

BAB V

PENGEMBANGAN BISNIS

5.1 Pengembangan Usaha

Berdasarkan analisis model bisnis dan evaluasi kinerja yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, strategi pengembangan usaha dirancang untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan Noir'e ke tahap yang lebih kompetitif. Strategi ini disusun dengan mempertimbangkan posisi Noir'e sebagai *brand fashion* wanita yang mengusung konsep minimalis, *versatile*, dan fungsional, serta memanfaatkan momentum positif dari hasil *pivot*, hasil respon pasar yang diterima dan strategi pemasaran yang telah dijalankan.

Pengembangan usaha Noir'e pada tahun 2026 tidak hanya fokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga mencakup penyempurnaan kualitas produk, penguatan struktur organisasi, oprimalisasi operasional, serta pengelolaan keuangan dan *brand awarness*. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa setiap tahapan pertumbuhan bisnis berjalan secara bertahap, realistis, dan memiliki landasan strategi yang kuat.

Secara umum, rencana pengembangan usaha Noir'e diarahkan pada tiga tujuan utama yaitu: 1) meningkatkan nilai tambah produk dan pengalaman konsumen, 2) memperluas jangkauan pasar baik secara online maupun offline, serta 3) membangun fondasi operasional dan manajerial yang stabil untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang. Sejalan dengan tujuan tersebut, beberapa aspek prioritas pengembangan usaha dirumuskan dalam sub-bab berikut ini.

5.1.1 Pengembangan Produk (*Product Development*)

Strategi pengembangan produk Noir'e akan tetap sejalan dengan *core value* perusahaan, yaitu menghadirkan pakaian yang mendukung mobilitas wanita *modern*. Mengingat kesuksesan produk Nara Sleeveless Top dan Nala Striped Shirt yang diminati karena fleksibilitas gayanya,

Noir'e berencana untuk melakukan diversifikasi kategori produk. Jika saat ini fokus produk masih pada atasan (*tops*), maka pada tahap pengembangan berikutnya Noir'e akan memperluas lini produk ke koleksi bawahan (*bottoms*) yang dirancang dengan konsep *adjustable* dan *timeless*.

Pengembangan ini bertujuan untuk memberikan solusi *outfit* yang lengkap bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan nilai transaksi per-pelanggan. Kemudian Noir'e berencana mengeksplorasi bahan-bahan kain untuk meningkatkan kualitas produk sekaligus meningkatkan nilai dari produk dengan tetap mempertahankan karakter minimalis yang menjadi identitas brand. Upaya untuk peningkatan kualitas akan melalui pemilihan bahan kain yang nyaman, melakukan pengujian penggunaan, serta pengembangan detail desain yang lebih rapi dan fungsional.

5.1.2 Pengembangan Pasar (*Market Development*)

Pada tahun 2026, pengembangan pasar Noir'e diarahkan pada perluasan jangkauan distribusi baik melalui kanal offline maupun online. Pada ranah offline, Noir'e berencana menjadikan bazar, pop-up booth, dan pameran sebagai agenda rutin strategis untuk meningkatkan pemasaran brand identity ataupun pemasaran produk, memperkuat *engagement* dengan konsumen, serta dapat memperoleh insight langsung terkait preferensi pasar dan meningkatkan penjualan.

Sementara pada ranah online, Noir'e akan melakukan optimalisasi penjualan pada platform marketplace (Shopee, TikTok Shop), penguatan online store, serta memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, komunikasi brand, dan dapat dengan mudah mengetahui tren yang sedang ramai.

5.1.3 Strategi Pemasaran dan Branding

Strategi pemasaran Noir'e akan difokuskan pada penguatan identitas merek sebagai brand fashion wanita yang elegan, sederhana, fungsional, dan

tetap terjangkau. Arah branding ini bertujuan membentuk persepsi konsumen bahwa produk Noir'e tidak hanya berfungsi sebagai pakaian, tetapi sebagai representasi gaya hidup minimalis dan modern.

Aktivitas pemasaran akan dilakukan melalui pendekatan content marketing, *storytelling brand*, strategi kampanye, kolaborasi dengan influencer/KOL, serta pemanfaatan user-generated content untuk meningkatkan *brand awarness* dan membangun hubungan emosional dengan konsumen.

Sebagai implementasi rutin, Noir'e menargetkan produksi konten media sosial minimal 3 konten/minggunya yang berfokus pada edukasi gaya berpakaian, inspirasi mix and match, product highlight dan konten interaktif dengan audiens. Selain itu kegiatan promosi iklan secara rutin untuk meningkatkan *reach*, *insight* dan juga *engagement*, sekaligus menarik pelanggan baru serta mengarahkan trafik ke kanal penjualan utama.

5.1.4 Pengembangan Operasional (*Operational Development*)

Pengembangan operasional Noir'e diarahkan pada peningkatan efisiensi kerja, konsistensi kualitas produk, serta penguatan sistem pengendalian operasional. Pada tahap sebelumnya, sebagian besar aktivitas operasional masih ditangani langsung oleh CEO, sehingga berpotensi menimbulkan beban kerja yang tinggi dan keterbatasan dalam pengawasan proses secara detail. Oleh karena itu, pada fase pengembangan ini, Noir'e merencanakan penguatan struktur operasional dengan menambah personel yang secara khusus bertanggung jawab pada fungsi operasional bisnis.

Penambahan tim operasional diharapkan dapat meningkatkan efektivitas koordinasi produksi, pengelolaan persediaan, serta distribusi produk kepada konsumen. Dengan adanya pembagian peran yang lebih fokus, alur kerja operasional menjadi lebih terstruktur, beban kerja lebih

merata, dan risiko keterlambatan maupun kesalahan operasional dapat diminimalkan.

Selain penguatan struktur tim, Noir'e juga melakukan pengembangan sistem operasional melalui penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi, quality control berlapis, serta sistem penjadwalan produksi dan distribusi. SOP produksi berfungsi sebagai pedoman teknis yang mengatur standar pengerjaan produk, sementara quality control dilakukan secara berlapis untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas sebelum dipasarkan. Sistem penjadwalan diterapkan untuk mengatur alur produksi dan pengiriman agar berjalan sesuai target waktu yang telah ditetapkan.

Penerapan strategi pengembangan operasional tersebut dirangkum dalam Tabel 5.1 yang menggambarkan area operasional, strategi yang diterapkan, mekanisme implementasi, indikator kinerja, serta fungsi kontrol yang digunakan oleh Noir'e.

Tabel 5. 1 Strategi Pengembangan Operasional Noir'e

Area Operasional	Strategi	Implementasi	Indikator	Fungsi kontrol
Produksi	Peningkatan kualitas & efisiensi	SOP produksi dan quality control berlapis	Produk layak jual sesuai standar	Checklist QC dan evaluasi produksi
Penjualan	Kecepatan & ketepatan pesanan	Pengelolaan pesanan marketplace (Shopee, TikTok Shop)	>90% pesanan terkirim tepat waktu	Monitoring dashboard marketplace
Tim Operasional	Fokus dan pemerataan beban kerja	Penambahan personel operasional	Beban kerja lebih seimbang	Evaluasi kinerja operasional

Sumber: Penullis, 2026

5.1.5 Pengembangan Manajemen dan Organisasi

Pengembangan manajemen dan organisasi merupakan elemen penting dalam mendukung keberlanjutan dan skalabilitas bisnis Noir'e. Seiring dengan pertumbuhan kapasitas usaha, perusahaan tidak hanya membutuhkan strategi pemasaran dan produk yang kuat, tetapi juga sistem manajerial yang mampu mengoordinasikan seluruh aktivitas bisnis secara efektif dan terstruktur. Oleh karena itu, pengembangan usaha Noir'e diarahkan pada penguatan struktur organisasi, standarisasi proses kerja, serta kesiapan tim dalam menghadapi peningkatan skala bisnis hingga akhir tahun 2026.

Tabel 5. 2 Strategi Manajemen dan Organisasi Noir'e

Aspek manajemen	Strategi	Implementasi	Output	Fungsi kontrol
Struktur organisasi	Lean organization	Pembagian peran dan beban kerja jelas	Koordinasi efektif	Evaluasi peran
SOP kerja	Standarisasi proses kerja	Dokumen SOP internal	Kerja terarah	Review SOP
Pengembangan tim	Kesiapan skala bisnis	Penambahan personel/tim baru	Operasional stabil	Evaluasi kinerja

Sumber: Penulis, 2026

Pada tahap awal, Noir'e menerapkan struktur organisasi yang ramping (*lean organization*) dengan pembagian peran dan tanggung jawab yang jelas. Pendekatan ini dipilih untuk menjaga fleksibilitas organisasi, mempercepat pengambilan keputusan, serta memastikan koordinasi kerja berjalan efektif meskipun jumlah tim masih terbatas. Kejelasan peran juga

membantu meminimalisir tumpang tindih pekerjaan dan meningkatkan akuntabilitas masing-masing fungsi.

Selain penguatan struktur organisasi, Noir'e menyusun dan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) kerja sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas operasional dan manajerial. SOP ini mencakup alur kerja utama, standar koordinasi antar fungsi, serta aturan kerja yang harus dipatuhi oleh tim internal maupun mitra eksternal. Dengan adanya SOP, proses kerja menjadi lebih terarah, konsisten, dan mudah dievaluasi. Fungsi kontrol pada aspek ini dilakukan melalui peninjauan dan pembaruan SOP secara berkala agar tetap relevan dengan perkembangan bisnis.

Dalam rangka mempersiapkan pertumbuhan bisnis jangka menengah, Noir'e juga merancang strategi pengembangan tim yang berfokus pada kesiapan skala bisnis. Penambahan personel pendukung pada fungsi operasional direncanakan apabila volume produksi dan aktivitas pemasaran meningkat. Strategi ini bertujuan untuk menjaga stabilitas operasional, pemerataan beban kerja, serta meningkatkan efektivitas pelaksanaan strategi bisnis secara keseluruhan.

Fungsi kontrol manajemen dan organisasi dilakukan melalui evaluasi kinerja tim dan penilaian kesesuaian peran terhadap kebutuhan bisnis. Evaluasi ini menjadi dasar bagi pengambilan keputusan manajerial, seperti penyesuaian struktur kerja, perbaikan SOP, serta perencanaan penambahan sumber daya manusia. Dengan pendekatan tersebut, pengembangan manajemen dan organisasi diharapkan mampu mendukung pertumbuhan Noir'e secara berkelanjutan dan terukur.

5.1.6 Pengembangan Keuangan dan Sumber Pembiayaan

Pada aspek keuangan, Noir'e menargetkan pengelolaan arus kas yang lebih sehat, struktur biaya yang efisien, serta peningkatan kapasitas pendanaan untuk mendukung ekspansi usaha. Strategi pengembangan

keuangan difokuskan pada penguatan sumber pendapatan utama, optimalisasi margin keuntungan, serta perencanaan investasi pada aktivitas produksi, pemasaran, dan pengembangan operasional.

Pada tahun 2026, Noir'e merencanakan skema pembiayaan yang bersumber dari: 1) laba hasil penjualan, 2) penambahan modal, 3) potensi kerja sama pendanaan untuk meningkatkan kapasitas produksi, penguatan branding, pengembangan kanal penjualan, serta penguatan tim operasional.

Sebagai bagian dari rencana pengembangan usaha, Noir'e juga Menyusun proyeksi kinerja keuangan tahun 2026 sebagai acuan perencanaan. Proyeksi ini disusun berdasarkan asumsi pertumbuhan penjualan akibat diversifikasi produk, peningkatan aktivitas pemasaran, serta ekspansi pasar offline dan online.

A. Proyeksi Omzet Tahunan

Proyeksi omzet tahunan Noir'e disusun untuk menggambarkan potensi pendapatan perusahaan berdasarkan tiga skenario, yaitu konservatif, moderat, dan optimistis. Penyusunan beberapa skenario ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kemungkinan pencapaian penjualan sesuai dengan kondisi pasar, kapasitas produksi, serta efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan.

Tabel 5. 3 Proyeksi Omzet Tahunan

Skenario	Target Penjualan/Bulan	Total Unit/Tahun	Harga rata-rata	Omzet Tahunan
Konservatif	100 pcs	1.200 pcs	Rp 100,000.00	Rp 120,000,000.00
Moderat (target utama)	120pcs	1.440 pcs	Rp 100,000.00	Rp 144,000,000.00
Optimistis	150pcs	1.800 pcs	Rp 100,000.00	Rp 180,000,000.00

Sumber: Noir'e, 2025

Pada skenario konservatif, Noir'e menargetkan penjualan sebesar 100 unit per bulan, sehingga total penjualan dalam satu tahun mencapai

1.200 unit. Dengan harga jual rata-rata sebesar Rp100.000 per unit, proyeksi omzet tahunan yang dihasilkan adalah sebesar Rp120.000.000. Skenario ini mencerminkan kondisi pasar yang cenderung stabil dengan pertumbuhan penjualan yang relatif lambat.

Sementara itu, skenario moderat ditetapkan sebagai target utama yang realistis, dengan target penjualan 120 unit per bulan atau 1.440 unit per tahun. Dengan harga jual yang sama, omzet tahunan yang diproyeksikan mencapai Rp144.000.000. Skenario ini mencerminkan kondisi pertumbuhan bisnis yang stabil dan sejalan dengan rencana pengembangan produk serta pemasaran.

Pada skenario optimistis, Noir'e menargetkan penjualan sebesar 150 unit per bulan, sehingga total penjualan tahunan mencapai 1.800 unit. Dengan harga rata-rata Rp100.000 per unit, proyeksi omzet tahunan pada skenario ini adalah sebesar Rp180.000.000. Skenario optimistis menggambarkan kondisi di mana strategi pemasaran dan ekspansi pasar berjalan sangat efektif serta mendapat respons positif dari konsumen.

B. Proyeksi Laba Bersih

Berdasarkan proyeksi omzet tahunan tersebut, Noir'e menyusun proyeksi laba bersih dengan asumsi margin keuntungan berada pada kisaran **40% hingga 50%**, menyesuaikan dengan efisiensi biaya produksi dan pengelolaan operasional perusahaan.

Tabel 5. 4 Proyeksi Laba Bersih

Skenario	Omzet Tahunan	Laba 40%	Laba 50%
Konservatif	Rp 120,000,000.00	Rp 48,000,000.00	Rp 60,000,000.00
Moderat (target utama)	Rp 144,000,000.00	Rp 57,600,000.00	Rp 72,000,000.00
Optimistis	Rp 180,000,000.00	Rp 72,000,000.00	Rp 90,000,000.00

Sumber: Noir'e, 2025

Pada skenario konservatif dengan omzet tahunan sebesar Rp120.000.000, laba bersih yang diperoleh diperkirakan sebesar Rp48.000.000 dengan margin 40%, dan dapat meningkat hingga Rp60.000.000 apabila margin mencapai 50%.

Pada skenario moderat dengan omzet tahunan Rp144.000.000, laba bersih diproyeksikan sebesar Rp57.600.000 pada margin 40% dan Rp72.000.000 pada margin 50%. Proyeksi ini menunjukkan kondisi keuangan yang sehat dan memungkinkan perusahaan melakukan reinvestasi untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

Sementara itu, pada skenario optimistis, dengan omzet tahunan Rp180.000.000, Noir'e berpotensi memperoleh laba bersih sebesar Rp72.000.000 dengan margin 40% dan hingga Rp90.000.000 dengan margin 50%. Skenario ini mencerminkan tingkat profitabilitas yang tinggi apabila strategi bisnis berjalan optimal.

C. Ringkasan Proyeksi Bulanan

Untuk mendukung pengendalian arus kas dan evaluasi kinerja secara rutin, proyeksi keuangan juga disajikan dalam bentuk ringkasan bulanan. Ringkasan ini memberikan gambaran pendapatan dan laba yang dapat dicapai setiap bulan berdasarkan masing-masing skenario.

Tabel 5. 5 Ringkasan Proyeksi Bulanan

Skenario	Omzet/bulan	Laba 40%	Laba 50%
Konservatif	Rp 10,000,000.00	Rp 4,000,000.00	Rp 5,000,000.00
Moderat (target utama)	Rp 12,000,000.00	Rp 4,800,000.00	Rp 6,000,000.00
Optimistis	Rp 15,000,000.00	Rp 6,000,000.00	Rp 7,500,000.00

Sumber: Noir'e, 2025

Pada skenario konservatif, Noir'e menargetkan omzet bulanan sebesar Rp10.000.000, dengan laba bersih berkisar antara Rp4.000.000 hingga Rp5.000.000 tergantung pada margin keuntungan yang dicapai.

Pada skenario moderat, omzet bulanan diproyeksikan sebesar Rp12.000.000, dengan laba bersih antara Rp4.800.000 hingga Rp6.000.000. Skenario ini menunjukkan kondisi operasional yang stabil dan menjadi acuan utama dalam perencanaan keuangan bulanan.

Sementara pada skenario optimistis, omzet bulanan dapat mencapai Rp15.000.000, dengan laba bersih berkisar antara Rp6.000.000 hingga Rp7.500.000. Proyeksi ini menggambarkan kondisi di mana permintaan pasar meningkat dan strategi pemasaran memberikan hasil yang maksimal.

5.2 Pengembangan Strategi Bisnis Fashion Noir'e

Sebagai Chief Executive Officer (CEO), peran utama difokuskan pada pengambilan keputusan strategis, pengendalian arah bisnis, serta memastikan seluruh aktivitas operasional, pemasaran, keuangan, dan pengembangan produk berjalan selaras dengan visi dan misi Noir'e sebagai brand fashion wanita yang minimalis, elegan, fungsional, dan mudah dipadupadankan.

Strategi pengembangan bisnis dirancang berdasarkan evaluasi kinerja sebelumnya, kebutuhan pasar, tren industri fashion wanita, serta dinamika preferensi konsumen. Melalui pendekatan ini, pengembangan bisnis diarahkan agar tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi brand yang kuat, dan jangka panjang.

Sebagai pemimpin strategis, CEO bertanggung jawab menetapkan arah pertumbuhan bisnis, termasuk pengembangan positioning brand, , serta diferensiasi produk agar Noir'e memiliki identitas yang jelas dibandingkan kompetitor. Selain itu, strategi pengembangan juga mencakup peningkatan kualitas produk, standarisasi proses produksi, efisiensi operasional, serta penguatan hubungan dengan konsumen melalui pendekatan pemasaran digital yang terstruktur.

Pada aspek organisasi, CEO berperan dalam mengoordinasikan fungsi kerja tim, menyelaraskan tujuan kerja dengan strategi perusahaan, serta memastikan proses komunikasi dan pengambilan keputusan berjalan efektif dan berbasis data.

Penguatan struktur kerja dan pembagian peran yang jelas menjadi bagian dari strategi pengembangan agar operasional bisnis dapat berjalan lebih sistematis dan terukur.

5.2.1 Key Performance Indicators (KPI) Pengembangan Strategi Bisnis

Noir'e

Sebagai bagian dari pengembangan strategi bisnis, Noir'e menetapkan sejumlah Key Performance Indicators (KPI) yang berfungsi sebagai tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya. KPI ini dirancang untuk mencakup berbagai aspek penting, mulai dari penguatan posisi merek, pertumbuhan penjualan, inovasi produk, hingga efisiensi operasional dan pengembangan tim. Dengan adanya KPI, perusahaan dapat mengukur kinerja secara terstruktur, memantau efektivitas strategi, serta menilai dampak dari setiap keputusan bisnis terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan Noir'e.

Tabel 5. 6 KPI Pengembangan Strategi Bisnis Noir'e

Aspek Pengembangan	Indikator Kinerja Utama (KPI)	Target Tahunan (2026)	Metode Evaluasi
Brand positioning & awarness	Peningkatan jumlah followers Noir'e & engagement rate media sosial	+30% peningkatan followers & ER > 5%	Analisis insight & analytics
Pertumbuhan penjualan	Peningkatan omset bulanan	Minimal naik 20%	Laporan penjualan bulanan
Pengembangan produk	Meluncurkan koleksi baru	Meluncurkan 2-3 koleksi baru/tahun	Review performa penjualan produk

Kualitas produk	Tingkat complain pelanggan	<5% dari total transaksi	Rekap feedback & retur
Efisiensi operasional	Ketepatan waktu produksi & pengiriman	>90% tepat waktu	Monitoring timeline produksi
Menejemen persediaan	Tingkat deadstock/produk tidak terjual	<10% stok	Laporan stok & inventori
Kinerja pemasaran digital	Konversi ke pembelian	Minimal 4-5%	Dashboard marketplace
Customer retention	Persentase pelanggan repeat order	Minimal 20%	Data pelanggan & transaksi
Pengembangan tim & organisasi	Kejelasan pembagian peran, tanggung jawab & SOP	SOP diterapkan di semua fungsi	Evaluasi kinerja internal
Pengambilan keputusan	Penggunaan laporan bisnis dalam evaluasi rutin	Evaluasi minimal 1x/bulan	Rapat evaluasi & dokumentasi kinerja

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 5.6 menyajikan ringkasan KPI Pengembangan Strategi Bisnis Noir'e beserta target tahunan dan metode evaluasi yang digunakan. Tabel ini memberikan gambaran komprehensif mengenai fokus perusahaan dalam pengelolaan bisnis, mulai dari pengelolaan brand dan pemasaran digital, pengembangan produk, hingga pengelolaan operasional dan customer retention. Dengan kerangka ini, Noir'e dapat memastikan bahwa seluruh aktivitas bisnis selaras dengan tujuan strategis, sekaligus memberikan dasar yang jelas untuk pengambilan keputusan berbasis data.

Secara keseluruhan, penggunaan KPI tidak hanya berfungsi sebagai alat pengukuran kinerja, tetapi juga sebagai instrumen perencanaan dan evaluasi strategis. Dengan menetapkan indikator yang jelas dan terukur, Noir'e dapat mengarahkan seluruh timnya untuk bekerja secara konsisten dan terkoordinasi, menjaga kualitas produk, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pendekatan ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam mengintegrasikan perencanaan strategis, operasional, dan pengembangan sumber daya manusia secara sistematis.

5.2.2 Roadmap Pengembangan Bisnis Noir'e

Untuk memastikan pengembangan bisnis Noir'e berjalan secara sistematis dan terukur, perusahaan menyusun roadmap strategis yang mencakup berbagai fase pertumbuhan, mulai dari penguatan fondasi, pengembangan produk dan pasar, hingga skalasi bisnis dan ekspansi jangka menengah. Roadmap ini berfungsi sebagai panduan pelaksanaan strategi, memprioritaskan inisiatif utama, dan menetapkan output yang diharapkan untuk setiap periode.

Tabel 5. 7 Roadmap Pengembangan Bisnis Noir'e

Periode Waktu	Fokus Strategi Utama	Prioritas Pengembangan	Output yang Diharapkan
Penguatan Fondasi (0-4bulan) 2026	Optimalisasi operasional dan penguatan brand identity	Penyusunan SOP kerja, perbaikan alur produksi, dan penguatan positioning	Operasional lebih rapih, arah brand lebih jelas dan kerja lebih optimal
Pengembangan Produk dan Pasar (5-8bulan) 2026	Product development & perluasan pemasaran	Rilis koleksi baru, optimasi marketplace & campaign digital	Peningkatan penjualan & brand awarness

Skalasi Bisnis (9-12bulan) 2026	Peningkatan kapasitas produksi & kolaborasi strategis	Penambahan mitra konveksi & dukungan tim operasional	Kapasitas bisnis lebih stabil dan siap ekspansi
Jangka Menengah (2027-2028)	Penguatan brand positioning & ekspansi pasar	Pengembangan lini produk baru dan market penetration	Brand lebih kompetitif & memiliki basis pelanggan yang kuat

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 5.7 menyajikan ringkasan roadmap pengembangan bisnis Noir’e, yang menekankan urutan langkah strategis berdasarkan waktu dan fokus prioritas. Pada fase awal, perusahaan menitikberatkan pada optimalisasi operasional dan penguatan brand identity, termasuk penyusunan SOP kerja, perbaikan alur produksi, dan penajaman positioning merek, sehingga arah bisnis menjadi lebih jelas dan proses kerja lebih efisien. Selanjutnya, pada fase pengembangan produk dan pasar, fokus dialihkan pada product development dan perluasan strategi pemasaran, melalui rilis koleksi baru serta optimasi kampanye digital dan marketplace untuk meningkatkan penjualan dan brand awareness.

Fase berikutnya adalah skalasi bisnis, di mana Noir’e meningkatkan kapasitas produksi dan menjalin kolaborasi strategis, termasuk penambahan mitra konveksi dan penguatan tim operasional. Langkah ini bertujuan untuk menstabilkan kapasitas bisnis dan mempersiapkan ekspansi lebih lanjut. Pada tahap jangka menengah (2027-2028), fokus beralih pada penguatan brand positioning dan ekspansi pasar, melalui pengembangan lini produk baru dan penetrasi pasar yang lebih luas. Dengan demikian, roadmap ini tidak hanya memastikan pertumbuhan yang terukur, tetapi juga membangun basis pelanggan yang kuat dan meningkatkan daya saing merek Noir’e di pasar.

Secara keseluruhan, roadmap pengembangan bisnis Noir'e berfungsi sebagai alat perencanaan strategis yang integral, menghubungkan visi jangka panjang perusahaan dengan implementasi operasional sehari-hari. Dengan struktur roadmap yang jelas, Noir'e dapat menyeimbangkan antara peningkatan kualitas internal, inovasi produk, serta pertumbuhan pasar secara berkelanjutan, sehingga setiap langkah bisnis sejalan dengan tujuan strategis perusahaan.

