

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perencanaan bisnis CNL Scent, berikut adalah kesimpulan dari Pengembangan Usaha CNL Scent:

1. Permasalahan utama konsumen yang diambil dari survei adalah daya tahan aroma (*longevity*) yang singkat, aroma pasaran yang menyengat (tidak *calming*), serta minimnya opsi isi ulang (*refill*) yang menyebabkan penumpukan limbah botol kaca. Permasalahan ini valid dirasakan oleh target pasar mahasiswa yang menginginkan produk pengharum ruangan yang ekonomis dan minim limbah.
2. Solusi yang ditawarkan dari CNL Scent sendiri adalah pengembangan formulasi *fragrance oil* dengan racikan kompleks (*well-blended*) yang memiliki daya sebar aroma optimal dan tahan lama. CNL Scent menyediakan inovasi kemasan *refill* (isi ulang) untuk menekan biaya beli ulang konsumen sekaligus mengurangi limbah.
3. Model bisnis B2C (*Business to Consumer*) yang digunakan terbukti relevan dan *profitable* untuk skala usaha rintisan dengan target pasar usia 15-25 tahun (Gen Z). Model ini didukung oleh kinerja finansial yang sehat, dibuktikan dengan pencapaian Laba Bersih positif dan volume penjualan yang telah melampaui titik impas (*Break Even Point*) pada periode akhir operasional.
4. Strategi bisnis yang diterapkan mencakup pendekatan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) yang disesuaikan dengan perilaku konsumen digital. Strategi ini meliputi penetapan harga psikologis yang terjangkau, pemanfaatan media sosial untuk *storytelling*.
5. Analisis SWOT dan rencana pengembangan disusun untuk menetapkan arah strategi usaha ke depan, baik jangka pendek melalui optimalisasi produk musiman maupun jangka panjang melalui ekspansi jangkauan pasar yang lebih luas.

5.2 Saran

a. Saran Bagi Pemilik Usaha

Pemilik usaha CNL Scent disarankan untuk mempertimbangkan perluasan pasar secara bertahap, baik dari sisi geografis maupun demografis, agar jangkauan konsumen semakin luas, dan pengembangan varian aroma dan inovasi produk seperti refill perlu terus ditingkatkan guna menyesuaikan dengan preferensi konsumen dan memperkuat daya saing, dengan upaya menjalin kerja sama atau kolaborasi dengan mitra lokal juga dapat menjadi strategi untuk memperkuat brand awareness serta meningkatkan volume penjualan.

b. Saran Bagi Konsumen CNL Scent

Konsumen CNL Scent disarankan untuk menggunakan reed diffuser sesuai dengan petunjuk pemakaian agar kualitas aroma dan masa pakai produk dapat bertahan optimal, dengan penempatan produk di ruang dengan sirkulasi udara yang baik serta membalik reed stick secara berkala juga dapat membantu menjaga performa aroma agar tetap maksimal.

c. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian ini dengan menggunakan metode analisis lain yang lebih mendalam, seperti analisis finansial jangka panjang atau pengukuran kepuasan konsumen secara kuantitatif, yang mana penelitian lanjutan dapat menambahkan variabel lain seperti perilaku konsumen, loyalitas merek, atau dampak keberlanjutan produk terhadap keputusan pembelian.