

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Demikianlah skripsi dalam pengembangan bisnis Gladioulus, Gladioulus adalah perusahaan parfum yang didirikan pada 8 Juni 2024 oleh Gilang Aditia Permata dengan tujuan memberikan pengalaman parfum yang istimewa dan menyenangkan bagi konsumen. Perusahaan memprioritaskan penggunaan bahan-bahan alami berkualitas tinggi untuk mengurangi risiko iritasi kulit dan alergi. Gladioulus juga berkomitmen untuk mendukung keberlanjutan dengan menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Dalam upaya memasarkan produk, Gladioulus menggunakan pendekatan Total Available Market (TAM), Served Available Market (SAM), dan Share of Market (SOM). Perusahaan berfokus pada pemasaran digital melalui berbagai platform seperti Shopee dan Tiktok Shop, serta menjalankan strategi pemasaran yang melibatkan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Gladioulus memiliki kekuatan dalam aroma yang unik, bahan baku berkualitas tinggi, dan pemasaran berbasis cerita. Namun, perusahaan juga menghadapi kelemahan seperti kurangnya sistem keuangan yang baik dan ketergantungan pada bahan-bahan tertentu. Peluang termasuk ekspansi varian produk dan pemasaran global, sementara ancaman termasuk persaingan di industri dan perubahan tren aroma. Strategi pengembangan bisnis Gladioulus meliputi diversifikasi produk, penyesuaian sistem keuangan, dan rekrutmen karyawan. Rencana jangka pendek melibatkan survei pelanggan dan penelitian lokal, sedangkan rencana jangka panjang mencakup pembangunan laboratorium inovasi dan program loyalitas pelanggan. Dengan strategi ini, Gladioulus berupaya memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di pasar parfum.

5.2 SARAN

Berdasarkan pembahasan skripsi dalam pengembangan bisnis ini maka dapat diberikan saran bahwa penulis menyarankan kepada owner Gladiolus untuk dapat Memperbaiki Sistem Keuangan Gladiolus harus segera memperbaiki sistem keuangan dengan merekrut ahli di bidang keuangan. Manajemen keuangan yang baik akan membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan industri dan memastikan kelangsungan bisnis. Diversifikasi Produk Selain mengembangkan varian parfum baru, Gladiolus juga dapat mempertimbangkan untuk memperluas lini produknya seperti produk perawatan tubuh yang melengkapi parfum. Hal ini dapat menarik segmen pasar yang lebih luas. Penelitian dan Pengembangan (R&D) Berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan sangat penting untuk terus menciptakan inovasi produk yang selaras dengan tren dan preferensi konsumen. Membangun laboratorium inovasi dapat menjadi langkah strategis menuju tujuan ini. Peningkatan Layanan Pelanggan Memberikan layanan pelanggan yang baik dan responsif dapat membangun loyalitas konsumen. Pelatihan rutin untuk tim layanan pelanggan akan sangat membantu dalam mencapai hal ini. Ekspansi Pasar Global Eksplorasi pasar global yang memiliki makna budaya terkait produk parfum dapat membuka peluang pertumbuhan yang signifikan. Menyesuaikan branding dan pemasaran sesuai dengan preferensi lokal sangat penting dalam strategi ini. Konten Pendidikan Meningkatkan konten edukasi tentang produk melalui media sosial dan situs web dapat membantu konsumen memahami nilai suatu produk dan cara menggunakannya. Ini juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek. Kolaborasi Strategis Menjalani kemitraan dengan influencer, perancang busana, atau seniman terkenal dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Kolaborasi semacam ini juga dapat menyelaraskan merek dengan tren terbaru.