

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
PARFUM SKANDAL VEMOZ**

SKRIPSI

ENTREPRENEURSHIP-BUSINESS PLAN

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana S1
Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

VEMAS ALVITO SIGARSIA

22.92.0433

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
PARFUM SKANDAL VEMOZ**

SKRIPSI

ENTREPRENEURSHIP-BUSINESS PLAN

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana S1
Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

VEMAS ALVITO SIGARSIA

22.92.0433

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PARFUM
SKANDAL VEMOZ

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Vemas Alvito Sigarsia
22.92.0433

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada Tanggal 07 February 2026

Dosen Pembimbing



Suyatni S.E., M.M.
NIK. 190302019

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PARFUM
SKANDAL VEMOZ

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Vemas Alvito Sigarsia

22.92.0433

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 20 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Nurhayanto, S.E., M.B.A.
NIK. 190302578

Rahma Widyawati, S.E., M.M.
NIK. 190302013

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 20 February 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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, 20 Februari 2026



Vemas Alvito Sigarsia

22.92.0433

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi pengembangan bisnis ini dengan baik.

Laporan skripsi ini disusun bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir peneliti di Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta, serta upaya pengembangan dan peningkatan kinerja usaha Skandal VemOz yang berfokus pada produk parfum.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ucapkan terima kasih banyak 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 dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, serta mendukung dengan sepenuh hati kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen Program Studi Kewirausahaan yang telah memberikan wawasan, ilmu, serta tenaga selama kegiatan pembelajaran.
5. Kepada kedua orang tua, Mama tercinta Fitri rohani dan ayah hariyadi serta bapak yoyok yang senantiasa memberikan semangat penuh dan dukungan yang luar biasa, serta menjadi orang paling hebat yang selalu memberikan kasih sayang dengan penuh cinta. Peneliti ucapkan terima kasih atas do'a dan segala dukungan-dukungan yang tinggi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa suatu halangan apapun.
6. Kepada saudara peneliti Adik keyla nazwa azahra terimakasih atas do'a dan dukungannya, yang selalu meningkatkan semangat peneliti dalam melakukan kegiatan penyusunan skripsi ini.
7. Kepada keluarga besar peneliti kakek dul wahid, nenek anis, kakek suyut, nenek paenah, bapak sodik efendi, ibu kiki rohani, mas dedi efendi, mbak cici , Adek nanda efendi.Terima kasih banyak atas do'a dan dukungannya yang selalu meningkatkan semangat peneliti dalam melakukan kegiatan penyusunan skripsi ini., serta terima kasih banyak

atas nasihat- nasihat dan dukungan yang luar biasa diberikan kepada peneliti. Meskipun dalam keadaan kesulitan apapun selalu bersedia untuk menemani dan memberikan dukungan penuh tanpa meminta balasan apapun. Semoga selamanya kita tetap menjadi keluarga besar terbaik.

8. Kepada Selsa Velisya. terimakasih atas do'a dan dukungannya, yang selalu memberikan semangat peneliti dalam melakukan kegiatan penyusunan skripsi ini.
9. Kepada NIM 22.92.0469 terimakasih dan apresiasi atas kebersamaan, dukungan, dan proses perjuangan yang pernah dilalui bersama sejak masa kelulusan SMA hingga menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang sama. Pengalaman tersebut menjadi bagian dari perjalanan yang turut memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan studi ini. Meskipun saat ini masing-masing telah melanjutkan kehidupan dengan jalan yang berbeda, penulis tetap menghargai setiap proses yang pernah dilalui bersama. Semoga segala hal baik senantiasa menyertai langkah ke depan.
10. Terakhir, kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 7 februari 2026

(Vemas Alvito Sigarsia)

MOTTO

“Tidak ada orang yang kuat, adanya orang yang sabar”

“Investasi terbaik itu bukan cuma di saham atau bisnis, tapi juga di skill dan mindset kamu sendiri”

(Timothy Ronald)

“Entah sukses dulu atau mati dulu, intinya saya sudah berjuang selayaknya laki laki”

(Kalimasada)

"Hidup yang bahagia bukanlah hidup yang bebas dari masalah, tapi hidup yang penuh dengan rasa syukur dan sabar."

(Dr. Khalid Zeed Abdullah Basalamah, Lc., MA.)

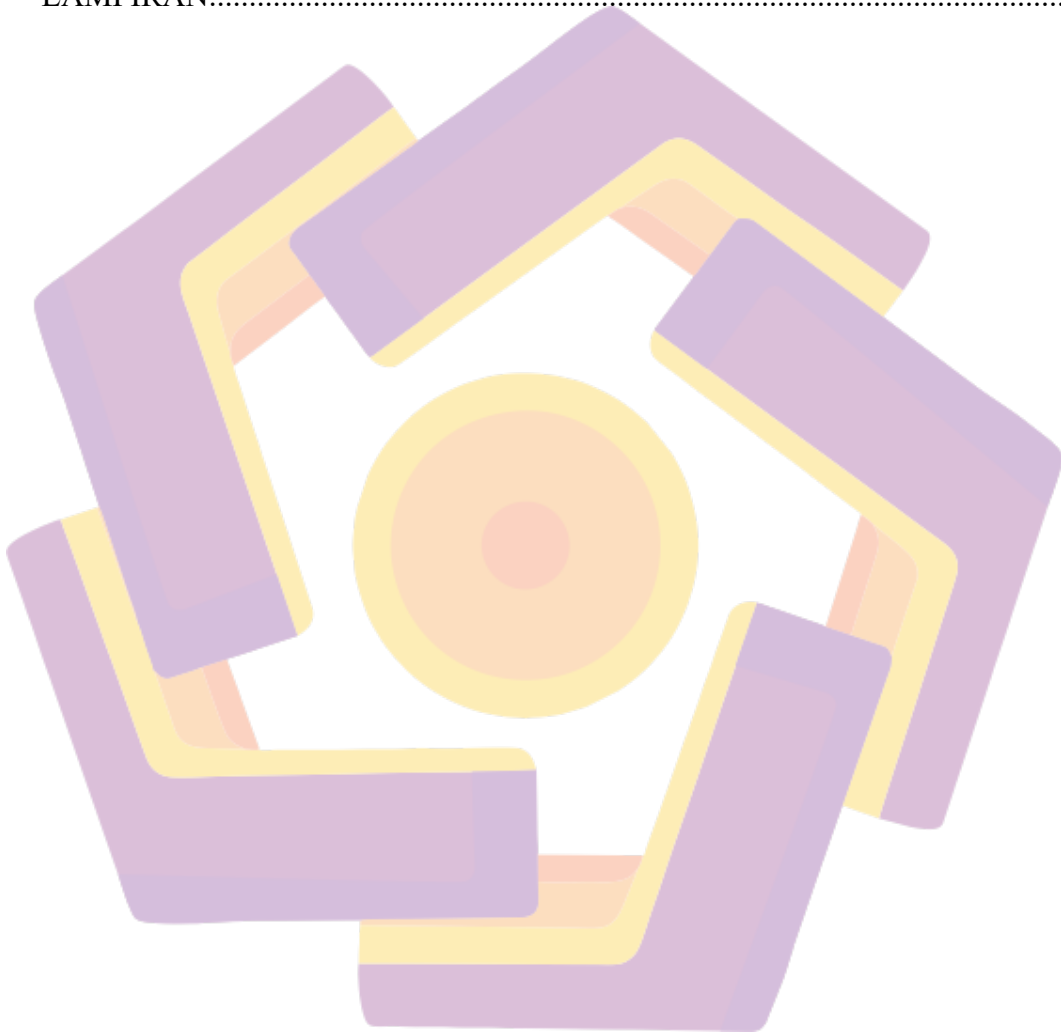
“Hanya kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku”

(QS. Yusuf : 86)

DAFTAR ISI

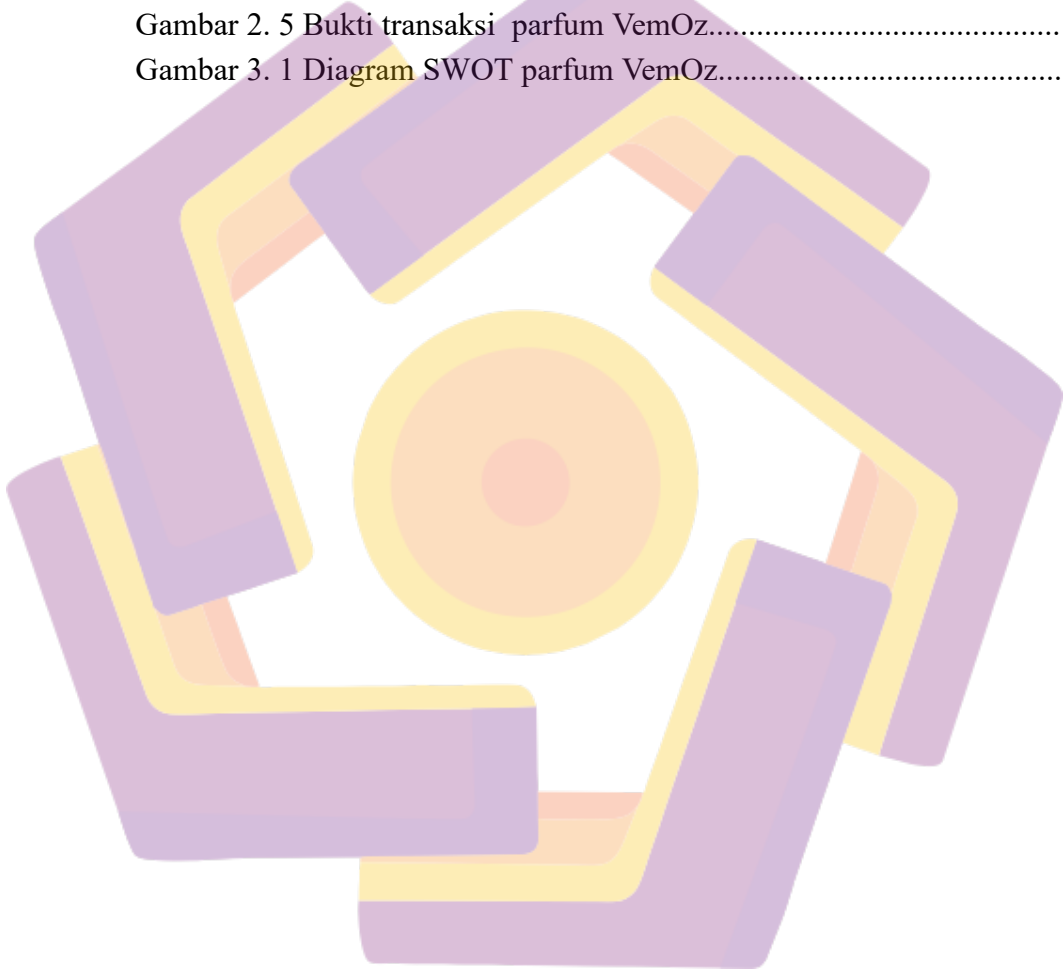
HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Permasalahan konsumen.....	1
1.2 Solusi dan nilai yang ditawarkan.....	3
1.3 Noble purpose.....	5
1.4 Visi dan Misi.....	5
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	6
2.1 Sejarah bisnis.....	6
2.2 Model bisnis yang dijalankan.....	9
2.3 Produk dan inovasi produk.....	11
2.4 Ukuran pasar.....	13
2.5 Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing.....	16
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	17
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....	23
3.1 Analisis matrix SWOT.....	23
3.2 Matriks IFAS dan EFAS.....	24
3.3 Rencana pengembangan jangka pendek dan jangka panjang.....	29
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	32
4.1 Neraca.....	32
4.2 Laporan laba rugi.....	33
4.3 Arus kas.....	34
4.4 BEP dan ROI.....	35
4.5 Proyeksi keuangan.....	37
BAB V PENUTUP.....	39

5.1 Kesimpulan.....	39
5.2 Saran.....	40
5.2.1 Saran bagi pemilik usaha.....	40
5.2.2 Saran bagi konsumen Parfum VemOz.....	40
5.2.3 Saran bagi penelitian selanjutnya.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 dokumentasi parfum VemOz.....	7
Gambar 2. 2 dokumentasi parfum VemOz.....	8
Gambar 2. 3 Business model canvas Parfum VemOz.....	10
Gambar 2. 4 struktur organisasi parfum VemOz.....	19
Gambar 2. 5 Bukti transaksi parfum VemOz.....	21
Gambar 3. 1 Diagram SWOT parfum VemOz.....	28



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 permasalahan konsumen skandal VemOz.....	2
Tabel 2. 1 produk dan inovasi parfum VemOz.....	12
Tabel 2. 2 indikator dan pesaing parfum VemOz.....	16
Tabel 2. 3 alat dan bahan.....	18
Tabel 3. 1 Analisis Matrix SWOT Parfum VemOz.....	23
Tabel 3. 2 Matrik IFAS Parfum VemOz.....	25
Tabel 3. 3 Matrix EFAS Parfum VemOz.....	26
Tabel 3. 4 Selisih nilai tertimbang Parfum VemOz.....	27
Tabel 3. 5 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang Bisnis Parfum VemOz.....	29
Tabel 4. 1 neraca saldo.....	32
Tabel 4. 2 laporan laba rugi.....	33
Tabel 4. 3 arus kas.....	34

INTISARI

Penelitian ini berjudul “*Strategi Pengembangan Bisnis Parfum Skandal VemOz*” yang dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan industri parfum lokal serta perubahan perilaku konsumen, khususnya di kalangan generasi muda yang menjadikan parfum sebagai bagian dari gaya hidup. Permasalahan utama yang dihadapi Skandal VemOz adalah bagaimana mempertahankan daya saing produk di tengah banyaknya merek parfum dengan karakteristik serupa. Dampak dari permasalahan ini berpotensi menurunkan minat beli konsumen serta menghambat perluasan pasar jika tidak diatasi dengan strategi pengembangan bisnis yang tepat.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan internal dan eksternal melalui analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh bisnis Parfum Skandal VemOz. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi literatur yang relevan, kemudian dianalisis untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan lingkungan pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Skandal VemOz memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar lokal dengan memanfaatkan kekuatan berupa kualitas aroma, harga terjangkau, dan karakter produk yang elegan. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi inovasi aroma dan kemasan, optimalisasi pemasaran digital, serta penguatan identitas merek. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha parfum lokal, khususnya UMKM, sebagai referensi dalam merancang strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: strategi pengembangan, parfum lokal, analisis SWOT, pemasaran digital, UMKM

ABSTRACT

Abstract This study is entitled “Business Development Strategy of Skandal VemOz Perfume” and is motivated by the increasing competition in the local perfume industry as well as changes in consumer behavior, particularly among younger generations who regard perfume as an integral part of their lifestyle. The main issue faced by Skandal VemOz is how to maintain product competitiveness amid the growing number of perfume brands with similar characteristics. If not addressed through appropriate business development strategies, this issue may lead to a decline in consumer purchase interest and hinder market expansion.

The research employs a qualitative descriptive approach using internal and external analyses through the SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). This method is applied to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats influencing the Skandal VemOz perfume business. Data were collected through observation, interviews, and relevant literature studies, and subsequently analyzed to formulate business development strategies aligned with the company’s conditions and the market environment.

The results indicate that Skandal VemOz has significant potential to grow in the local market by leveraging its strengths, including fragrance quality, affordable pricing, and an elegant product character. The recommended development strategies include fragrance and packaging innovation, optimization of digital marketing, and strengthening brand identity. The findings of this study are expected to serve as a reference for local perfume businesses, particularly micro, small, and medium enterprises (MSMEs), in designing sustainable business development strategies.

Keywords: *business development strategy, local perfume, SWOT analysis, digital marketing, MSMEs*