

BAB V

PENGEMBANGAN BISNIS

5.1 Pengembangan Usaha

SoYou juga membuat langkah jangka panjang yang strategis untuk melakukan ekspansi, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat positioning di tengah kompetisi di industri parfum. Upaya tersebut dilakukan untuk menyesuaikan perkembangan bisnis modern dan teknologi yang terus bergerak maju. Oleh karena itu, penerapan berbagai macam strategi akan dilakukan untuk membangun usaha yang terus bertumbuh secara berkelanjutan. Pengembangan mencakup implementasi inovasi, pemasaran, operasional, dan kerjasama strategis untuk memperluas bisnis.

Tabel 5. 1 *Business Plan Projection*

Periode	Kegiatan	Keterangan
Tahun 2026		
Quarter 1	Pembuatan MVP web / app personalisasi aroma	Aroma Match Quiz (Scent Profiling Engine), Scent Personality Result (Profil Personal), Smart Filter by Mood & Occasion (Filter pintar untuk menemukan parfum), Save My Scent Profile
	Optimasi Shopee	Foto/video baru, bundling, perbaikan copywriting
	Mulai konten rutin	3–4 konten/minggu
	Mencari investor	Meningkatkan modal

		dan kebutuhan dana ekspansi bisnis
	Mengajukan legalitas BPOM	BPOM Mood Edition (3 varian)
Quarter 2	Pembukaan e-commerce baru	Tokopedia
	Coba 1–2 retailer besar untuk pitching	Miniso & OH SOME
	Memulai B2B kecil	Hampers untuk lebaran/wedding, corporate gifting kecil
	Mulai micro-influencer	5-10 orang
	Testing A/B web atau app personalisasi aroma	Testing menggunakan 10 user yang merupakan pelanggan tetap SoYou
	Menyiapkan varian produk baru	Melakukan R&D, pembuatan konsep, survey aroma, dan persiapan strategi launching.
Quarter 3	Membuka <i>pop-up booth</i>	Membuka di 2 event yang berbeda untuk meningkatkan brand awareness
	Merilis varian parfum dengan konsep baru	3 varian dengan ukuran 30ml
	Membangun	Whatsapp group

	perfume community SoYou	broadcast & email
	Melakukan kerjasama di segmen hotel kecil, barbershop, atau coworking space (kantor)	Daerah Jabodetabek
	Menambah mesin produksi	Mesin labeling otomatis sederhana dan mesin semi-filling
Quarter 4	Memulai ads Meta & Tiktok	Melakukan konsistensi pembayaran ads setiap bulan dan meningkat secara signifikan ataupun tetap sesuai dengan kebutuhan.
	Merekruit tim tambahan	Social media specialist & tim produksi
	Approach 1-2 perusahaan untuk peningkatan penjualan	Program end-year gifting.
	Finalisasi laporan keuangan lengkap	-
	Tahun 2027	
Quarter 1	Mulai menggunakan software inventaris yang sederhana	HashMicro, Jubelio, dan lainnya

	Melakukan pitching ke retailer untuk memperluas pasar	Watsons & Guardian
	Menyiapkan varian produk baru	Melakukan <i>R&D</i> , pembuatan konsep, survey aroma, dan persiapan strategi launching.
Quarter 2	Menyasar B2B yang besar	Wedding organizer, EO korporat, dan lainnya
	Memperluas TikTok dan Shopee affiliate, serta menggandeng KOL besar	50 orang affiliate dan 2 KOL
	Merilis varian parfum dengan konsep baru	3 varian dengan berbagai ukuran (10ml, 30ml, dan 50ml) dengan konsentrasi extrait de parfum
Quarter 3	Launch komunitas parfum SoYou beserta membership	Telegram & Whatsapp group
	Memulai sub bisnis workshop parfum	1x workshop dalam 1 bulan
Quarter 4	Mulai pembuatan <i>offline store</i> kecil	Booth di mall ataupun lokasi strategis lainnya
	Merekruit tim tambahan	Admin <i>e-commerce</i> & CS untuk menghandle penjualan online dan meningkatkan

		responsivitas terhadap konsumen
	Finalisasi laporan keuangan lengkap	-
Tahun 2028		
Quarter 1	Mengajukan legalitas BPOM	Semua varian lengkap
	Mengajukan copyright	Elemen visual dari SoYou agar tidak ditiru oleh kompetitor
	Membuka <i>flagship store</i> pertama	Outlet store premium di mall
	Melakukan <i>R&D</i> sub kategori parfum dan wewangian	<i>Body mist, linen spray, pengharum ruangan, pengharum otomotif, dan aroma essential</i>
	Ekspansi produk ke 3 retailer besar untuk pitching	Century, AEON, dan Matahari
Quarter 2	Mulai kolaborasi dengan brand lintas kategori industri	Fashion, kopi, otomotif, dan lainnya
	Membuka <i>refill station</i> kecil untuk mendukung <i>sustainability</i>	Penempatan di <i>offline store</i> dan <i>flagship store</i> SoYou
	Ekspansi channel penjualan ke hotel, spa, dan barbershop	10-20 partner
Quarter 3	Ekspansi	Menjual lisensi

	internasional ringan (Konsinyasi diaspora)	penjualan ke distributor lintas negeri atau pengecer dengan <i>consignment</i> sebesar 10% setiap bulan dari omset distributor
	Kolaborasi dengan UMKM lokal (Contohnya membuat event CSR atau pembuatan UMKM)	10 UMKM lokal
	Melakukan market test ke beberapa negara ASEAN terdekat	Malaysia & Singapura
Quarter 4	Membuka fasilitas produksi yang lebih besar	Membeli mesin pabrik untuk pembuatan produk (Mesin filling, mixing, labeling, dan press)
	Mengajukan sertifikasi untuk izin pembukaan fasilitas pabrik	CPKB (Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik), sebagai bukti legal dan standar dari BPOM untuk produksi kosmetik
	Menambah KOL besar	2 KOL

Sumber: Penulis

5.1.1 Pengembangan Produk

SoYou kedepannya akan berfokus pada diferensiasi berbasis teknologi dan memperluas portfolio produk. Teknologi yang dimaksud berupa website ataupun aplikasi yang mendukung personalisasi aroma seperti *scent profiling*, preferensi mood, rekomendasi parfum SoYou berdasarkan karakter dari pengguna teknologi tersebut. Teknologi ini tidak hanya difokuskan untuk meningkatkan pengalaman dan interaksi yang dilakukan dengan konsumen, tetapi juga mendorong keputusan pembelian yang lebih banyak, serta menjadi sumber data pelanggan untuk dikonversikan menjadi pembeli.

SoYou juga akan memperluas variasi dan portfolio produk untuk menghadirkan berbagai varian parfum dengan berbagai ukuran, konsentrasi sampai dengan *extrait de parfum*, konsep baru, dan aroma yang lebih relevan terhadap kebutuhan konsumen. SoYou juga akan berinovasi pada sub kategori wewangian seperti *body mist*, *linen spray*, *home fragrance*, dan lainnya untuk meningkatkan diversifikasi bisnis SoYou. Pengembangan ini disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan dari pasar dan meningkatkan *value* SoYou di industri wewangian lokal.

5.1.2 Ekspansi Channel Penjualan

SoYou kedepannya akan melakukan perluasan channel penjualan agar tidak bergantung pada beberapa platform penjualan saja. SoYou akan melakukan penetrasi paasar melalui kehadiran outlet offline yang modern, serta membuka jaringan konsinyasi di skala nasional dan internasional. SoYou juga akan membuka toko fisik skala kecil seperti booth, sampai dengan *flagship store*.

SoYou juga akan memperluas kerjasama dengan berbagai industri sektor lain seperti hotel, barbershop, spa, coworking space, dan lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk pada segmen pasar yang lebih luas lagi. Ekspansi tersebut juga akan diperluas sampai ke pasar internasional seperti penjualan lisensi penjualan ke distributor atau pengecer asing dari berbagai negara ASEAN.

5.1.3 Penguatan Marketing dan Komunitas

SoYou akan menguatkan branding melalui teknik marketing yang lebih kuat seperti pembuatan konten yang konsisten dan lebih profesional, kolaborasi dengan berbagai KOL, menggunakan berbagai iklan berbayar untuk mempromosikan produk melalui Meta dan Tiktok. Pemasaran juga akan difokuskan dalam membangun narasi atau storytelling yang lebih kuat pada setiap kontennya. Dengan begitu, SoYou dapat menciptakan hubungan yang personal dan emosional dengan konsumen.

Komunitas juga berperan penting dalam strategi jangka panjang dari bisnis SoYou. SoYou akan membangun komunitas parfum yang inklusif dan beranggotakan pelanggan loyal, merupakan pecinta parfum, hingga calon pembeli potensial. Komunitas tersebut akan menjadi wadah bagi brand SoYou untuk mempromosikan produk, menginformasikan peluncuran produk baru, memulai pembahasan seputar parfum, menerima feedback dari pelanggan, menjadi wadah edukasi parfum, dan menjadi alat testing untuk website.

5.1.4 Pengembangan B2B dan Mitra

SoYou akan menargetkan pertumbuhan bisnis di sektor B2B yang berpotensi meningkatkan penjualan secara tinggi. SoYou akan bekerjasama dengan berbagai industri seperti *wedding organizer*, *event organizer*, perusahaan korporat, dan industri lainnya. Contohnya SoYou dapat menjadi gift akhir tahun untuk karyawan perusahaan, menjadi *wedding gift* di suatu pernikahan, maupun bekerjasama menjadi sponsor atau partner strategis lainnya dalam event. Channel tersebut akan meningkatkan penjualan dalam jumlah yang besar secara signifikan.

SoYou juga berencana menjalin kolaborasi penjualan lintas industri seperti pada sektor kopi, fashion, otomotif, dan lifestyle untuk peningkatan *awareness* dan memperluas segmentasi pelanggan. SoYou juga akan mengembangkan jaringan dengan UMKM lokal melalui pembuatan event bersama maupun program CSR. Hal ini dapat memperkuat *value* dan citra brand, serta memberikan dampak positif nyata

bagi industri dan masyarakat di Indonesia.

5.1.5 Penguatan Operasional dan Infrastruktur Bisnis

SoYou akan fokus terhadap pengembangan dan efisiensi dari sistem operasional yang sudah berjalan. SoYou akan mengadopsi berbagai software untuk memperbaiki pencatatan inventaris dan pembangunan alur produksi yang dapat diawasi secara *real-time* dimanapun. SoYou juga akan meningkatkan skala produksi dengan menambahkan mesin-mesin yang memudahkan dan mengefisienkan pembuatan produk. Contohnya seperti mesin filling, mixing, labeling, dan press agar produk lebih konsisten dan akurat sesuai dengan SOP.

Selain itu, SoYou merencanakan pembangunan fasilitas produksi dengan skala yang lebih besar untuk memenuhi permintaan pasar. Fasilitas produksi ditargetkan memperoleh standar dari pemerintah melalui sertifikasi CPKB resmi sebagai produksen dari produk kosmetik. SoYou juga akan memperkuat legalitas melalui pendaftaran BPOM untuk seluruh varian produk untuk mendapatkan izin edar produk, serta perlindungan hak cipta pada setiap elemen visual dari brand SoYou. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas dan keamanan dalam melakukan ekspansi produk.

5.1.6 Penguatan Operasional dan Infrastruktur Bisnis

Struktur organisasi yang lebih kuat dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. SoYou akan menambahkan SDM pada bidang pemasaran, e-commerce, produksi, dan customer service untuk memastikan setiap anggota perusahaan menjalankan jobdesnya secara terfokus dan optimal. Penambahan tim juga dilakukan untuk mendukung proses ekspansi jangka panjang dan menjaga kualitas layanan secara langsung terhadap pelanggan. SoYou akan melakukan produksi sebanyak 300 pcs per bulan. Pada setiap kuarter, SoYou akan meningkatkan jumlah produksi sebanyak 110%.

SoYou juga akan secara aktif mencari pendanaan melalui investor dalam melakukan ekspansi. Pendanaan tersebut akan digunakan untuk pengembangan

teknologi personalisasi, membangun fasilitas produksi yang lebih besar, membuka outlet offline, dan *flagship store*. Dengan begitu, pertumbuhan bisnis dapat dilakukan secara cepat dan signifikan tanpa mengorbankan kualitas dari produk.

5.1 Proyeksi Keuangan

5.1.1 Kebutuhan Biaya

Proyeksi kebutuhan biaya SoYou dari tahun 2026 hingga 2028 menunjukkan pola investasi yang bertumbuh secara bertahap, terukur, dan selaras dengan strategi ekspansi bisnis. Berikut merupakan tabel rincian biaya yang dibutuhkan SoYou selama periode tahun 2026 hingga 2028:

Tabel 5. 2 Rincian Biaya 2026

NO	RINCIAN BIAYA	2026				Keterangan
		Harga 1x Beli	Add Qty	Total		
1	Produksi	Rp40,000	1000	Rp40,000,000		Q1 (Jan-Mar)
	Social Media Ads	Rp6,000,000	3	Rp18,000,000		
	MVP Web/App	Rp15,000,000	1	Rp15,000,000		
	Optimasi Shopee	Rp2,500,000	1	Rp2,500,000		
	BPOM	Rp1,500,000	1	Rp1,500,000		
	Total Q1			Rp77,000,000		
2	Produksi	Rp40,000	1180	Rp47,200,000		Q2 (Apr-Jun)
	Social Media Ads	Rp6,000,000	3	Rp18,000,000		
	Micro Influencer	Rp600,000	5	Rp3,000,000		
	A/B Testing MVP	Rp3,500,000	1	Rp3,500,000		

	New E-commerce (Tiktok Shop)	Rp2,500,000	1	Rp2,500,000	
	Total Q2			Rp74,200,000	
3	Produksi	Rp40,000	1510	Rp60,400,000	Q3 (Jul-Sep)
	Social Media Ads	Rp6,000,000	3	Rp18,000,000	
	Pop-up Booth	Rp12,000,000	1	Rp12,000,000	
	Community	Rp5,000,000	1	Rp5,000,000	
	Partnership	Rp4,000,000	1	Rp4,000,000	
	Total Q3			Rp99,400,000	
4	Produksi	Rp40,000	1888	Rp75,520,000	Q4 (Okt-Des)
	Social Media Ads	Rp6,000,000	3	Rp18,000,000	
	Corporate Sales Approach	Rp7,000,000	1	Rp7,000,000	
	Total Q4			Rp100,520,000	
TOTAL KEBUTUHAN DANA TAHUN 2026				Rp351,120,000	

Tabel 5. 3 Rincian Biaya 2027

NO	RINCIAN BIAYA	2027			
		Harga 1x Beli	Add Qty	Total	Keterangan
1	Produksi	Rp40,000	1982	Rp79,280,000	Q1 (Jan-Mar)
	Software Inventaris	Rp2,000,000	1	Rp2,000,000	

	Social Media Ads	Rp7,200,000	3	Rp21,600,000	
	Pitching ke retailer	Rp3,500,000	1	Rp3,500,000	
	R&D Varian Produk Baru	Rp5,000,000	1	Rp5,000,000	
	Total Q1			Rp111,380,000	
2	Produksi	Rp35,000	2000	Rp70,000,000	Q2 (Apr-Jun)
	Perluasan Tiktok & Shopee Affiliate	Rp2,500,000	2	Rp5,000,000	
	Social Media Ads	Rp7,200,000	3	Rp21,600,000	
	KOL Besar	Rp6,000,000	2	Rp12,000,000	
	Pengembangan B2B Besar	Rp8,000,000	1	Rp8,000,000	
	Total Q2			Rp116,600,000	
3	Produksi	Rp35,000	2600	Rp91,000,000	Q3 (Jul-Sep)
	Launch SoYou Perfume Community	Rp7,000,000	1	Rp7,000,000	
	Social Media Ads	Rp7,200,000	3	Rp21,600,000	
	Develop Membership	Rp8,000,000	1	Rp8,000,000	
	Sub Bisnis Workshop Parfum	Rp12,000,000	1	Rp12,000,000	

	Total Q3			Rp139,600,000	
4	Produksi	Rp35,000	3250	Rp113,750,000	Q4 (Okt-Des)
	Social Media Ads	Rp7,200,000	3	Rp21,600,000	
	Rekrutmen Tim	Rp5,000,000	2	Rp10,000,000	
	Total Q4			Rp145,350,000	
TOTAL KEBUTUHAN DANA TAHUN 2027				Rp512,930,000	

Tabel 5. 4 Rincian Biaya 2028

NO	RINCIAN BIAYA	2028				Keterangan
		Harga 1x Beli	Add Qty	Total		
1	Produksi	Rp35,000	3000	Rp105,000,000		Q1 (Jan-Mar)
	BPOM Varian Baru	Rp1,500,000	1	Rp1,500,000		
	Social Media Ads	Rp8,300,000	3	Rp24,900,000		
	Pitching ke retailer	Rp3,500,000	1	Rp3,500,000		
	Copyright & IP Admin	Rp5,000,000	1	Rp5,000,000		
	Opening flagship store	Rp40,000,000	1	Rp40,000,000		
	R&D Sub Kategori Parfum	Rp7,500,000	1	Rp7,500,000		

	Gaji	Rp5,000,000	7	Rp35,000,000	
	Total Q1			Rp222,400,000	
2	Produksi	Rp35,000	3600	Rp126,000,000	Q2 (Apr-Jun)
	Collab Brand Lintas Kategori	Rp5,000,000	1	Rp5,000,000	
	Setup Refill Station Kecil	Rp15,000,000	1	Rp15,000,000	
	Ekspansi Channel	Rp4,000,000	1	Rp4,000,000	
	Campaign & Affiliate	Rp5,000,000	1	Rp5,000,000	
	Social Media Ads	Rp8,300,000	3	Rp24,900,000	
	Gaji	Rp5,000,000	7	Rp35,000,000	
	Total Q2			Rp214,900,000	
3	Produksi	Rp35,000	4200	Rp147,000,000	Q3 (Jul-Sep)
	Ekspansi Internasional	Rp8,000,000	1	Rp8,000,000	
	Collab dengan UMKM Lokal	Rp2,000,000	2	Rp4,000,000	
	Market Test (Singapore & Malay)	Rp3,000,000	2	Rp6,000,000	
	Social Media Ads	Rp8,300,000	3	Rp24,900,000	

	Gaji	Rp5,000,000	7	Rp35,000,000	Q4 (Okt-Des)
	Total Q3			Rp224,900,000	
4	Produksi	Rp35,000	5000	Rp175,000,000	
	Fit-out fasilitas produksi	Rp35,000,000	1	Rp35,000,000	
	Sertifikasi & Izin Fasilitas Pabrik	Rp9,000,000	1	Rp9,000,000	
	Social Media Ads	Rp8,300,000	3	Rp24,900,000	
	KOL Besar	Rp10,000,000	2	Rp20,000,000	
	Gaji	Rp5,000,000	7	Rp35,000,000	
	Total Q4			Rp298,900,000	
	TOTAL KEBUTUHAN DANA TAHUN 2028			Rp961,100,000	

Pada tahun 2026, kebutuhan biaya masih didominasi oleh pengembangan fondasi bisnis seperti kebutuhan marketing, operational, dan human resource. Total kebutuhan dalam tahun ini masih berada pada level moderat, mencerminkan fase validasi pasar dan membangun awareness startup. Memasuki tahun 2027, alokasi biaya meningkat yang mengarah pada perluasan aktivitas bisnis. Aktivitas ini berupa investasi pada jumlah produksi skala besar, software inventaris, R&D varian baru, KOL, etc. Kenaikan kebutuhan biaya pada tahun ini bersifat strategis karena SoYou mulai memperkuat diversifikasi produk dan channel distribusi, sekaligus membangun community. Pada tahun 2028, kebutuhan biaya mengalami peningkatan yang signifikan karena SoYou ingin akses ke fase ekspansi skala besar. Meskipun biaya yang dibutuhkan relatif tinggi, pengeluaran ini menunjukkan pergeseran SoYou dari brand UMKM menuju bisnis yang siap memasuki tahap industrialisasi.

dan ekspor. Secara keseluruhan, proyeksi kebutuhan biaya selama tiga ke depan menunjukkan bahwa SoYou mengikuti jalur pertumbuhan yang progressive namun tetap prudent. Setiap peningkatan biaya didasarkan oleh tujuan bisnis yang jelas, mulai dari validasi pasar, scale-up dan diversifikasi, hingga ekspansi operasional dan international. Pola pengembangan bisnis ini menunjukkan bahwa SoYou memiliki roadmap keuangan yang kuat, berorientasi jangka panjang, dan selaras dengan fase perkembangan brand parfum yang sedang bertumbuh.

5.1.2 Proyeksi Penjualan

Berikut merupakan proyeksi penjualan SoYou selama periode 2026 hingga 2028:

Tabel 5. 5 Proyeksi Penjualan 2026

PROYEKSI PENJUALAN	2026			
	Q1	Q2	Q3	Q4
Target Penjualan	1000	1180	1510	1888
Harga Jual Produk	Rp99,000	Rp99,000	Rp99,000	Rp99,000
Total	Rp99,000,000	Rp116,820,000	Rp149,490,000	Rp186,912,000
Total Proyeksi Penjualan Tahun 2026				Rp552,222,000

Tabel 5. 6 Proyeksi Penjualan 2027

PROYEKSI PENJUALA N	2027			
	Q1	Q2	Q3	Q4
Target Penjualan	1982	2000	2600	3250

Harga Jual Produk	Rp99,000	Rp99,000	Rp99,000	Rp99,000
Total	Rp196,218,00 0	Rp198,000,00 0	Rp257,400,00 0	Rp321,750,00 0
Total Proyeksi Penjualan Tahun 2027				Rp973,368,00 0

Tabel 5. 7 Proyeksi Penjualan 2027

PROYEKSI PENJUALAN	2028			
	Q1	Q2	Q3	Q4
Target Penjualan	3000	3600	4200	5000
Harga Jual Produk	Rp99,000	Rp99,000	Rp99,000	Rp99,000
Total	Rp297,000,00 0	Rp356,400,00 0	Rp415,800,00 0	Rp495,000,000
Total Proyeksi Penjualan Tahun 2028				Rp1,564,200,00 0

Pada tahun 2026 kuartal 1, penjualan diproyeksikan mencapai 1.000 pcs atas dasar target penjualan kampus sebesar Rp25.000.000 per bulan. Dengan harga produk Rp89.000 dan Rp99.000 per pcs, kebutuhan penjualan SoYou per bulan sekitar 300 pcs atau 900 pcs per kuartal. Dari kebutuhan 900 pcs, target dimarkup menjadi 1.000 pcs sebagai margin buffer untuk menghadapi potensi peningkatan demand. Proyeksi penjualan SoYou selama periode 2026 hingga 2028 menunjukkan pola pertumbuhan yang stabil dan realistik sesuai dengan tahapan bisnis yang sedang memasuki fase

pengembangan dan mengikuti proyeksi kegiatan yang akan dilakukan pada periode tersebut. Penjualan pada tahun 2026, meningkat secara bertahap karena adanya repeat buyer, momentum positif dari word of mouth, bertambahnya testimoni, dan meningkatnya brand awareness. Tahun 2027 menjadi titik penting karena SoYou ingin meluncurkan produk varian baru yang memberikan gebrakan baru untuk memberikan tekanan inovasi bagi pesaing di industri parfum. Memasuki tahun 2028, SoYou memulai tahap ekspansi melalui pembangunan fasilitas produksi yang lebih proper dan pengurusan izin serta sertifikasi. Meskipun startup sedang fokus berinvestasi, penjualan tetap meningkat secara terukur setiap kuartal. Secara keseluruhan, proyeksi penjualan ini menggambarkan pertumbuhan yang progresif, mencerminkan potensi SoYou untuk terus berkembang dan memperluas pasar secara konsisten.

5.1.3 Proyeksi Laba Rugi

Bagian ini menggambarkan proyeksi laba rugi SoYou selama periode 2026 hingga 2028, berikut merupakan tabelnya:

Tabel 5. 8 Proyeksi Laba Rugi

NO	PROYEKSI LABA RUGI	PERIODE			
		2026	2027	2028	
1	PENDAPATAN				
	Penjualan	Rp552,222,000	Rp973,368,000	Rp1,564,200,000	
	Total Pendapatan			Rp3,089,790,000	
2	PENGELUARAN				
	Total Beban & Pengeluaran	Rp351,120,000	Rp512,930,000	Rp961,100,000	

Total Laba/Rugi	Rp201,102,000	Rp460,438,000	Rp603,100,000
-----------------	---------------	---------------	---------------

Proyeksi laba rugi ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan SoYou akan mengalami pertumbuhan yang signifikan selama periode 2026 hingga 2028. Pada proyeksi pendapatan, mencapai Rp1.564.200.000 pada tahun 2028 dan ini mencerminkan ekspansi pasar, peningkatan permintaan, serta efektivitas strategi pemasaran dan pengelolaan operasional. Di sisi lain, beban dan pengeluaran operasional juga mengalami peningkatan seiring bertambahnya skala usaha. Meski demikian, pertumbuhan pendapatan tetap jauh lebih besar dibandingkan kenaikan biaya, sehingga SoYou tetap menghasilkan laba bersih yang semakin meningkat tiap tahunnya. Secara keseluruhan, proyeksi laba rugi ini menunjukkan bahwa startup SoYou berada pada arah pertumbuhan yang positif, punya kemampuan menghasilkan profit yang terus meningkat, dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut dalam jangka menengah. Proyeksi ini juga menjadi dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis terkait investasi, pengelolaan biaya, dan ekspansi bisnis ke depan.

5.2 Pengembangan Bisnis Sebagai Social Media Specialist

Sebagai seorang Social Media Specialist, penulis perlu memiliki visi yang jelas mengenai bagaimana media sosial dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan SoYou dalam jangka panjang. Peran ini bukan hanya menjalankan aktivitas harian seperti membuat konten atau menjadwalkan posting, tetapi juga merancang arah pengembangan yang dapat memperluas jangkauan brand, memperkuat citra, dan mendorong peningkatan penjualan. Oleh karena itu, penulis menyusun beberapa rencana strategis yang dapat digunakan sebagai panduan pengembangan media sosial SoYou ke depan.

5.2.1 Mengoptimalkan TikTok Sebagai Saluran Utama Untuk Awareness

TikTok adalah platform yang sangat kuat untuk menjangkau audiens muda.

Ke depan, penulis akan fokus membuat konten yang lebih mengikuti tren, mudah dipahami, dan sesuai dengan gaya konten cepat yang banyak muncul di TikTok. Ini termasuk membuat format video pendek, behind the scene, konten viral, serta video yang menunjukkan reaksi pengguna terhadap aroma SoYou. Sehingga pendekatan ini dapat mempercepat pertumbuhan brand awareness.

5.2.2 Menyusun Strategi Paid Advertising untuk Meningkatkan Performa Penjualan

Penulis juga berencana memanfaatkan iklan berbayar di TikTok Ads dan Instagram Ads untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan spesifik. Strategi ini dapat membantu meningkatkan traffic ke e-commerce dan mendukung penjualan, terutama ketika SoYou memiliki promo khusus atau produk baru.

5.2.3 Berkolaborasi dengan KOL dan Influencer Ternama

Penulis juga memiliki rencana untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan SoYou melalui kerja sama dengan berbagai tipe influencer. Upaya ini dimulai dari menggandeng micro influencer yang memiliki komunitas kecil namun aktif, sehingga pesan dan pengalaman menggunakan parfum SoYou dapat tersampaikan dengan lebih personal. Selain itu, penulis juga berencana bekerja sama dengan macro influencer untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan exposure brand, terutama pada momen peluncuran varian baru atau kampanye tertentu. Tidak hanya itu, penulis ingin melibatkan beauty reviewer sebagai pihak yang memberikan ulasan yang lebih objektif dan dapat dipercaya oleh konsumen. Setiap bentuk kolaborasi akan disesuaikan dengan karakter dan mood dari masing-masing varian parfum, agar tetap selaras dengan identitas SoYou yang mengutamakan pengalaman aroma dan suasana yang relevan dengan pengguna. Dengan cara ini, penulis berharap SoYou dapat membangun kepercayaan yang lebih kuat sekaligus menjangkau pasar yang lebih luas.

5.2.4 Menyiapkan Kolaborasi dengan Brand atau Komunitas Lain

Menyiapkan kolaborasi dengan brand atau komunitas lain menjadi salah satu langkah yang ingin penulis dorong untuk pengembangan SoYou ke depannya. Penulis melihat bahwa anak muda cenderung tertarik pada brand yang aktif, dekat dengan komunitas, dan hadir di ruang yang mereka anggap relevan. Karena itu, penulis ingin membawa SoYou terlibat dalam kerja sama dengan brand lokal lain yang memiliki audiens serupa, komunitas kreatif yang sering mengadakan kegiatan, hingga acara kampus yang ramai dikunjungi mahasiswa. Selain memperluas jangkauan, kolaborasi semacam ini juga dapat membantu SoYou tampil lebih dekat dengan kehidupan anak muda sehari hari. Penulis berharap strategi ini bisa membuka peluang pasar baru, memperkuat citra SoYou sebagai brand parfum lokal yang dinamis dan mudah diterima, serta membuat SoYou lebih dilihat di berbagai ruang yang sering diakses oleh banyak audiens atau target pasar.

5.2.5 Membangun Aktivasi Komunitas Pengguna SoYou

Untuk kedepannya, penulis ingin mengembangkan aktivasi komunitas pengguna SoYou sebagai salah satu strategi untuk memperkuat kedekatan antara brand dan konsumennya. Langkah ini dimulai dengan membangun komunitas kecil yang terdiri dari pelanggan loyal, pengguna yang aktif memberikan review mengenai aroma parfum, serta kelompok Gen Z yang terbiasa membagikan pengalaman mereka di media sosial. Kehadiran komunitas ini diharapkan dapat menjadi wadah berbagi pengalaman, rekomendasi, dan opini mengenai varian parfum SoYou. Jika komunitas ini terbentuk dengan baik, maka akan muncul dorongan promosi dari mulut ke mulut yang lebih natural dan organik. Selain meningkatkan awareness, komunitas tersebut juga dapat membantu SoYou memahami perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen sehingga brand dapat berkembang dengan arah yang lebih sesuai dengan pasar.

5.2.6 Penerapan AI-Based Fragrance Recommendation

Penulis melihat peluang untuk membawa pengalaman memilih parfum SoYou ke tahap yang lebih personal melalui pemanfaatan kecerdasan buatan. Sistem ini berfungsi membaca kecenderungan aroma yang disukai pengguna, suasana yang

sering mereka rasakan, serta jenis aktivitas yang memperngaruhi pemilihan wangi. Pendekatan tersebut dapat diterapkan melalui chatbot pada media sosial maupun laman resmi SoYou, sehingga pengguna tetap dapat mengeksplorasi aroma tanpa menghadiri booth atau retail secara langsung. Dengan hadirnya sistem rekomendasi berbasis kecerdasan buatan ini, konsumen tidak hanya diarahkan pada pilihan wangi secara umum, tetapi dibantu menemukan aroma yang selaras dengan karakter dan ritme hidup mereka. Pengalaman memilih parfum menjadi lebih menyatu dengan kebutuhan pribadi, bukan sekadar proses transaksi.

5.2.7 Penggunaan Social Media Ads sebagai Strategi Peningkatan Konversi

Sebagai bagian dari pengembangan fungsi Social Media Specialist, diperlukan perencanaan strategi promosi berbayar yang terukur dan berorientasi pada peningkatan konversi penjualan. Oleh karena itu, disusun simulasi penggunaan anggaran social media ads untuk menggambarkan potensi dampak iklan terhadap peningkatan penjualan dan profitability usaha SoYou. Berikut merupakan tabel simulasi budget social media ads :

Tabel 5. 9 Simulasi Budget Ads

Budget Iklan	Rp1.000.000
Estimasi jangkauan iklan	45.000 akun
Estimasi klik (CTR ±1,25%)	700 klik
Tingkat konversi	7%
Jumlah pembelian	49 unit
Total pendapatan kotor	Rp4.851.000
Estimasi laba bersih (40%)	Rp1.940.400
Selisih laba terhadap biaya iklan	+Rp940.400
Keterangan	Menguntungkan

Simulasi penggunaan Instagram Ads ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai potensi efektivitas promosi digital dalam mendukung peningkatan konversi penjualan dan profitability usaha SoYou, khususnya pada produk dengan harga yang relatif terjangkau. Dengan alokasi anggaran iklan sebesar Rp1.000.000 selama periode satu bulan, aktivitas iklan diperkirakan mampu

menjangkau sekitar 45.000 akun. Dari jumlah tersebut, estimasi tingkat klik (click-through rate) berada pada kisaran 1,55% atau setara dengan sekitar 700 klik, yang kemudian diasumsikan menghasilkan tingkat konversi sebesar 7%, sehingga diperoleh kurang lebih 49 transaksi pembelian.

Berdasarkan harga rata-rata produk sebesar Rp99.000, total pendapatan kotor yang dihasilkan dari aktivitas tersebut diperkirakan mencapai Rp4.851.000. Dengan mempertimbangkan margin keuntungan bersih usaha sebesar ±40%, laba bersih yang diperoleh diperkirakan sebesar Rp1.940.400. Setelah dikurangi dengan biaya iklan yang dikeluarkan, usaha masih menunjukkan selisih keuntungan sebesar Rp940.400. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan Instagram Ads pada simulasi ini berada dalam kondisi yang menguntungkan bagi usaha.

Hasil simulasi tersebut menunjukkan bahwa meskipun strategi komunikasi yang diterapkan tidak diarahkan pada penjualan secara langsung, melainkan lebih menekankan pada penguatan storytelling dan positioning brand, dukungan iklan berbayar tetap memiliki peran dalam mendorong peningkatan minat beli konsumen. Dengan demikian, peran Social Media Specialist tidak hanya terbatas pada upaya meningkatkan brand awareness, tetapi juga memberikan kontribusi tidak langsung terhadap peningkatan penjualan serta profitability usaha secara berkelanjutan.

