Rah UtamiNugrahani, *Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Pixy Theeffect Of Rebranding To The Brand Aimage Of Pixy* , Universitas Telkom, Bandung

Kusniawati, 2019, *Manfaat Dan Keuntungan Menggunakan Jasa Kosmetik*, <https://www.jatengtime.com/2019/01/23/jasa-maklon-kosmetik.html>

Prawira, Y. (2019). *Analisis Review Produk Makeup Menggunakan Motode Lda-Based Topic Modelling (Studi Kasus: Cushion Pixy Make It Glow)*. SSRN Electronic Journal, 5(564), 1–19. <https://doi.org/10.4324/9781315853178>