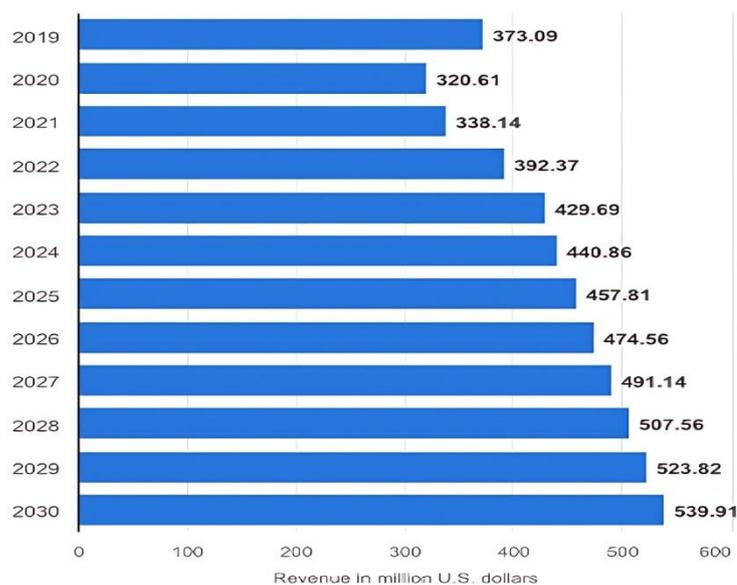


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dunia bisnis memiliki persaingan yang semakin ketat, terutama dalam industri kosmetik dan wewangian. Parfum merupakan bagian dari gaya hidup banyak individu, bukan hanya sekadar sebagai tambahan dalam penampilan, tetapi sebagai ekspresi identitas pribadi dan kepribadian seseorang. Menurut data yang dikeluarkan oleh *Statista Research Department* (2025), terdapat peningkatan pendapatan terhadap industri parfum di Indonesia semenjak tahun 2020 dan pada tahun-tahun berikutnya. Kenaikan tersebut diprediksi akan terus bertambah sehingga 539,91 Juta dolar AS pada tahun 2030.



Gambar 1.1 Pendapatan Pasar Parfum di Indonesia dari 2019 hingga 2030  
Sumber: [Statista Research Departmen \(2025\)](#)

Data tersebut menunjukkan bahwa pasar parfum dan permintaannya semakin meningkat setiap tahunnya, di dorong oleh preferensi konsumen yang semakin beragam dalam menemukan parfum yang mencerminkan kepribadian dan identitas

mereka. Namun di tengah meningkatnya permintaan produk parfum yang berkualitas, terdapat kesenjangan antara harga dan aksesibilitas parfum.

Menurut Kotler & Keller (2016), Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, dan personal. Hal ini termasuk dalam pemilihan parfum yang sesuai dengan kepribadian setiap individu. Terdapat banyak brand parfum *branded* yang sudah berada dalam industri parfum sejak lama, tetapi memiliki harga yang sangat tinggi, sehingga masyarakat umum tidak bisa menjangkau dan membeli produk parfum tersebut. Di lain sisi, parfum dengan harga yang dapat dijangkau masyarakat memiliki kualitas yang kurang memuaskan baik dari segi ketahanan aroma, bahan yang tidak berkualitas, dan kompleksitas wewangian yang kurang.

Permasalahan tersebut membuat SoYou hadir untuk mengatasinya sebagai solusi yang inovatif dalam industri wewangian. SoYou adalah brand parfum yang mengaplikasikan konsep unik dengan filosofi “Jadi Kamu”. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman parfum yang personal dan eksklusif dengan mengutamakan kualitas dan harga yang terjangkau. SoYou berkomitmen untuk menghadirkan produk parfum yang terjangkau, tetapi memiliki standar kualitas yang tinggi dari segi ketahanan wangi maupun aroma yang autentik dan belum banyak ditemukan di pasaran. Porter (1985) mengemukakan teori *Differentiation Strategy*, yaitu keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui keunikan dan inovasi produk. Oleh karena itu, SoYou membawakan keunggulan yang kompetitif dari segi harga, kualitas, dan keunikan dalam pengalaman aroma yang ditawarkan.

SoYou mengutamakan efisiensi dalam produksi dan distribusinya untuk memastikan keseimbangan antara kualitas dan biaya. *Supply Chain* yang optimal diterapkan oleh SoYou dengan memilih bahan baku terbaik dari *supplier* terpercaya, serta menggunakan formula terbaik untuk menghasilkan produk parfum yang baik. SoYou juga menggunakan distribusi yang efektif melalui berbagai platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memberikan aksesibilitas kepada konsumen dengan mudah untuk mendapatkan produk SoYou.

Dalam pengembangan bisnis ini, SoYou mengikuti program inkubasi bisnis dari SkyStar Ventures yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Program tersebut memberikan banyak manfaat atas pengembangan bisnis, seperti penyediaan bimbingan dan mentoring dari para ahli yang memiliki pengalaman dalam membangun bisnis, mendapatkan akses *supplier* dan pasar yang lebih luas, dan ilmu pengetahuan yang berharga. Dengan dukungan inkubasi bisnis tersebut, SoYou dapat menghadirkan pengalaman wewangian yang berkualitas tinggi dengan meningkatkan kepercayaan diri konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mengkaji peran dari *Chief Executive Officer* dalam bisnis startup kosmetik. Dengan memanfaatkan berbagai pengetahuan dan ketrampilan yang didapatkan melalui inkubasi bisnis, hal ini dapat menjadi penopang bagi bisnis SoYou dalam meningkatkan penjualan dan berkembang pesat.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Penulis mengikuti program kerja magang MBKM sebagai salah satu syarat kelulusan yang telah ditetapkan oleh Program Sarjana S1 dari Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga berharap untuk melanjutkan program bisnis yang sudah dikembangkan melalui program MBKM agar mendapatkan peluang dan kesempatan untuk menerapkan ketrampilan dan pengetahuan yang telah didapatkan sebagai mahasiswa manajemen bisnis. Tujuan lainnya adalah mendapatkan pengarahan dari para ahli melalui proses bimbingan dan *mentoring*, serta mendapatkan ilmu pengetahuan sebanyak mungkin.

## **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Proses kegiatan kerja magang MBKM dari program inkubasi bisnis Skystar Ventures dilakukan selama kurang lebih 4 bulan sejak awal Februari 2025 hingga Mei 2025 dengan jam kerja sebanyak 640 jam dari hari senin hingga hari sabtu. Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara mandiri di rumah dan mengikuti berbagai *workshop*, *mentoring*, dan bimbingan dari Skystar Ventures, baik secara *online* maupun *onsite*.

Sebelum mengikuti inkubasi, penulis menerima arahan dari dosen pembimbing untuk mengambil program MKBM Track 1 pada proses pengambilan SKS. Penulis juga mengambil mata kuliah lainnya yang relevan pada program tersebut. Selanjutnya penulis juga menghadiri acara *Kick Off* yang dilakukan pada tanggal 3 Februari 2025 yang memberikan informasi seputar program magang MBKM Track 1 di bawah naungan Skystar Ventures. Informasi tersebut bermanfaat bagi penulis untuk menjalankan program kerja magang dan menghadapi tantangan pada eksekusi ide bisnis kedepannya.

Kerja magang tersebut ditujukan kepada setiap kelompok mahasiswa untuk mengembangkan bisnis yang sudah dijalankan pada program wirausaha sebelumnya. Penulis mengikuti bimbingan dari mentor sebanyak 2 kali dalam 1 bulan dan mengikuti bimbingan dengan supervisor sebanyak 3 kali dalam 1 bulan. Hal ini dilakukan untuk Mendapat pengarahan dan masukan atas bisnis yang dijalankan, serta mendapatkan materi pembelajaran melalui platform digital. Dalam melakukan pengembangan usaha, penulis melakukan *meeting* sebanyak 3-4 kali dalam 1 minggu untuk pengembangan produk SoYou dan perancangan usaha kedepannya.

