

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri parfum di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Jika pada awal tahun 2000-an pasar parfum masih didominasi oleh merek impor, kini brand lokal telah menunjukkan daya saing yang signifikan baik dari segi kualitas, branding, maupun inovasi produk. Sejak sekitar tahun 2016, mulai bermunculan berbagai merek parfum lokal yang tidak hanya diminati pasar domestik, tetapi juga berhasil membangun identitas uniknya masing-masing (Waluyo, 2024). Tren ini semakin menguat setelah pandemi COVID-19, di mana data Tokopedia mencatat bahwa pada tahun 2023 terjadi peningkatan penjualan yang signifikan di kategori wewangian (Grahamusa Mediatama, 2024). Produk parfum meningkat lebih dari dua kali lipat, sementara reed diffuser melonjak hingga 13 kali lipat, menunjukkan adanya peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk wewangian baik sebagai kebutuhan personal maupun bagian dari gaya hidup (Andini, 2025).

Melihat potensi tersebut, parfum dipilih sebagai fokus bisnis karena tidak hanya menjanjikan dari sisi pasar, tetapi juga membuka ruang eksplorasi terhadap nilai-nilai emosional dan kultural melalui aroma. Parfum, sebagai produk yang bersifat personal, memiliki daya pikat sensorik, serta mampu membangkitkan kenangan dan suasana tertentu, menjadikannya medium yang kuat untuk menyampaikan makna dan cerita. Kisah dan pengalaman pun dapat diceritakan melalui metode kreatif menggunakan media visual dan audio, sehingga menciptakan pengalaman multisensori bagi audiens.

Dibawah Perusahaan Skystar Ventures, Terran hadir dengan visi untuk mengangkat keindahan budaya Asia Timur yang kaya dan mendalam, sebuah warisan yang seringkali terabaikan akibat stereotip budaya negatif yang terbentuk oleh media. Padahal, Asia Timur memiliki filosofi dan nilai-nilai seperti harmoni, keseimbangan hidup (Zen), spiritualitas, hingga hubungan manusia dengan alam yang tercermin dalam seni-seni tradisional seperti lukisan tinta dan puisi klasik (Cohen, 2023). Melalui kombinasi antara storytelling dan aroma, setiap varian parfum Terran dirancang untuk merepresentasikan narasi budaya unik dari berbagai penjuru Asia Timur, dengan dukungan media visual dan audio dalam bentuk *cinematic video* yang memperkuat penyebaran budaya khas tersebut.

Dari sini penulis memiliki peran sebagai *CPO (Chief Product Operation)* yang bertanggung jawab dalam pembuatan serta pengembangan produk-produk Terran, salah satu proyek utama yang dijalankan pada akhir tahun 2025 adalah peluncuran varian parfum terbaru. Melalui proyek ini, penulis memastikan setiap elemen produk, mulai dari formulasi, kemasan, hingga narasi merek, selaras dengan arah pengembangan Terran dan ekspektasi pasar. Semua proses ini dilakukan untuk memastikan kualitas setiap produk agar ketika pelanggan menerima produk Terran, mereka merasakan kepuasan dan nilai dari pengalaman yang dihadirkan. Dengan pendekatan tersebut, Terran tidak sekadar menawarkan wewangian, melainkan menghadirkan pengalaman emosional dan kultural yang mendalam serta bermakna di setiap tetes aromanya.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Program kewirausahaan bersama Skystar Ventures telah dilaksanakan sejak awal tahun 2025, yang dimulai dengan pembukaan pendaftaran program pada bulan Januari, diikuti oleh proses presentasi dan wawancara bersama dosen prodi penulis serta pengurus program dari Skystar Ventures. Pada keseluruhan taun 2025, penulis bersama kelompok Terran membangun sebuah bisnis parfum wewangian, dimulai dari pemilihan konsep, wewangian, hingga dimulainya produksi parfum, pitching dan penjualan, hingga pemasaran, yaitu pada bulan Agustus dan September tahun

2025. Dalam melaksanakan program kewirausahaan bersama Skystar Ventures, penulis memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan mata kuliah serta menyelesaikan studi di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menjadi wadah untuk mempelajari lebih dalam tentang industri kosmetik sekaligus memahami aspek produksi dalam berbisnis.
3. Mengasah kemampuan bekerja secara kolaboratif serta meningkatkan keterampilan *hardskill* dan *softskill*.
4. Menjadi langkah persiapan untuk menghadapi dunia kerja profesional setelah menyelesaikan pendidikan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Program kewirausahaan yang bekerja sama dengan Skystar Ventures mulai berjalan sejak awal tahun 2025, dan kini dilaksanakannya magang *track 02* pada tanggal 27 Agustus hingga 19 Desember. Kegiatan diawali dengan pembukaan pendaftaran pada bulan Januari, dilanjutkan dengan tahap presentasi dan wawancara bersama dosen program studi penulis serta pihak pengelola dari Skystar Ventures. Sepanjang tahun tersebut, penulis bersama tim Terran mengembangkan bisnis parfum yang berfokus pada produk wewangian, mencakup proses penentuan konsep, perumusan aroma, hingga tahap produksi. Kegiatan pitching, penjualan, dan pemasaran kemudian dilaksanakan pada bulan Agustus hingga September 2025.

Selama periode magang yang berlangsung dari bulan September hingga Desember 2025, penulis menjalani jam kerja mulai pukul 09.00 pagi hingga 17.00 sore setiap hari Senin sampai Jumat. Kegiatan ini dilaksanakan di kantor Incubatees, Ruang Columba, Skystar Ventures, yang berlokasi di lantai 12 Gedung New Media Tower Universitas Multimedia Nusantara. Total durasi magang mencakup enam ratus empat puluh (640) jam atau delapan puluh (80) hari kerja. Selain kegiatan utama tersebut, penulis juga mengikuti berbagai aktivitas pendukung dalam program kewirausahaan.