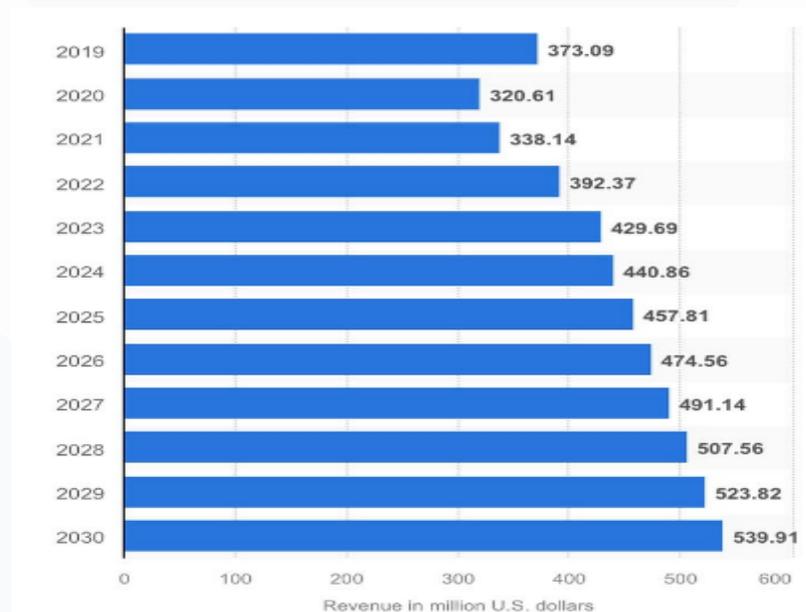


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, terutama dalam industri kosmetik dan wewangian. Parfum telah menjadi bagian dari gaya hidup banyak individu, tidak hanya sebagai pelengkap penampilan tetapi juga sebagai ekspresi kepribadian dan identitas diri. Pasar produk parfum di Indonesia setiap tahunnya mengalami pertumbuhan. Menurut data yang dikemukakan oleh Statista Research Department (2025), terdapat peningkatan pendapatan pada industri parfum di Indonesia dari tahun 2020 dan tahun-tahun setelahnya. Kenaikan pendapatan ini diprediksi akan terus bertambah hingga 539,91 Juta Dolar AS di tahun 2030.



Gambar 1.1 Pendapatan Pasar Parfum di Indonesia

Sumber: Statista Research Departmen

Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap parfum semakin meningkat, didorong oleh preferensi konsumen yang semakin beragam dalam mencari parfum yang mencerminkan karakter dan kepribadian mereka. Namun, di tengah maraknya

permintaan akan parfum di Indonesia, masih terdapat sejumlah permasalahan yang sering dihadapi oleh konsumen. Pertama, harga parfum branded yang terlampaui tinggi, sehingga tidak terjangkau oleh Sebagian besar masyarakat, khususnya kalangan muda. Kedua, kemasan parfum yang cenderung besar, berat, dan kurang praktis untuk di bawa bepergian. Ketiga, konsumen sering mengalami kesulitan untuk menemukan parfum yang benar-benar cocok dengan preferensi mereka, sehingga mereka harus mengeluarkan banyak uang untuk mencoba berbagai jenis parfum.

Oleh karena itu, SoYou hadir sebagai brand parfum yang mengusung konsep unik dengan filosofi “Jadi kamu”. Filosofi ini menekankan pentingnya personalisasi dalam memilih parfum, di mana setiap individu dapat menemukan aroma yang mencerminkan dirinya secara autentik. SoYou menawarkan solusi berupa parfum yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, terdapat varian dengan botol yang kecil, *compact*, dan *travel-friendly*. Hal tersebut dapat memudahkan konsumen yang cenderung aktif bepergian untuk tetap tampil percaya diri tanpa khawatir bau badan. Selain itu, SoYou juga berkomitmen terhadap transparansi bahan dalam setiap produknya, sehingga konsumen dapat memilih parfum yang sesuai dengan preferensi dan kepribadian mereka.

Target pasar dari SoYou adalah kelompok usia 15 hingga 35 tahun, yang umumnya lebih konsumtif, sering beraktivitas di luar ruangan dalam waktu yang lama, dan memperhatikan penampilan serta kebersihan diri, termasuk aroma tubuh. Kelompok usia ini juga cenderung mencari dan menyukai produk dengan *value* dari sisi fungsi, kualitas, dan estetika kemasan.

Agar mampu bersaing dan berkembang secara efisien, SoYou membutuhkan strategi operasional yang terstruktur dan hemat biaya. Oleh karena itu, penulis menerapkan pendekatan *Supply Chain Management* (SCM) sebagai kerangka kerja kerangka kerja utama untuk merancang dan mengoptimalkan proses operasional bisnis. Menurut Chopra dan Meindl (2016), *Supply Chain Management* adalah manajemen aliran produk, informasi, dan keuangan di seluruh rantai pasokan dari

pemasok ke produsen ke distributor ke pengecer hingga pelanggan akhir. Sementara itu, Heizer dan Render (2014) menyatakan bahwa SCM adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan.

Dengan demikian, SCM tidak hanya sebatas proses logistik atau pengadaan bahan baku, melainkan mencakup seluruh proses operasional, mulai dari perencanaan produksi, pemilihan vendor, pengelolaan stok, hingga distribusi ke konsumen. Pendekatan tersebut menjadi landasan utama untuk mengoptimalkan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi bisnis secara menyeluruh.

Untuk mengembangkan bisnis ini lebih lanjut, SoYou berencana mengikuti program inkubasi bisnis yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara melalui Skystar Ventures. Program ini akan memberikan berbagai manfaat, seperti bimbingan dari para mentor, serta peluang untuk memperluas jaringan dan mendapatkan akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya dukungan ini, SoYou berharap dapat terus berkembang, menghadapi tantangan bisnis, mencapai target pasar yang tepat, serta memberikan pengalaman wewangian berkualitas tinggi yang dapat meningkatkan kepercayaan diri setiap individu sesuai dengan kepribadian mereka masing-masing.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana S1 Universitas Multimedia Nusantara, magang kerja ini diperlukan untuk memberikan pengalaman langsung di dunia industri. Selain itu, magang ini juga bertujuan untuk melanjutkan program bisnis yang telah dijalankan dalam program Kampus Merdeka sebelumnya, sehingga dapat meningkatkan peluang keberhasilan sebagai mahasiswa Manajemen Bisnis. Mahasiswa akan mendapatkan pengarahan dari para ahli di bidang terkait, sehingga mampu mempertahankan keberlanjutan bisnis yang dimiliki serta menerapkan teori dan praktik yang diberikan oleh tempat magang.

Manfaat dari program magang ini sangat luas dan memberikan banyak hal positif kepada pihak yang berkaitan. Bagi penulis, magang ini memberikan dampak

yang positif dalam bentuk peningkatan efisiensi operasional. Penulis mendapatkan banyak *insight* dari mentor mengenai implementasi sistem kerja yang terstruktur seperti pengelolaan stok dan distribusi produk secara *real-time*. Proses magang ini juga membantu untuk memperkuat dokumentasi bisnis dan pengembangan SOP untuk mendukung kegiatan produksi, pengemasan, dan pengiriman, sehingga sistem kerja menjadi lebih rapi dan profesional.

Bagi mahasiswa, magang ini menjadi kesempatan yang sangat berharga untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari secara langsung di lapangan. Mahasiswa juga mengembangkan berbagai keterampilan seperti kepemimpinan, manajemen waktu, bekerja dalam tim, dan pengambilan keputusan dalam situasi nyata. Selain itu, pengalaman ini juga dapat memperluas jaringan dan relasi mahasiswa, baik melalui bimbingan mentor dari Skystar Ventures maupun melalui koneksi yang terbentuk dengan pelaku industri di bidang parfum dan kosmetik. Dalam jangka panjang, pengalaman magang ini juga memperkuat portofolio mahasiswa sebagai pelaku usaha muda yang tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menunjukkan hasil nyata dari bisnis yang dijalankannya.

Sementara itu, bagi Skystar Ventures sebagai inkubator bisnis, program magang ini mendukung misinya dalam membina startup berbasis inovasi dan teknologi. Melalui keterlibatan langsung mahasiswa dalam proyek bisnis, Skystar Ventures dapat memantau tingkat keberhasilan program inkubasi yang mereka jalankan, sekaligus mengevaluasi efektivitas bimbingan yang diberikan. perkembangan SoYou sebagai salah satu startup binaan menunjukkan bagaimana program inkubasi dapat membantu usaha mahasiswa untuk berkembang. Program ini memperkuat posisi Skystar Ventures sebagai mitra strategis dalam pengembangan wirausaha muda berbakat.

Bagi Universitas Multimedia Nusantara, kerja magang ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas lulusan. Mahasiswa tidak hanya dibekali kemampuan akademis, tetapi juga pengalaman praktis dalam membangun dan mengelola bisnis secara nyata. Hal ini dapat menunjukkan keberhasilan UMN

dalam mendorong terciptanya lulusan yang siap kerja dan berdaya saing di dunia profesional maupun kewirausahaan. Program magang ini juga dapat mempererat hubungan antar kampus dan dunia industri, serta mendukung reputasi UMN sebagai institusi pendidikan tinggi yang mampu mencetak wirausahawan muda yang kreatif, inovatif, dan mampu bersaing secara profesional di dunia kerja.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Bedasarkan pelaksanaan kerja magang yang ditetapkan dari UMN, jangka waktu total 847 jam, dengan yang ditentukan minimal 640 jam dengan *supervisor* atau pembimbing lapangan dan 207 jam dengan *advisor* atau dosen pembimbing laporan magang. Aktivitas pelaksanaan kerja magang dimulai dari Februari dan berakhir pada Juni sehingga total durasi magang adalah 124 hari. Waktu pelaksanaan magang bersifat fleksibel tanpa jam kerja yang ditentukan secara tetap. Penulis diberikan kebebasan untuk mengatur sendiri waktu dan hari kerja sesuai dengan kebutuhan dan jadwal bisnis tim masing-masing. Fleksibilitas ini dimaksudkan agar pemegang dapat mengembangkan kemampuan dalam mengelola waktu serta meningkatkan tanggung jawab pribadi, sembari tetap menyelesaikan tugas dan memenuhi target pekerjaan yang telah ditetapkan.

