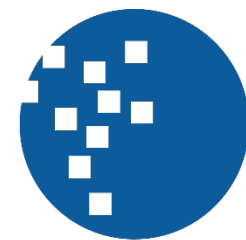


**PENGEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM
KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ – SELAKU CHIEF OPERATING
OFFICER**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**LAPORAN
PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM**

Qoterunada Aulia Atmanegara

00000103236

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM
KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ – SELAKU CHIEF
OPERATING OFFICER**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana (S.)

Qoterunada Aulia Atmanegara

00000103236

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Qoterunada Aulia Atmanegara

Nomor Induk Mahasiswa : 00000103236

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

**PENGEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM
KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ – SELAKU CHIEF OPERATING
OFFICER**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan Prostep yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan Prostep, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan Prostep yang telah saya tempuh.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Qoterunada Aulia Atmanegara)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul

PENGEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM KEWIRAUSAHAAN
BRAND SERAPHÉ – SELAKU CHIEF OPERATING OFFICER

Oleh

Nama : Qoterunada Aulia Atmanegara
NIM : 00000103236
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Laporan Prostep Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing

Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN: 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Prostep dengan judul
**PENGEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM
KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ – SELAKU CHIEF OPERATING
OFFICER**

Oleh

Nama : Qoterunada Aulia Atmanegara
NIM : 00000103236
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 10 Desember 2025
Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN: 0320089001

Penguji

Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
NIDN: 0314018302

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Qoterunada Aulia Atmanegara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000103236
Program Studi : Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Jenis Karya : Laporan Professional Skill Enhancement Program
Judul Karya Ilmiah : Pengembangan dan Pelaksanaan Program Kewirausahaan
Brand Seraphé – Selaku Chief Operating Officer

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Qoterunada Aulia Atmanegara)

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

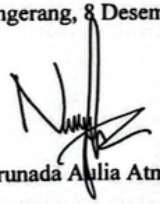
KATA PENGANTAR

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
6. Seluruh anggota tim Seraphé yang telah bekerja sama dengan baik dalam proses pengembangan proyek kewirausahaan ini.

Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan Prostep, serta menjadi referensi praktis mengenai proses pengelolaan operasional dalam pengembangan produk baru.

Tangerang, 8 Desember 2025


(Qoterunada Aulia Atmanegara)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM
KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ – SELAKU CHIEF
OPERATING OFFICER**

Qoterunada Aulia Atmanegara

ABSTRAK

Program Professional Skill Enhancement Program memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan profesional melalui praktik bisnis secara langsung. Laporan ini membahas proses pengembangan brand parfum Seraphé, di mana penulis berperan sebagai Chief Operating Officer (COO). Kegiatan dimulai dengan riset ide bisnis, penentuan target pelanggan, validasi masalah, hingga proses pencarian maklon parfum untuk memastikan kualitas produk sesuai kebutuhan pasar. Penulis juga bertanggung jawab dalam proses desain packaging, koordinasi dengan supplier, pengelolaan produksi batch R&D, serta penyelesaian berbagai kendala produksi seperti keterlambatan sampel, ketidaksesuaian aroma, kerusakan botol, dan box packaging.

Selain itu, laporan ini memaparkan pelaksanaan test market di tiga kategori: optimistic market, grey market, dan final market. Melalui kegiatan ini, tim memperoleh wawasan penting mengenai preferensi konsumen, kualitas aroma yang diinginkan, serta efektivitas strategi pemasaran dalam mengenalkan brand baru. Selama Prostap, penulis mempelajari pentingnya manajemen operasional, komunikasi lintas pihak, evaluasi vendor, serta ketelitian dalam memastikan kualitas produk sebelum dipasarkan. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan pengalaman nyata dalam menjalankan peran COO dan memperkuat kemampuan pengambilan keputusan dalam bisnis.

Kata kunci: Seraphé, kewirausahaan, operasional bisnis, maklon parfum, test market.

**DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE
SERAPHÉ ENTREPRENEURSHIP PROGRAM – AS CHIEF
OPERATING OFFICER**
Qoterunada Aulia Atmanegara

ABSTRACT (English)

This Professional Skill Enhancement Program provides students with the opportunity to develop their professional abilities through direct business practice. This report discusses the development process of the Seraphé perfume brand, in which the author served as the Chief Operating Officer (COO). The activities included business idea exploration, target customer identification, problem validation, and the selection of fragrance manufacturers to ensure product quality matched market expectations. The author was also responsible for packaging design coordination, supplier communication, managing R&D production batches, and addressing various operational challenges such as delayed samples, inconsistencies in fragrance quality, and packaging defects.

Furthermore, this report presents the implementation of test markets across three categories: optimistic market, grey market, and final market. Each test market provided valuable insights into consumer preferences, desired fragrance qualities, and the effectiveness of marketing strategies for introducing a new brand. Throughout the program, the author gained practical experience in operational management, vendor evaluation, cross-party communication, and maintaining product quality prior to market launch. Overall, this program strengthened the author's decision-making and problem-solving skills in a real business environment.

Keywords: Seraphé, entrepreneurship, business operations, perfume manufacturer, test market.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan	3
1.2.1 Maksud kegiatan.....	3
1.2.2 Tujuan kegiatan	3
1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu	4
1.3.1 Pembentukan Kelompok dan Penerimaan Tugas	5
1.3.2 Brainstorming dan Penentuan Ide Bisnis.....	5
1.3.3 Pengarahan Prostep dan Penetapan Dosen Pembimbing	5
1.3.4 Riset Pasar, Survei, dan Benchmark Kompetitor.....	5
1.3.5 Tahap Riset dan Pengembangan Produk (R&D)	6
1.3.6 Produksi untuk Kebutuhan Test Market	6
1.3.7 Pelaksanaan Test Market dan Penjualan.....	6
1.3.8 Pertemuan Rutin dan Monitoring Proyek.....	6
1.3.9 Akhir Program – Sidang Prostep	6
1.4 Manfaat	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
14.1.1 Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan	8
14.1.2 Pemahaman Proses Bisnis Secara Komprehensif	8
14.1.3 Penguatan Kemampuan Perencanaan dan Strategi	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
14.1 Pengembangan Keterampilan Kerja Tim.....	9
14.2 Penerapan Langsung dalam Proses Bisnis Nyata	9
14.3 Peningkatan Keterampilan Profesional 91.4.4 Pembentukan Pola Pikir	

Entrepreneurial	9
1.4.5 Persiapan Menghadapi Dunia Kerja.....	9
BAB II	
PELAKSANAAN	11
PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM	11
2.1. Tahapan Pekerjaan.....	11
2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Operating Officer	16
2.3. Kendala yang Ditemukan.....	159
2.3.2 Kendala Saat Visit Maklon dan Pengembangan Aroma	160
2.3.3 Kendala Saat Demo Day.....	161
2.3.4 Kendala Pengadaan Packaging (Box Parfum)	161
2.3.5 Kendala dalam Pengadaan Botol untuk Produksi Tes Market	161
2.3.8 Kendala Pengadaan Perlengkapan Operasional	163
2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	165
2.4.1 Solusi atas Kendala Pencarian Maklon	165
2.4.2 Solusi atas Kendala Pengembangan Aroma.....	165
2.4.3 Solusi atas Kendala Demo Day (Keterbatasan Botol 50 ml)..	166
2.4.4 Solusi atas Kendala Packaging Box	166
2.4.5 Solusi atas Kendala Pengadaan Botol untuk Produksi Tes Market.....	166
2.4.6 Solusi atas Kendala Koordinasi dan Produksi dengan Maklon	167
2.4.7 Solusi atas Kendala dalam Desain dan Percetakan	167
2.4.8 Solusi atas Kendala Pengadaan Perlengkapan Operasional .	168
2.4.9 Solusi atas Kendala dalam Pencarian Lokasi Tes Market / Open Booth.....	168
2.4.10 Solusi atas Kendala Manajemen Waktu dan Beban Operasional.....	168
BAB III	
PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK.....	170
3.1. Deskripsi Perusahaan	170
3.1.1 Sejarah Perusahaan	170
3.1.2 Visi.....	171
3.1.3 Misi.....	171
3.1.3 Logo Perusahaan.....	171
3.1.4 Value Perusahaan	172
3.1.5 Tagline.....	172
3.1.6 Bidang Usaha dan Produk	173

3.2. Struktur organisasi Perusahaan.....	174
3.3. Analisis Kelayakan Usaha.....	176
3.4. Produksi.....	178
3.4.1 Tahap Riset dan Pengembangan (R&D)	179
3.4.2 Pengadaan Kebutuhan Produksi.....	179
3.4.3 Proses Produksi dan Pengemasan	180
3.4.4. Standar Mutu Produk	181
3.4.5. Perencanaan Produksi Satu Tahun ke Depan	181
3.5. Strategi Pemasaran.....	182
3.5.1 Segmentation	182
3.5.2 Targeting	183
3.5.3 Positioning	184
3.5.4 Perencanaan Pemasaran 1 Tahun ke Depan :	184
3.5.4.1 Penguatan Konten & Aktivitas Digital	184
3.5.4.2 Kolaborasi dengan Komunitas & Influencer	185
3.5.4.3 Optimalisasi Penjualan.....	185
3.5.4.4 Strategi Promosi.....	185
3.6. Strategi Keuangan	186
3.6.1 Penetapan Harga Jual	186
3.6.2 Efisiensi Operasional	186
3.6.3 Analisis Tingkat Pengembalian	187
3.6.4 Rencana Satu Tahun ke Depan	188
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	189
4.1 Simpulan	189
4.2 Saran	190
DAFTAR PUSTAKA.....	13
LAMPIRAN.....	15

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Prostep.....	11
Tabel 3.1 Segmentasi Seraphe	195
Tabel 3.2 Key Performance Indicator Marketing	198

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wirausaha Pemula Indonesia	1
Gambar 1.2 Grafik 10 Brand Parfume Terlaris di Shopee.....	2
Gambar 2.1 Proses Pencarian Maklon.....	17
Gambar 2.2 Pencarian Maklon	18
Gambar 2.3 Pencarian Maklon	19
Gambar 2.4 Pencarian Maklon	19
Gambar 2.5 Pencarian Maklon	20
Gambar 2.6 Pencarian Maklon	21
Gambar 2.7 Pencarian supplier packaging.....	21
Gambar 2.8 Pencarian Maklon	22
Gambar 2.9 Pencarian Supplier	23
Gambar 2.10 Pencarian Maklon	24
Gambar 2.11 Pencarian Supplier	26
Gambar 2.12 Dokumentasi komunikasi dengan Snapy Paramount terkait pencetakan packaging box.	27
Gambar 2.13 Koordinasi Desain.....	28
Gambar 2.14 Arahkan ukuran botol.....	29
Gambar 2.15 Kunjungan COO ke maklon & Catatan Penulis.....	30
Gambar 2.16 Koordinasi desain stiker botol dengan percetakan.....	31
Gambar 2.17 Konfirmasi sample, botol, dan packaging dengan maklon pertama untuk produksi tes pasar.....	33
Gambar 2.18 Proses konfirmasi pembayaran dan penyimpanan stiker parfum untuk Demo Day	34
Gambar 2.19 penyusunan laporan ke CEO.....	35
Gambar 2.20 Visit dan testing aroma di maklon kedua JSP.....	37
Gambar 2.21 Proses koordinasi dan konfirmasi paket EDP Super, botol, dan packaging untuk produksi tes market dengan Maklon Kale.....	39
Gambar 2.22 Finalisasi logo Seraphe dengan desainer	39
Gambar 2.23 Komunikasi dengan supplier percetakan untuk perbandingan harga dan kapasitas produksi box parfum untuk demo day	41
Gambar 2.24 Finalisasi desain packaging box dan persiapan cetak untuk Demo Day.....	41
Gambar 2.25 Koordinasi mengenai pertimbangan untuk produksi dengan maklon.....	42
Gambar 2.26 Konfirmasi desain final dan koordinasi percetakan packaging box untuk Demo Day	44

Gambar 2.27 Pengiriman box packaging dan stiker UV untuk Demo Day.....	45
Gambar 2.28 Laporan finalisasi desain dan spesifikasi botol untuk CEO.....	46
Gambar 2.29 Pemesanan dan pengiriman invoice untuk sampling R&D batch 2	47
Gambar 2.30 Koordinasi terkait kualitas spray botol parfum.....	48
Gambar 2.31 Komunikasi dengan supplier pocket tester pertama	49
Gambar 2.32 Penilaian kualitas pocket tester supplier kedua.....	50
Gambar 2.33 Pencarian dan komunikasi dengan supplier pocket tester.....	51
Gambar 2.34 Pencarian event final test market Tochaku Market.....	52
Gambar 2.35 Komunikasi lanjutan dengan maklon kedua (JSP)	52
Gambar 2.36 Pencarian tenant final market.....	53
Gambar 2.37 Evaluasi supplier pocket tester keempat	54
Gambar 2.38 Koordinasi event Dream Lab untuk Tes Market.....	55
Gambar 2.39 Persiapan appointment Tes Market dengan maklon	56
Gambar 2.40 Monitoring progres sampling batch 2	57
Gambar 2.41 Diskusi dengan supplier stiker botol timbul pertama.....	58
Gambar 2.42 Koordinasi biaya dan keputusan kerja sama desain.....	59
Gambar 2.43 Evaluasi event Telkom STO Gambir untuk final market	60
Gambar 2.44 Evaluasi Festival UMKM untuk Optimistic Market.....	61
Gambar 2.45 Monitoring pengiriman sampling batch 2	62
Gambar 2.46 Evaluasi opsi tenant Jiexpo Kemayoran	63
Gambar 2.47 Koordinasi studio foto produk Seraphé	64
Gambar 2.48 Pencarian supplier smelling paper custom.....	65
Gambar 2.49 Koordinasi harga box packaging dengan maklon Kale	66
Gambar 2.50 Koordinasi dengan Snapy terkait pocket tester.....	67
Gambar 2.51 Pencarian supplier smelling paper custom.....	68
Gambar 2.52 Koordinasi desain pocket tester dengan supplier keempat	69
Gambar 2.53 Evaluasi desain stiker botol tester.....	70
Gambar 2.54 Diskusi dengan fotocopy terkait pocket tester	71
Gambar 2.55 Koordinasi file desain pocket tester ke supplier keempat.....	72
Gambar 2.56 Koordinasi pemesanan botol parfum dengan supplier pertama...	73
Gambar 2.57 Koordinasi desain smelling paper dengan desainer	74
Gambar 2.58 Koordinasi pemesanan smelling paper custom.....	75
Gambar 2.59 Konfirmasi appointment dan opsi box custom dengan maklon...	76
Gambar 2.60 Koordinasi ketersediaan booth di Hall Politeknik Negeri Jakarta	77
Gambar 2.61 Koordinasi dengan tenant Lapak Loka FEBUI.....	78
Gambar 2.62 Upaya koordinasi dengan Zen Yoga Space	79
Gambar 2.63 Evaluasi event JKT City Expo untuk grey market.....	80

Gambar 2.64 Pengiriman desain smelling paper ke supplier.....	81
Gambar 2.65 Koordinasi lokasi test market.....	82
Gambar 2.66 Dokumentasi komunikasi dengan Movelab Workout, Yoga, & Fitness mengenai ketersediaan event.	84
Gambar 2.67 Upaya koordinasi dengan Motion Padel	85
Gambar 2.68 Proses validasi dan pembayaran smelling paper custom	86
Gambar 2.69 Koordinasi dan evaluasi event Chillax Sudirman untuk final market	87
Gambar 2.70 Diskusi stiker timbul dengan supplier botol parfum.....	88
Gambar 2.71 Konfirmasi appointment dengan pihak maklon	89
Gambar 2.72 Koordinasi detail event Chillax Sudirman	90
Gambar 2.73 Upaya koordinasi dengan tomastudio	91
Gambar 2.74 Persiapan layout stiker botol bersama desainer	92
Gambar 2.75 Koordinasi layout tin dengan desainer.....	93
Gambar 2.76 Kunjungan ke maklon untuk pembayaran dan briefing produksi .	94
Gambar 2.77 Pemesanan pocket tester	95
Gambar 2.78 Pengiriman desain final stiker dan pemesanan ke supplier.....	96
Gambar 2.79 Penerimaan invoice dan konfirmasi detail pesanan ke maklon	97
Gambar 2.80 Dokumentasi komunikasi dengan Lavanya Flow Yoga terkait ketersediaan event.....	98
Gambar 2.81 Koordinasi pemesanan paper bag custom.....	99
Gambar 2.82 Koordinasi penempelan stiker dengan maklon	100
Gambar 2.83 Evaluasi supplier botol parfum pertama	101
Gambar 2.84 Pemantauan pengiriman stiker	102
Gambar 2.85 Follow up layout pocket tester keempat	103
Gambar 2.86 Konfirmasi logo paper bag dengan supplier	104
Gambar 2.87 Pemesanan botol parfum supplier kedua dan koordinasi pengiriman	105
Gambar 2.88 Evaluasi opsi packaging dan segel bening.....	106
Gambar 2.89 Upaya koordinasi event Jivana Studio	107
Gambar 2.90 Pengiriman desain dan konfirmasi pembayaran ke supplier paper bag.....	108
Gambar 2.91 Koordinasi ukuran box packaging dengan maklon.....	109
Gambar 2.92 Koordinasi open booth dengan BloomingZen	110
Gambar 2.93 Pengiriman desain final paper bag ke supplier	111
Gambar 2.94 Konfirmasi desain packaging maklon ke desainer.....	112
Gambar 2.95 Koordinasi desain packaging dan thank you card dengan desainer	113

Gambar 2.96 Koordinasi finalisasi desain packaging dengan desainer.....	114
Gambar 2.97 Finalisasi dan pengecekan file desain packaging.....	115
Gambar 2.98 Koordinasi harga T-banner dengan fotocopy langganan	116
Gambar 2.99 Koordinasi event dengan Asanas Glow Yoga.....	117
Gambar 2.100 Pengiriman desain packaging ke maklon dan monitoring stiker botol	118
Gambar 2.101 Koordinasi final desain thank you card dengan desainer dan CEO	119
Gambar 2.102 Konfirmasi detail event Asanas Glow Yoga.....	120
Gambar 2.103 Upaya koordinasi event dengan Saesocial Yoga Club.....	121
Gambar 2.104 Konfirmasi desain packaging dan qty ke maklon	122
Gambar 2.105 Koordinasi teknik pemasangan stiker botol dengan supplier...	123
Gambar 2.106 Arahan pemasangan stiker botol ke maklon	124
Gambar 2.107 Koordinasi rencana booth dengan Softdays Club	125
Gambar 2.108 Penyusunan proposal open booth ke Padel Pro	126
Gambar 2.109 Pencetakan dokumen take content marketing.....	127
Gambar 2.110 Konfirmasi partisipasi booth dengan Asanas Glow Yoga	128
Gambar 2.111 Booking lokasi FGD di kafe Kongko24	129
Gambar 2.112 Koordinasi lanjutan dengan Yoga With Nara	130
Gambar 2.113 Koordinasi event dengan Alder Wellness Studio	131
Gambar 2.114 Laporan perkembangan produksi dan persiapan tes market ke CEO.....	132
Gambar 2.115 Reminder MOU partisipasi booth Asanas Glow Yoga.....	133
Gambar 2.116 Dokumentasi komunikasi dengan supplier voucher.	134
Gambar 2.117 Dokumentasi komunikasi dengan maklon terkait progres produksi.....	135
Gambar 2.118 Bukti pemesanan taplak meja dan komunikasi dengan supplier.	136
Gambar 2.119 Dokumentasi penyusunan laporan.	137
Gambar 2.120 Dokumentasi komunikasi terkait ukuran voucher dan progres produksi dari maklon.	138
Gambar 2.121 Bukti email pengiriman layout stiker dan dokumentasi revisi desain.	139
Gambar 2.122 Dokumentasi kesalahan stiker dan komunikasi komplain kepada maklon.....	140
Gambar 2.123 Dokumentasi revisi desain voucher dan komunikasi dengan studio foto.	142
Gambar 2.124 Bukti pembelian voucher dan komunikasi dengan supplier T- banner.....	143

Gambar 2.125 Dokumentasi keluhan produk rembes kepada maklon.	144
Gambar 2.126 Dokumentasi finalisasi desain founder card.	145
Gambar 2.127 Dokumentasi komunikasi perbandingan harga dengan supplier-supplier printing T-banner.	147
Gambar 2.128 Dokumentasi komplain kepada pihak maklon terkait botol rembes dan box packaging mengelupas.....	147
Gambar 2.129 Bukti komunikasi dengan Instaprint.	148
Gambar 2.130 Dokumentasi pembaruan dari maklon terkait kondisi produk. .	149
Gambar 2.131 Komunikasi dengan Chillax Sudirman mengenai slot open booth.	150
Gambar 2.132 Bukti pengambilan T-banner.	151
Gambar 2.133Dokumentasi revisi desain F4.....	152
Gambar 2.134 Dokumentasi pengiriman katalog ke Terre Arena.	152
Gambar 2.135 Komunikasi awal dengan Marvel Padel.....	153
Gambar 2.136 Bukti komunikasi dengan Asanas Glow	153
Gambar 2.137 Permintaan data audiens dari Marvel Padel.....	153
Gambar 2.138Dokumentasi konfirmasi harga dengan Terre Arena.....	154
Gambar 2.139 Konfirmasi jadwal survey dengan Marvel Padel.....	155
Gambar 2.140 Dokumentasi survey lokasi bersama Marvel Padel.	156
Gambar 2.141 Bukti komunikasi finalisasi pembayaran.....	156
Gambar 2.142 Bukti Pengerjaan Laporan BAB II & III.....	157
Gambar 2.143 Bukti Pengerjaan Laporan BAB III	158
Gambar 3.1.1 Logo Seraphé	171
Gambar 3.2 3 Varian Produk Seraphé	173
Gambar 3.8 Struktur Organisasi Perusahaan	174
Gambar 3.4 Rencana Produksi dan Estimasi Biaya Produksi.....	194
Gambar 3.5 Perencanaan Biaya Marketing	200
Gambar 3.6 Perhitungan HPP	202
Gambar 3.7 Perhitungan Margin.....	202
Gambar 3.8 NPV, IRR, dan Payback Period	203
Gambar 3.9 Keterangan Proyeksi	205
Gambar 3.10 Proyeksi Satu Tahun Seraphé	205
Gambar 3.11 KPI Financial Seraphe	206

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Mentoring Week 1 Bersama Pak Arif	15
Lampiran 2 : Mentoring Week 2 Bersama Pak Arif	15
Lampiran 3 : Diskusi Pembagian Jabatan & Mencoba Sample Parfum 1	16
Lampiran 4 : Diskusi Bersama Designer Awal	16
Lampiran 5 : Visit Maklon Kale	17
Lampiran 6 : Visit Maklon JSP	17
Lampiran 7 : Meeting di Perpustakaan	18
Lampiran 8 : Diskusi Desain Packaging, Tester, Logo & Penentuan Aroma ...	18
Lampiran 9 : Pengerjaan Tugas UTS, Moodboard & Biaya Produksi	19
Lampiran 10 : Payment Produksi ke Maklon	19
Lampiran 11 : Perhitungan Laporan Keuangan Menyeluruh	20
Lampiran 12 : Marketing: BMC, SWOT, STP bersama CEO	20
Lampiran 13 : Revisi SWOT, BMC & Diskusi Packaging dengan Tim	21
Lampiran 14 : Penempelan Stiker Botol Tester & Sneak Peek Content	21
Lampiran 15 : Dokumentasi Mentoring dengan Bu Ilya	22
Lampiran 16 : Dokumentasi Pembahasan Marketing	22
Lampiran 17 : Dokumentasi Pengerjaan Undangan FGD	23
Lampiran 18 : Dokumentasi Revisi Undangan FGD	23
Lampiran 19 : Dokumentasi Pengambilan Konten	24
Lampiran 20 : Dokumentasi Pembuatan Script Persiapan FGD	24
Lampiran 21 : Dokumentasi Mentoring dengan Bu Ilya	25
Lampiran 22 : Dokumentasi Pelaksanaan FGD	26
Lampiran 23 : Dokumentasi Pengerjaan PPT Hasil FGD	27
Lampiran 24 : Mentoring dengan Bu Ilya	27
Lampiran 25 : Dokumentasi Permasalahan Botol Rembes	28
Lampiran 26 : Dokumentasi Pelaksanaan Ulang FGD	28
Lampiran 27 : Survei Lokasi Open Booth Marvel Padel	29
Lampiran 28 : Open Booth Marvel Padel – Hari Pertama	30
Lampiran 29 : Open Booth Asanas Glow / Yoga Event – Hari Pertama	30
Lampiran 30 : Open Booth Marvel Padel – Hari Kedua	31
Lampiran 31 : Open Booth Asanas Glow / Yoga Event – Hari Kedua	31
Lampiran 32 : Live TikTok & Facebook – Grey Market Hari Pertama	32
Lampiran 33 : Live TikTok & Facebook – Grey Market Hari Kedua	33
Lampiran 34 : Final Market di Bottega Padel – Hari Pertama	33

Lampiran 35 : Final Market di Bottega Padel – Hari Kedua	34
Lampiran 36 : Surat Penerimaan (LoA)	35
Lampiran 37 : Surat Pengantar MBKM Kewirausahaan (MBKM 01)	36
Lampiran 38 : Kartu MBKM Kewirausahaan (MBKM 02)	37
Lampiran 39 : Lembar Verifikasi Laporan (MBKM 04)	38
Lampiran 40 : Lampiran pengecekan hasil Turnitin	39
Lampiran 41 : Lembar Konsultasi Bimbingan	41

