

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERFUME
“GLADIOLUS” FOKUS PADA PEMASARAN DIGITAL**

**SKRIPSI
JALUR BUSINESS PLAN**

untuk menempuh sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada
Program Studi S1-Kewirausahaan



**Gilang Aditia Permana
20.92.0286**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERFUME
“GLADIOLUS” FOKUS PADA PEMASARAN DIGITAL**

**SKRIPSI
JALUR BUSINESS PLAN**

untuk menempuh sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada
Program Studi S1-Kewirausahaan



**Gilang Aditia Permana
20.92.0286**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERFUME “GLADIOLUS” FOKUS PADA PEMASARAN DIGITAL

Yang di susun dan di ajukan oleh

Gilang Aditia Permana

20.92.0286

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada 4 Januari 2024

Dosen Pembimbing Skripsi



Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.

NIK. 190302662

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PERFUME “GLADIOLUS”
FOKUS PADA PEMASARAN DIGITAL

yang disusun dan diajukan oleh

Gilang Aditia Permana

20.92.0286

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 20 Januari 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Eny Ariyanto, S., M.Si., Dr.
NIK. 1903022713

Narwanto Nurcahyo, SH, MM.
NIK. 190302581

Dinda Sukma Ningrum, S.T., M.M
NIK. 1990302663

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.)

Pada 20 Januari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufik Luthfi, S.T., M.Kom

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya penulis sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab penulis pribadi.

Condong Catur 20 Januari 2025

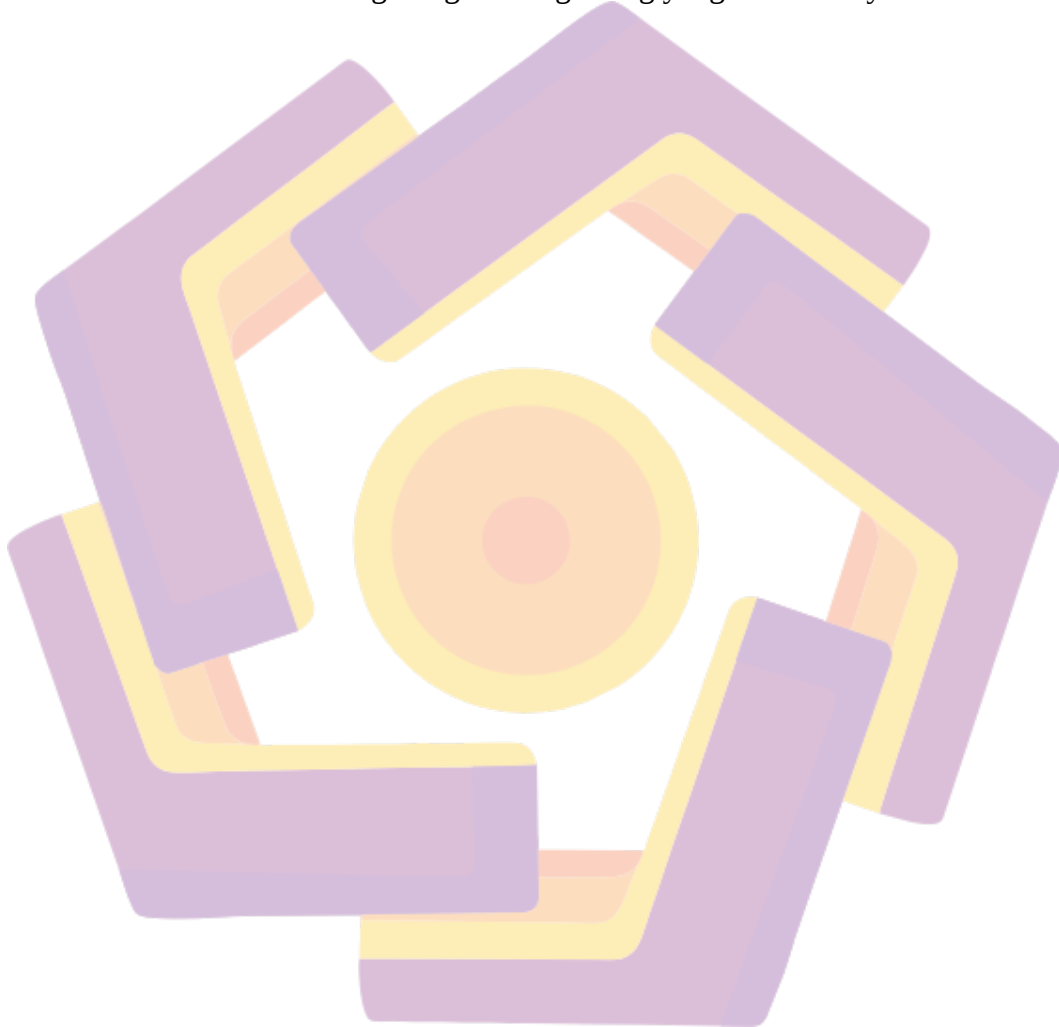


Gilang Aditia Permana

Nim: 20.92.0286

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan nama Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, penulis mempersembahkan karya ini sebagai wujud rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Orang tua tercinta, yang telah membimbing penulis dengan kasih sayang dan kesabaran. Keluarga dan teman-teman tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat. Bapak/Ibu, dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di AMIKOM. Rekan-rekan mahasiswa AMIKOM yang selalu memberikan inspirasi dan motivasi. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua dengan pahala yang berlimpah dan memasukkan kalian ke dalam golongan orang-orang yang diridhai-Nya. Amin.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kita rahmat dan karunia-Nya, yang berupa kesehatan sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana dengan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan Rasulullah Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di hari akhir. Aamiin YRA

Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan sejumlah terimakasih kepada:

1. Prof. Dr.M.Suyanto,M.M. selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Ibu Suyatmi, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal penyusunan sampai akhir
5. Kepada keluarga yang memberi do'a dan dukungan sehingga seluruh proses dapat dijalani dengan baik
6. Kepada teman-teman dari Prodi Kewirausahaan maupun dari luar kampus yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Akhir kata, penulis menyadari bahwa segala kekurangan dan kesalahan yang ada dalam skripsi ini oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat. Semoga Allah SWT meridhoi setiap langkah kita dalam menuntut ilmu dan memberikan keberkahan dalam setiap amal perbuatan kita.

Condong Catur, 20 Januari 2025

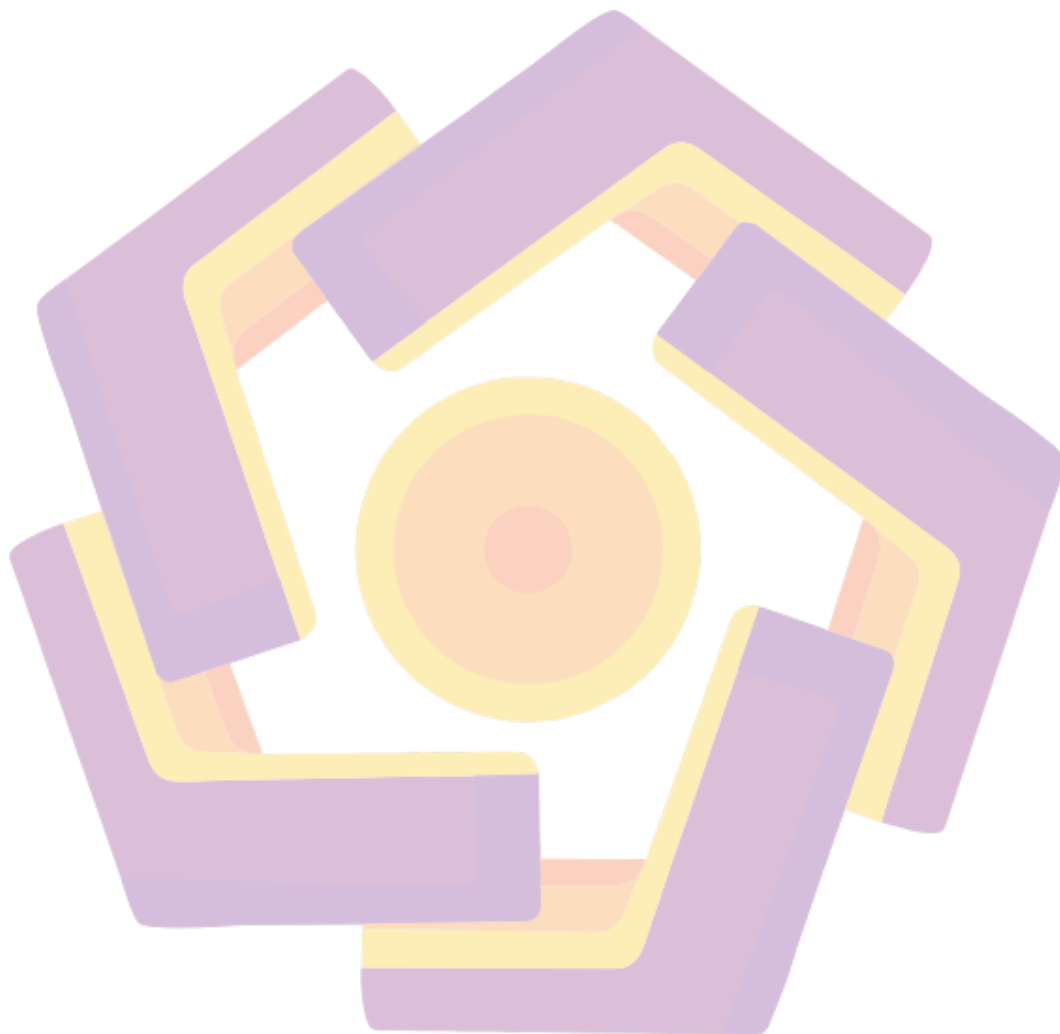


Gilang Aditia Permana
NIM 20.92.0286

DAFTAR ISI

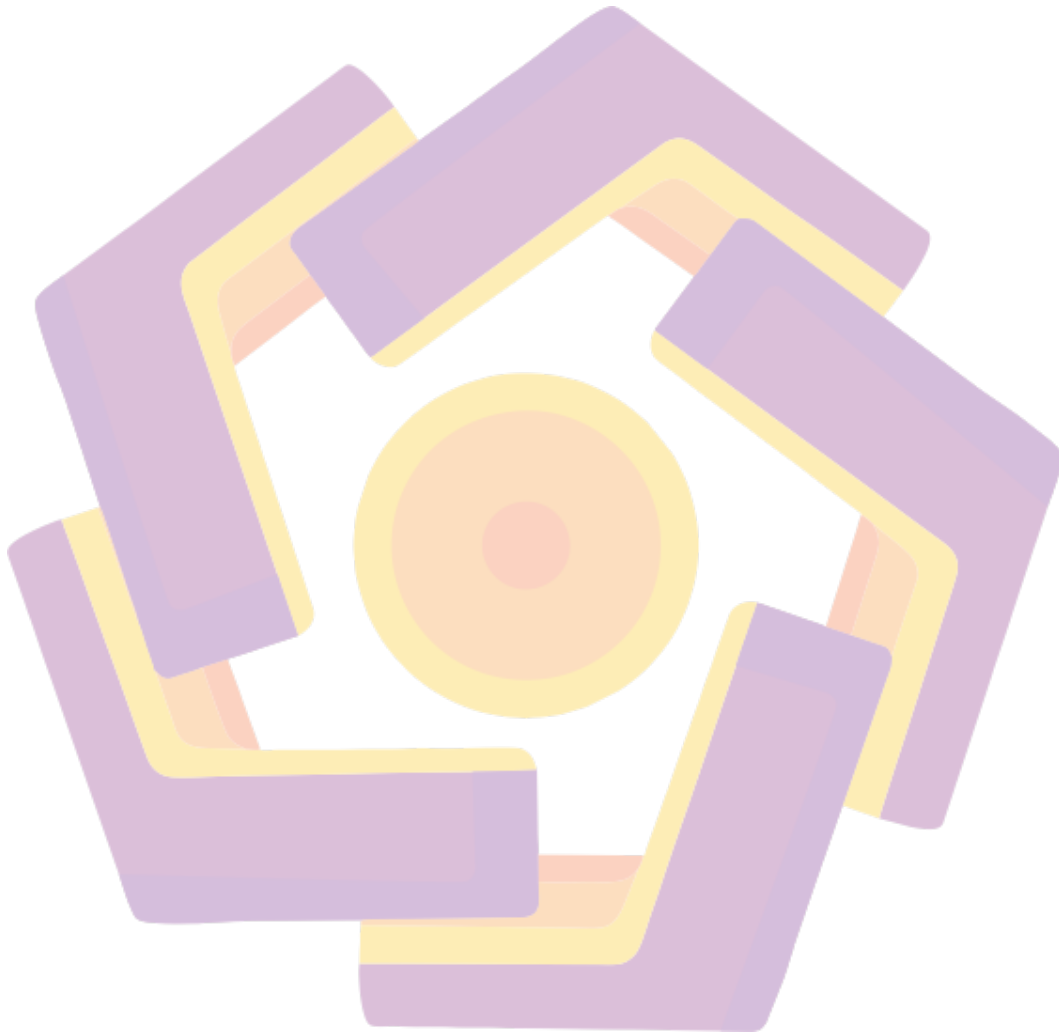
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Permasalahan Konsumen.....	1
1.2. Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan.....	2
1.3. Noble Purpose	3
BAB II	6
DESKRIPSI BISNIS.....	6
2.1. Sejarah Bisnis	6
2.2. Model Bisnis Yang Dijalankan.....	8
2.3. Produk dan Inovasi Produk.....	11
2.4. Ukuran Pasar	12
2.5. Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing	14
2.6. Strategi Pengelolaan Bisnis.....	16
BAB III	27
PENGEMBANGAN BISNIS	27
3.1. Analisis SWOT.....	27
3.2. Strategi Pengembangan Bisnis.....	29
3.3. Rencana Pengembangan.....	31
BAB IV.....	34
KEUANGAN	34
4.1 Laporan Neraca	34
4.2 Laporan Arus Kas.....	35

4.3 Laporan laba rugi.....	36
4.4. BEP dan ROI.....	37
BAB V	41
PENUTUP.....	41
5.1. Kesimpulan	41
5.2. Saran	42



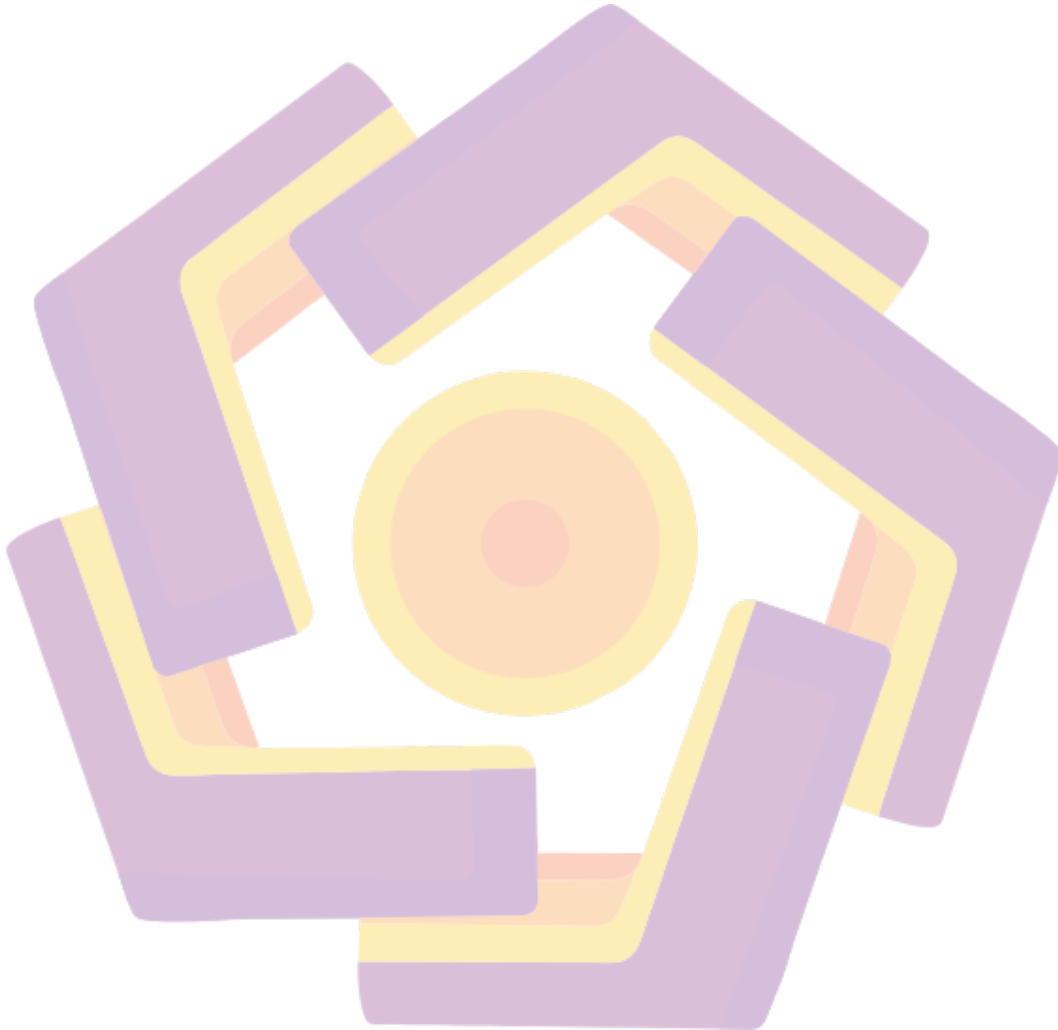
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Value Proposition Canvas	4
Gambar 2. 1 Business Model Canvas.....	9
Gambar 2. 2 Desain Produk perfume Gambar.....	12
Gambar 2. 3 Langkah-langkah proses produksi terdapat pada bagan.....	18



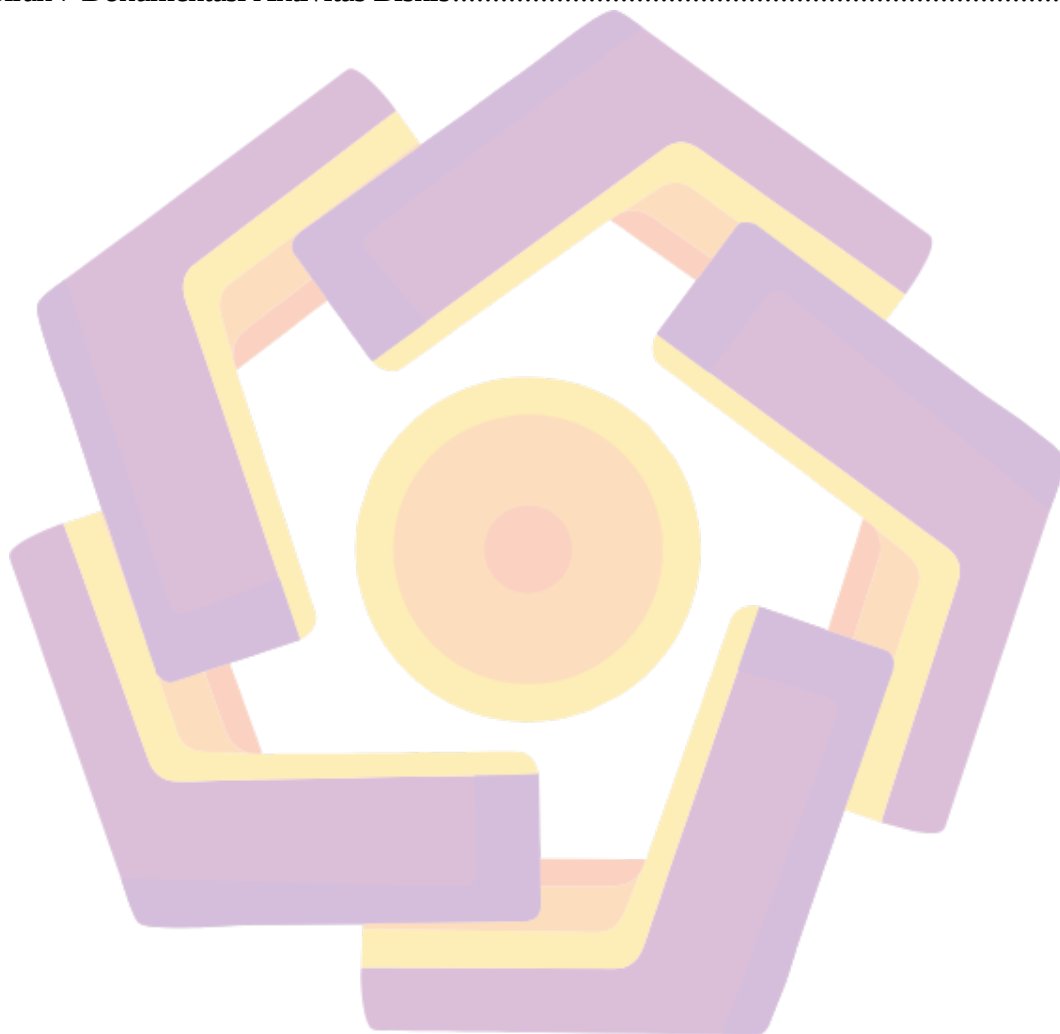
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing	15
<i>Tabel 2. 2 Bukti Transaksi.....</i>	23
<i>Tabel 2. 3 Dokumentasi Pengantaran Kepada Konsumen.....</i>	23
Tabel 3. 1 Strategi Pengembangan Bisnis	29
Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan	31
Tabel 4. 1 Laporan Neraca	34
<i>Tabel 4. 2 Laporan Arus Kas</i>	35
<i>Tabel 4. 3 Laporan Laba/Rugi.....</i>	36
<i>Tabel 4. 4 penjualan.....</i>	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Legalitas Bisnis/NIB	45
Lampiran 2 Laporan Arus Kas.....	47
Lampiran 3 Laporan Neraca	48
Lampiran 4 Laporan Laba Rugi.....	49
Lampiran 5 Proyeksi Keuangan.....	50
Lampiran 6 Media Promosi.....	52
Lampiran 7 Dokumentasi Aktivitas Bisnis.....	53



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis melalui pemasaran digital pada produk "Gladiolus", sebuah parfum badan yang menawarkan pengalaman aroma yang istimewa dan menyenangkan bagi setiap konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh "Gladiolus" dalam upayanya memasuki pasar digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama "Gladiolus" terletak pada kualitas tinggi bahan baku dan keunikan aromanya yang mampu menarik perhatian konsumen. Namun, kelemahan yang ditemukan adalah kurangnya sistem keuangan yang terstruktur dan ketergantungan pada bahan baku tertentu. Peluang besar terletak pada kemampuan untuk menjalin kemitraan dengan komunitas budaya dan memanfaatkan tren pemasaran digital yang sedang berkembang. Ancaman utama yang dihadapi adalah persaingan yang intens dari merek-merek besar yang telah mapan dan perubahan tren konsumen yang cepat. Strategi pengembangan yang diusulkan mencakup diversifikasi varian produk dengan mempertahankan kualitas, penyesuaian produk dan branding sesuai preferensi lokal, serta pemanfaatan pemasaran digital dan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, perlu ada penyesuaian sistem keuangan, diversifikasi sumber bahan baku, serta peningkatan layanan pelanggan untuk membangun loyalitas. Melalui analisis ini, diharapkan "Gladiolus" dapat mengembangkan strategi yang efektif dalam mengoptimalkan pemasaran digitalnya dan mengatasi tantangan yang ada, sehingga mampu bersaing di pasar global dan memenuhi kebutuhan konsumen secara berkelanjutan.

kata kunci: strategi pengembangan bisnis, pemasaran digital,

SWOT

ABSTRACT

This study aims to analyze business development strategies through digital marketing for the product "Gladiolus", a body perfume that offers a unique and pleasant fragrance experience for every consumer. The research method used is SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), which aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by "Gladiolus" in its efforts to enter the digital market. The results of the study show that the main strength of "Gladiolus" lies in the high quality of raw materials and the uniqueness of its aroma, which can attract consumer attention. However, the identified weaknesses include the lack of a structured financial system and dependence on certain raw materials. Significant opportunities lie in the ability to forge partnerships with cultural communities and leverage emerging digital marketing trends. The main threats faced are intense competition from established major brands and rapid changes in consumer trends. The proposed development strategies include diversifying product variants while maintaining quality, adjusting products and branding to local preferences, and utilizing digital marketing and social media to increase brand awareness. Additionally, there is a need for financial system adjustments, diversification of raw material sources, and enhancing customer service to build loyalty. Through this analysis, it is expected that "Gladiolus" can develop effective strategies to optimize its digital marketing and overcome existing challenges, thus being able to compete in the global market and sustainably meet consumer needs.

keywords: business development strategy, digital marketing,

SWOT