

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PARFUM PNASCENTS

SKRIPSI BUSINESS PLAN

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Puspita Anggi

20.92.0267

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA

2024

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PARFUM PNASCENTS

SKRIPSI BUSINESS PLAN

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Puspita Anggi

20.92.0267

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PARFUM PNASCENTS

yang disusun dan diajukan oleh

Puspita Anggi

20.92.0267

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 29 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A.

NIK. 190302334

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PARFUM PNASCENTS

yang disusun dan diajukan oleh

Puspita Anggi

20.92.0267

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 29 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM
NIK : 190302308

Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI
NIK : 190302303

Suvatmi, S.E., M.M
NIK : 190302019

Tanda Tangan





Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 29 Februari 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKONOMI



Emha Taufiq Luthfi, ST., M.Kom.
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Puspita Anggi
NIM : 20.92.0267

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PARFUM PNASCENTS

Dosen Pembimbing : Laksmindra Saptyawati, S.E.,M.B.A.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 12 Februari 2024

Yang Menyatakan,



Puspita Anggi

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Parfum Pnascents” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Olehkarena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom.(Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Ibu Suyatmi,S.E.,M.M.(Kaprodik Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A.(Dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing dalam proses menyelesaikan skripsi)
5. Seluruh dosen Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mengajarkan ilmu bisnis.
6. Imam Gozali dan Mujiati selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan segala hal yang menyangkut dengan adanya perkuliahan hingga akhir Sarjana.
7. Teman SMK Tiya yang sudah membantu ketika laptop sedang eror dan menjadi tempat cerita dan berbagai masukan.
8. Teman kuliah Nilam, Izzul, Yoppy, Mita, Della, Lutfi yang sudah membantu dalam proses penyelesaian skripsi dan memberi dorongan untuk segera menyelesaikan tugas-tugas lainnya.
9. Teman-teman penulis yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, yang selalu mendukung dalam keadaan susah maupun senang, yang selalu memberikan

motivasi untuk tetap semangat, dan selalu mendukung perjalanan dari kerja sambil kuliah hingga akhir Sarjana.

10. Dan terakhir untuk penulis, selalu mau berusaha dalam keadaan apapun dan tidak pernah meyerah dalam menjalani kehidupan.

Penulis skripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat berharap masukan kritik dan saran dari pembaca agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Dengan adanya skripsi Analisis Pengembangan Parfum Lokal dengan Strategi Pemasaran pada Identitas Budaya Lokal semoga memberikan manfaat bagi pembaca dalam analisa membangun bisnis maupun menyusun skripsi.

Yogyakarta, 21 Februari 2024



Puspita Anggi

MOTTO HIDUP

“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan di menangkan “

“Syukuri apapun yang kamu miliki saat ini, dan mulailah untuk memperbaiki setiap kesalahan yang pernah dibuat di masa lalu untuk menjadi lebih baik di masa depan”

“Jadilah orang yang selalu terlihat bahagia di hadapan manusia, walaupun hatimu menyimpan banyak sedih dan luka”



DAFTAR ISI

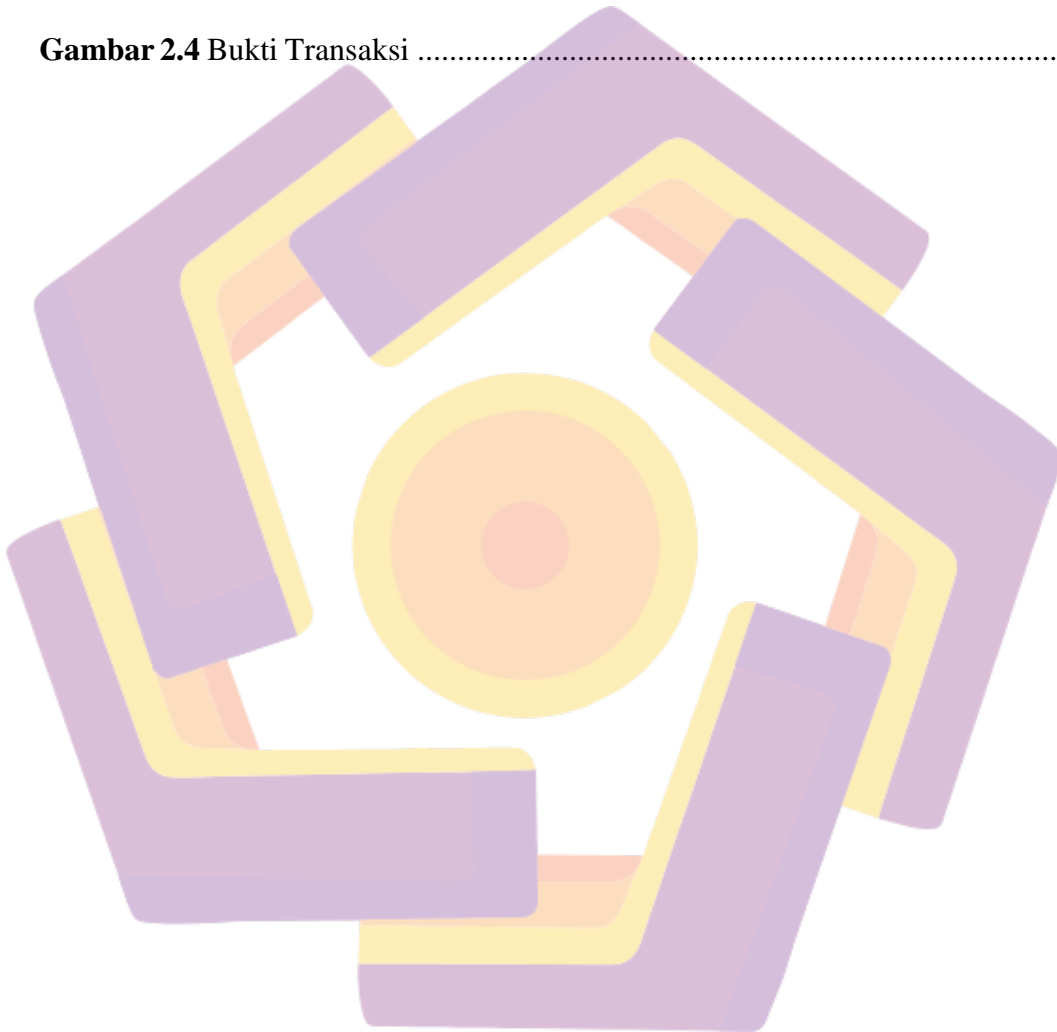
KATA PENGANTAR.....	ii
MOTTO HIDUP	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Konsumen	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan	1
1.3 Noble Purpose	1
1.4 Visi, Misi, dan Logo	2
BAB II.....	3
2.1 Sejarah Bisnis	3
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan	4
2.3 Produk dan Inovasi Produk.....	4
2.4 Ukuran Pasar.....	6
2.5 Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing.....	6
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis	7
BAB III.....	18
3.1 Analisis Matrix SWOT.....	18
3.2 Rencana Pengembangan	19
BAB IV	21
4.1 Neraca.....	21
4.2 Laporan Laba/Rugi	21
4.3 Arus Kas	22
4.4 BEP dan ROI	22
4.5 Proyeksi Keuangan	23
BAB V PENUTUP.....	25
5.1. Kesimpulan	25
5.2. Saran	25
LAMPIRAN.....	26

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Posisi Perusahaan dibanding Pesaing	7
Tabel 2.2 Price (harga).....	8
Tabel 2.3 Alat dan Bahan.....	10
Tabel 2.4 Job deskripsi.....	12
Tabel 3.1 Analisis Matrix SWOT.....	18
Tabel 3.2 Rencana Pengembangan.....	19
Tabel 4.1 Neraca.....	22
Tabel 4.2 Laporan Laba/Rugi.....	23
Tabel 4.3 Arus Kas.....	23
Tabel 4.4 Proyeksi Keuangan.....	25

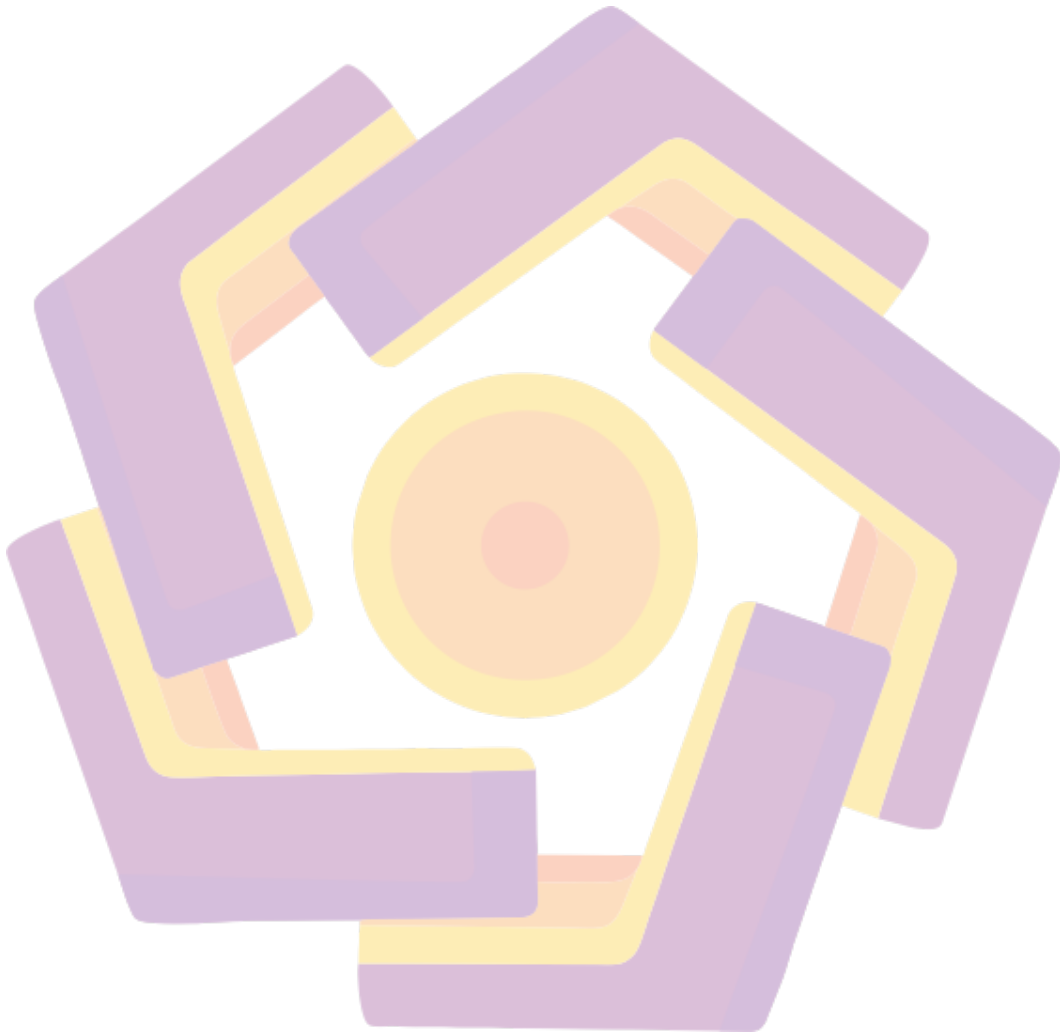
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Marketplace Shopee.....	1
Gambar 1.2 Logo Bisnis	2
Gambar 2.2 Produk dan Inovasi.....	5
Gambar 2.3 Struktur Organisasi.....	11
Gambar 2.4 Bukti Transaksi	16



DAFTAR LAMPIRAN

1. Dokumen Legalitas Bisnis.....	28
2. Dokumen Media Promosi Yang Digunakan.....	29
3. Foto Aktivitas Bisnis.....	30
4. Dokumen lain yang mendukung.....	31



INTISARI

Parfum merupakan produk kecantikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat agar tidak bau badan. Maka Pnascents menjual produk parfum dan reed diffuser pengharum ruangan. Oleh karena itu penelitian ini ditunjukkan agar masyarakat mengetahui produk Pnascents dengan cara pengembangan strategi pemasaran. Penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Parfum Pnascents” terdapat dua tahap. Tahap awal akan observasi konsumen yang sudah membeli parfum untuk diberikan pertanyaan tentang kualitas dan harga dari produk parfum. Tujuannya agar mengetahui produk tersebut sesuai atau tidak dengan pangsa pasar. Kedua menganalisis pengembangan dengan cara promosi berbayar dengan jasa selebgram agar produk bisa dikenal oleh masyarakat lokal. Hasil penelitian ini bermaksud agar mengetahui bahwa produk dapat diterima oleh masyarakat dengan berbagai variant parfum dan reed diffuser. Untuk meningkatkan kesadaran calon pembeli dengan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat dan dapat produk dengan ketahanan parfum lama kisaran 6-12jam dapat didapatkan hanya di Pnascents.

Kata Kunci : Pengembangan parfum, promosi berbayar, kualitas produk

ABSTRACT

Perfume is a beauty product to meet the needs of the community so as not to have body odor. So Pnascents sells perfume products and reed diffuser air fresheners. Therefore, this research is shown so that people know Pnascents products by developing marketing strategies. The research "Pnascents Perfume Business Development Strategy" has two stages. The initial stage will observe consumers who have bought perfume and ask them questions about the quality and price of perfume products. The goal is to find out whether the product is suitable or not based on market share. The second analyzes the development by means of paid promotion with the services of celebrities so that the product can be recognized by the local community. The results of this study aim to find out whether the product can be accepted by the public with various variants of perfume and reed diffusers. To increase the awareness of potential buyers at an affordable price among the public and get products with long perfume resistance in the range of 6-12 hours, they can only be obtained at Pnascents.

Keywords: Perfume development, paid promotion, product quality

