

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Kewirausahaan

Dengan perkembangan zaman yang terjadi di Indonesia, akses pada pemasaran kreasi visual melalui video, foto, dan juga tulisan yang beredar secara pesat di lingkungan sosial media terus dipermudah. Selain pemasaran kreasi kreatif, banyak pula beredar merek dan wirausaha baru yang perkembangannya disebarkan melalui konten sosial media. Hal ini melahirkan sebuah rasa ketertarikan dalam diri penulis untuk membuat sebuah usaha, yang juga dapat menghasilkan pendapatan untuk digunakan sebagai investasi di kemudian hari. Dengan ketertarikan tersebut, penulis mengambil kesempatan yang telah disediakan oleh Universitas Multimedia Nusantara yang berkerjasama dengan Skystar Ventures dalam membuat sebuah merek kosmetik wewangian yang memiliki keterkaitan secara personal dengan penulis.

Dalam perkembangan teknologi di Indonesia, khususnya pada pemasaran kosmetik melalui sarana aplikasi layanan belanja daring, terdapat perkembangan peminatan masyarakat dalam pembelian barang kosmetik secara khusus dalam sektor wewangian. Menurut data yang diteliti oleh *Statista Research Department* (2025), pendapatan dalam pasar wewangian di Indonesia telah menyentuh angka 68,38 juta dolar Amerika, dan diperkirakan akan berkembang hingga tahun-tahun berikutnya.

Secara umum, produsen merek Indonesia menggunakan strategi pemasaran melalui iklan dengan format audio visual melalui media sosial (Feriyyati & Deslia, 2024). Namun, tidak ditemukan strategi pemasaran merek kosmetik wewangian lokal yang menggunakan sarana video pendek sinematik yang mengangkat sebuah prinsip dan budaya. Maka dari itu, penulis dan anggota lain membentuk sebuah merek kosmetik bernama Terran. Salah satu bentuk wirausaha yang dilakukan oleh Merek Terran adalah dalam memproduksi komoditas parfum bernuansa Asia

Timur, serta mengimplementasikan budaya, kepercayaan, dan prinsip hidup masyarakat Asia Timur dalam sarana pemasaran produk berbentuk video sinematik.

Dalam merencanakan sebuah produksi sinematik sebagai salah satu strategi pemasaran sebuah produk, diperlukan pengelolaan anggaran yang efisien dibalik kesuksesan produksi. Maka dari itu, saat produksi berlangsung, penulis mengambil peran sebagai Agen administratif, dikarenakan adanya korelasi dengan peran penulis pada masa program MBKM Cluster Kewirausahaan yaitu *Chief Financial Officer* (CFO). Secara umum, Agen Administratif merupakan sebuah peran yang diambil dari industri keuangan, seringkali digunakan dalam lingkungan hukum sebagai pengelola keuangan, pengeluaran, pembayaran, dan peminjaman kapital dalam sebuah perusahaan dengan mitra yang bersangkutan (Thomson Reuters, 2025). Penulis menggabungkan peran Agen Administratif dalam masa produksi dikarenakan tanggungjawab yang dimiliki oleh penulis secara spesifik hanya berada dalam ranah keuangan, dan tidak berpartisipasi secara keseluruhan dalam proses produksi lainnya.

Video Sinematik yang akan diproduksi oleh penulis dan para anggota lain akan menjadi contoh visual mengenai perasaan emosional yang dapat dirasakan oleh para pengguna parfum bersamaan dengan pemaparan latar belakang inspirasi aroma parfum yang diproduksi. Dengan perencanaan jumlah varian yang akan diproduksi sebesar empat (4) varian, jumlah Sinematik yang akan diproduksi akan memiliki jumlah yang sama. .

1.2 Maksud dan Tujuan MBKM Kewirausahaan

Dengan membangun merek Terran, penulis memiliki maksud dan tujuan personal yaitu menjadi sebuah investasi secara fisik dan psikis dalam perkembangan individu penulis dalam masyarakat, selain itu, penulis pun memiliki tujuan sebagai berikut ;

1. Sebagai salah satu sarana pembelajaran yang dapat mempersiapkan penulis untuk memasuki lingkungan pekerjaan, yang berisikan pengalaman

- berkomunikasi secara jelas, bekerja dalam tim, dan memecahkan masalah.
2. Sebagai salah satu sarana pembelajaran yang dapat memberikan pengalaman menejerial dalam mengelola anggaran sebuah proyek atau wirausaha.
 3. Sebagai salah satu sarana pembelajaran yang memberikan pengalaman dan informasi mengenai industri kosmetik terutama industri wewangian, beserta pasar, komunitas, dan perkembangannya di Indonesia.
 4. Sebagai salah satu sarana pembelajaran dalam memproduksi sebuah produk dengan banyaknya proses dibelakangnya melalui pencarian informasi hingga pemasaran produk.
 5. Sebagai salah satu sarana pembelajaran dalam pertanggungjawaban dan profesionalisme.
 6. Sebagai salah satu sarana pembelajaran dalam mengimplementasikan sebuah produksi hasil karya perfilman dengan pemasaran produk.
 7. Mengadakan sebuah produk yang dapat mengelevasikan praktek penggunaan kosmetik wewangian dalam masyarakat Indonesia.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Dalam MBKM Kewirausahaan

1.3.1. Waktu Pelaksanaan MBKM Kewirausahaan

Program MBKM Kewirausahaan oleh Program Studi Film dan Animasi bersama Skystar Ventures dilaksanakan mulai dari 3 Februari 2025 hingga 30 Mei 2025 yang menunjukkan jangka waktu pelaksanaan MBKM Kewirausahaan berdurasi delapan puluh dua (82) hari kerja atau enam ratus empat puluh (640) jam sesuai dengan yang tertera pada buku panduan MBKM Kewirausahaan.

1.3.2. Prosedur Kerja MBKM Kewirausahaan

Program kewirausahaan berlangsung dengan prosedur kerja yang telah dilaksanakan sebelum dimulainya program inkubasi, yaitu:

- 1) Mendaftarkan merek Terran untuk mengikuti seleksi masuk program inkubasi yang telah dibuka oleh Skystar Ventures
- 2) Mengumpulkan proposal bisnis Terran untuk menjadi objek

seleksi program inkubasi Skystar Ventures

- 3) Setelah lolos seleksi proposal bisnis, melakukan presentasi di depan dosen program studi dan Supervisor dari Skystar Ventures untuk kembali diseleksi
- 4) Setelah lolos seleksi presentasi, penulis melakukan KRS dengan mengambil program ideasi dari Skystar Ventures
- 5) Mengikuti sosialisasi dan *workshop* yang disediakan oleh Skystar Ventures
- 6) Mengumpulkan dokumen dan mengisi data diri untuk didaftarkan dalam *website* Kampus Merdeka
- 7) Mengisi *daily task* seperti yang dipandukan oleh Skystar Ventures
- 8) Mendapatkan dosen pembimbing dari program studi dan melakukan bimbingan sesuai dengan yang telah dipandukan oleh Skystar Ventures
- 9) Mendapatkan *supervisor* dari pihak Skystar Ventures dan melakukan bimbingan sesuai dengan yang telah dipandukan oleh Skystar Ventures
- 10) Mendapatkan *Dedicated Mentor* yang berasal dari Industri Pemasaran Kosmetik dan melakukan bimbingan sesuai dengan yang telah dipandukan oleh Skystar Ventures
- 11) Mengelola bisnis dan merek Terran mulai dari *establishing* hingga *launching*
- 12) Melakukan *shooting* sinematik dalam bentuk strategi pemasaran
- 13) Melakukan presentasi evaluasi 1 bersama Skystar Ventures
- 14) Melakukan pengedaran hasil *shooting* sebagai strategi pemasaran
- 15) Melakukan presentasi evaluasi 2 bersama Skystar Ventures
- 16) Menuliskan laporan pekerjaan sesuai dengan buku panduan program MBKM Kewirausahaan
- 17) Melakukan penjualan produk merek Terran secara daring dan luring

1.4 Rumusan masalah

Bagaimanakah peran agen administratif dalam strategi pemasaran sebuah merek?

1.5 Tujuan Program

Tujuan dari penulis dalam mengikuti program MBKM Kewirausahaan adalah dalam mencapai:

- 1) Mencapai target penjualan *Break Even Point* (BEP), yaitu seratus empat puluh (140) botol terjual.
- 2) Mempertahankan merek Terran agar terus berkembang paling sebentar enam bulan setelah program inkubasi Skystar Ventures berakhir.

1.6 Manfaat

Penulis memiliki rencana dalam memaparkan pengaruh adanya peran agen administratif dalam sebuah proyek produksi video pemasaran sebuah produk fisik, meliputi apa saja alasan diperlukannya agen administratif, apa yang menjadi tanggungjawab agen administratif, apa yang perlu dijadikan acuan sebagai indikator keberhasilan sebagai agen administratif, serta apa yang dipelajari selama berperan sebagai agen administratif dalam produksi sinematik yang digunakan dalam strategi pemasaran.

Pada laporan ini, penulis akan membahas mengenai segala peran agen administratif dalam produksi sinematik Terran, maka dari itu laporan ini pun dapat bermanfaat dalam memaparkan proses produksi Terran dari sudut pandang manajerial dari pra produksi hingga evaluasi akhir.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A