

“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PRODUKSI PARFUME ESSENTIALS”

SKRIPSI NON-REGULER BUSINESS PLAN



diajukan oleh

NURUL SAFITRI ADAM

21.92.0409

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PRODUKSI PARFUME ESSENTIALS”

SKRIPSI NON-REGULER BUSINESS PLAN



diajukan oleh

NURUL SAFITRI ADAM

21.92.0409

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BRAND PARFUME
ESSENTIALS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nurul Safitri Adam

21.92.0409

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal

10 Desember 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Dodi Setiawan Riatmaja., S.Psi., M.B.A.

NIK. 190302573

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BRAND PARFUME ESSENTIALS

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nurul Safitri Adam 21.92.0409

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Narwanto Nurcahyo, SH, MM NIK.

190302581

Suyatmi, S.E., M.M., NIK. ,

190302019

Dr. Dodi Setiawan Riatmaja., S.Psi., M.B.A.

NIK. , 190302573

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk
memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S. Bns)

10 Desember 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.,Ph.D

NIK.190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya 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 saya 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 saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Desember 2025



Nurul Safitri A
21.92.0409

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban mahasiswa. Sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang seperti saat ini. Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Adam Mirza dan Almh Ibu Maryati tercinta yang selalu memberikan doa, semangat merawat dan mendidik penulis, bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan penulis, serta dukungan yang tidak ternilai, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Terimalah persembahan bakti dan cinta kasih penulis untuk bapak dan ibu selaku orang tua penulis.
2. Bapak Dodi Setiawan R, S.Psi, MBA, Dr., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun laporan pengembangan bisnis ini.
3. Seluruh keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk kelancaran studi penulis.
4. Sahabat dan teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas semua dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis.
5. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan banyak nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini penulis kerjakan sendiri dan merupakan hasil pikir sendiri.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum sepenuhnya sempurna, namun tidak dapat tersusun dengan baik dan tepat waktu tanpa adanya bantuan, doa serta dorongan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan terimakasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam berbagai bentuk hingga laporan ini dapat terselesaikan, oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

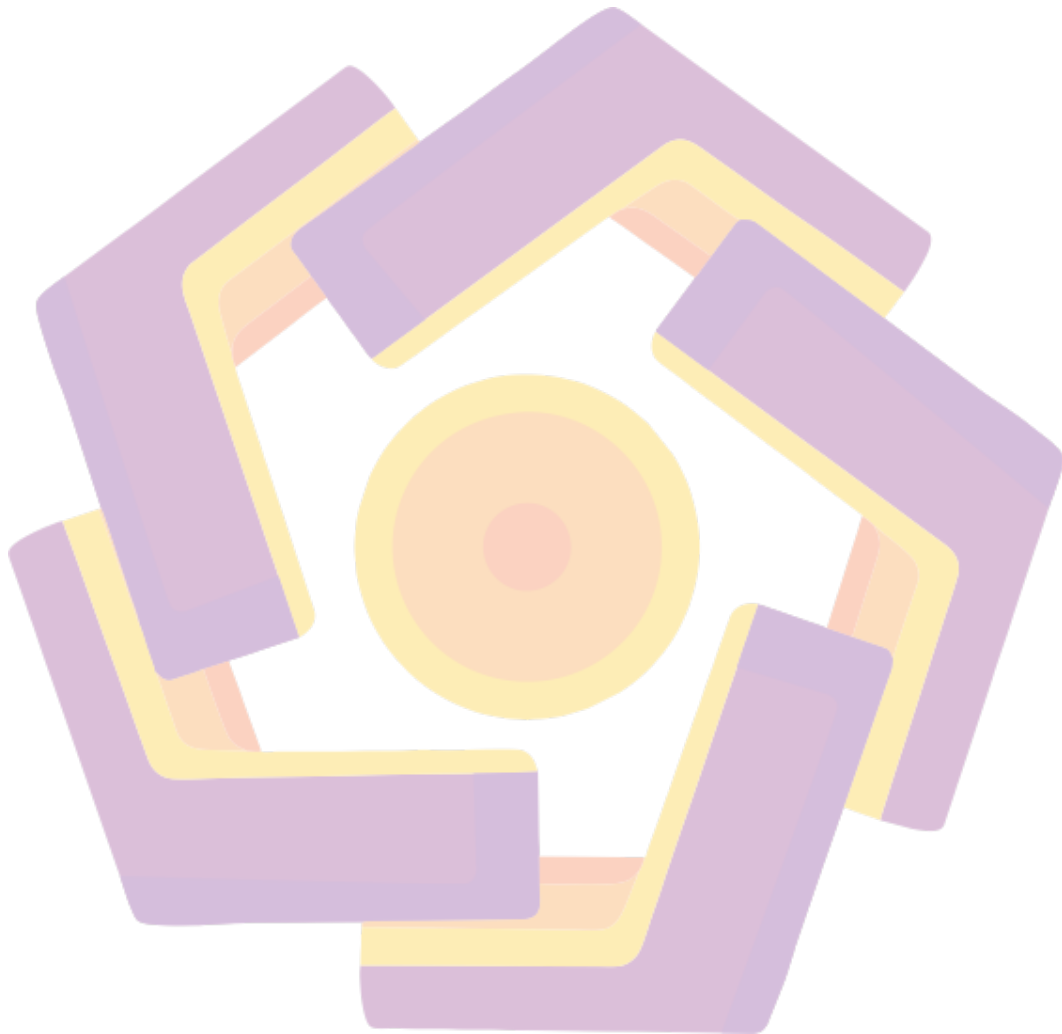
1. Prof. Dr.M. Suyanto ,M.M. selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Suyatmi, S.E., M.M., selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Dodi Setiawan R, S.Psi, MBA, Dr., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun laporan pengembangan bisnis ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman berharga di bidang bisnis.
6. kedua orang tua penulis, Bapak Adam Mirza dan Almh Ibu Maryati tercinta yang selalu memberikan doa, semangat merawat dan mendidik penulis, bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan penulis, serta dukungan yang tidak ternilai, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Terimalah persembahan bakti dan cinta kasih penulis untuk bapak dan ibu selaku orang tua penulis.
7. Seluruh keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk kelancaran studi penulis.
8. Sahabat dan teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas semua dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Permasalahan konsumen.....	1
1.2 Solusi & Nilai Lebih yang Ditawarkan.....	5
1.3 Noble Purpose.....	8
1.4 Visi & Misi Essentials.....	9
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	12
2.1 Sejarah Bisnis.....	12
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan.....	14
2.3 Produk & Inovasi Produk.....	19
2.4 Ukuran Pasar.....	21
2.5 Analisis posisi perusahaan dibanding pesaing.....	22
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	23
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....	30
3.1 Analisis Matrix SWOT.....	30
3.2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek Dan Jangka Panjang.....	31
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	36
4.1 Neraca.....	36
4.2 Laporan Laba/Rugi.....	37
4.3 Arus Kas.....	37
4.4 BEP.....	38
Proyeksi Keuangan.....	40
BAB V PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44

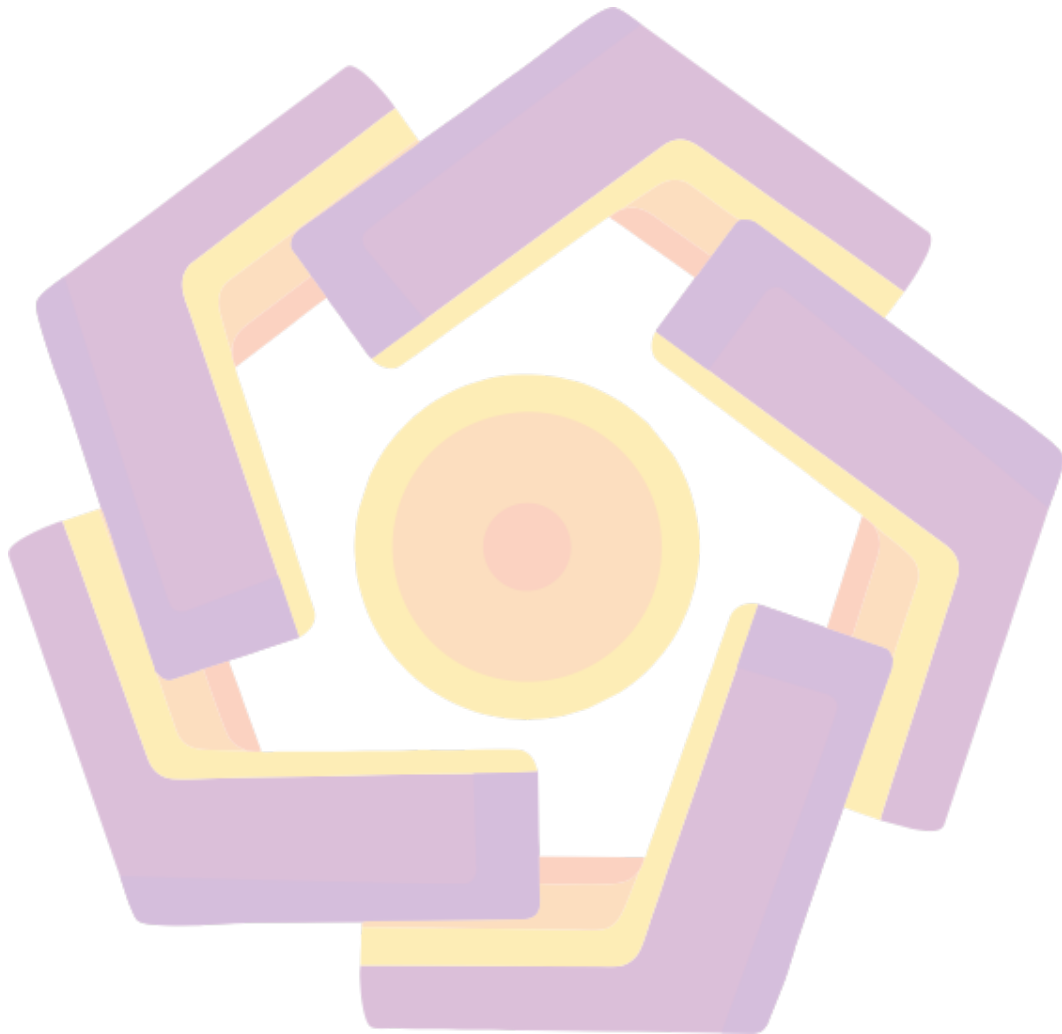
DAFTAR TABEL

Tabel : 1 Keunggulan Produk dibanding Pesaing.....	3
Tabel : 2 Pesaing.....	22
Tabel : 3 Pengelolaan Bisnis.....	25
Tabel : 4 Matrixs Swot.....	30
Tabel : 5 Proyeksi Keuangan.....	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar : 1 Sticker.....	13
Gambar : 2 Desain Varian Cool Brezze Essentials.....	13
Gambar : 3 BMC.....	16
Gambar : 4 Laporan Laba/Rugi.....	37
Gambar : 5 Arus Kas.....	38
Gambar : 6 Arus Kas.....	40



RINGKASAN

Essentials adalah sebuah produk parfum yang menyediakan beberapa aroma dengan ciri khas yang berbeda dan unik, berdiri sejak 17 Mei 2024. Essentials lebih mengutamakan layanan online yang mudah dan cepat dengan target konsumen usia 13-60 Tahun, terutama Gen Z dan milenial. Dengan target pasar konsumen daerah DIY dan sekitarnya, Essentials melayani pelanggan lokal dengan pengiriman secepatnya mungkin dan menerima segala bentuk metode pembayaran baik tunai maupun non tunai untuk memudahkan transaksi, disisi lain tantangan utama dalam hal ini mencakupi efisiensi proses produksi, pengiriman dan jangkauan luas dalam layanan. Fokus utama Essentials adalah menjaga kualitas produk terutama dalam aroma dan kualitas kemasan produk, disesuaikan dengan SOP dan standar agar dapat diterima baik oleh konsumen. Dalam penelitian pengembangan Essentials ini menggunakan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats) untuk dapat memahami bagaimana keadaan usaha dan dapat membandingkan dengan pesaing. Disisi lain penelitian ini juga menggunakan BMC (Business Model Canvas) sebagai dasar dalam menganalisa dan menentukan strategi keberlanjutan bisnis. Maka metode SWOT dapat memberikan data untuk dianalisa faktor internal dan eksternal mengenai hal yang mempengaruhi kinerja bisnis. Disisi lainnya dalam menggunakan metode BMC dapat mendalami model serta konteks bisnis yang dijalankan. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi usaha Essentials dengan menggunakan metode SWOT dan BMC kemudian mengolah identifikasi hal tersebut menjadi sebuah perencanaan usaha. Sehingga kelanjutan usaha Essentials dapat dipahami bagaimana kejelasan dan kekuatannya untuk mengatasi tantangan dan hambatan persaingan, untuk dapat memperoleh hasil yang maksimal. Analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada usaha Essentials untuk perkembangan dan kelanjutan.

Kata Kunci : Essentials, Analisis SWOT, Business Model Canvas (BMC)

SUMMARY

Essentials is a perfume product that provides several scents with different and unique characteristics, established since May 17, 2024. Essentials prioritizes easy and fast online services with target consumers aged 13-60 years, especially Gen Z and millennials. With a target consumer market in DIY and surrounding areas, Essentials serves local customers with the fastest possible delivery and accepts all forms of payment methods both cash and non-cash to facilitate transactions, on the other hand the main challenges in this case include the efficiency of the production process, delivery and a wide range of services. The main focus of Essentials is to maintain product quality, especially in aroma and product packaging quality, adjusted to SOP and standards so that it can be well received by consumers. In this Essentials development research using the SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats) method to be able to understand how the business is doing and can compare with competitors. On the other hand, this research also uses BMC (Business Model Canvas) as a basis for analyzing and determining business sustainability strategies. Then the SWOT method can provide data to analyze internal and external factors regarding things that affect business performance. On the other hand, using the BMC method can explore the model and context of the business being run. The purpose of this study is to identify the Essentials business using the SWOT and BMC methods and then process the identification into a business plan. So that the continuation of the Essentials business can be understood how clarity and strength to overcome the challenges and obstacles of competition, to be able to get maximum results. This analysis is expected to contribute to the Essentials business for development and continuation.

Keywords : Essentials, SWOT Analysis, Business Model Canvas (BMC)