

**PERAN DAN PELAKSANAAN AKTIVITAS FINANCE PADA
PROGRAM KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ**



LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Ruwina Diah Ayu Setyaningrum

00000112126

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

**PERAN DAN PELAKSANAAN AKTIVITAS FINANCE PADA
PROGRAM KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana (S.)

Ruwina Diah Ayu Setyaningrum
00000112126

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ruwina Diah Ayu Setyaningrum

Nomor Induk Mahasiswa : 0000112126

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

PERAN DAN PELAKSANAAN AKTIVITAS FINANCE PADA PROGRAM KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHE

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



(Ruwina Diah Ayu Setyaningrum)

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul

**PERAN DAN PELAKSANAAN AKTIVITAS FINANCE PADA
PROGRAM KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHE**

Oleh

Nama : Ruwina Diah Ayu Setyaningrum
NIM : 00000112126
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

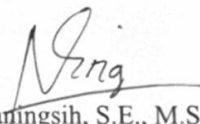
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Laporan Prostep Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


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


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



HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Prostep dengan judul

PERAN DAN PELAKSANAAN AKTIVITAS FINANCE PADA PROGRAM KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ

Oleh

Nama : Ruwina Diah Ayu Setyaningrum
NIM : 00000112126
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 10 Desember 2025

Pukul 11.00 s.d 12.00 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

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ruwina Diah Ayu Setyaningrum
Nomor Induk Mahasiswa : 00000112126
Program Studi : Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Jenis Karya : Laporan Profesional Skill Enhancement Program
Judul Karya Ilmiah : Peran Dan Pelaksanaan Aktivitas Finance Pada Program

Kewirausahaan Brand Seraphé

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 2022



(Ruwina Diah Ayu Setyaningrum)

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. 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.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat berharap karya ini dapat memberikan gambaran bagi para partisipan Prostep. Serta memudahkan para pembaca untuk mendapatkan wawasan dan rujukan baru.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Ruwina Diah Ayu Setyaningrum)

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

PERAN DAN PELAKSANAAN AKTIVITAS FINANCE PADA PROGRAM KEWIRAUSAHAAN BRAND SERAPHÉ

(Ruwina Diah Ayu Setyaningrum)

ABSTRAK

Program Professional Skill Enhancement Program (Prostep) memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan melalui praktik bisnis secara langsung. Pada laporan ini, penulis menjabarkan pengalaman dalam menjalankan peran sebagai Chief Financial Officer (CFO) pada brand parfum Seraphé, sebuah bisnis yang dipilih karena pertumbuhan industri parfum lokal yang pesat serta tingginya kebutuhan pasar terhadap produk wewangian yang tahan lama dan relevan bagi gaya hidup modern. Dalam pelaksanaan proyek, berbagai kendala muncul, seperti keterbatasan pemahaman materi keuangan, transparansi anggaran tim, hingga kekhawatiran terkait pengelolaan kas. Kendala tersebut diselesaikan melalui pembelajaran ulang materi dasar keuangan, penyusunan laporan keuangan yang terstruktur, serta koordinasi intensif dengan seluruh anggota tim. Melalui rangkaian kegiatan ini, penulis mempelajari proses bisnis secara menyeluruh mulai dari riset pasar, Research and Development, produksi, hingga test market. Selain itu, peran CFO memberikan pengalaman mendalam mengenai perhitungan keuangan yang menjadi pondasi penting dalam pengambilan keputusan bisnis.

Kata kunci: Seraphé, Keuangan, Parfum Lokal, Kewirausahaan.



ROLE AND IMPLEMENTATION OF FINANCE ACTIVITIES IN THE SERAPHÉ BRAND ENTREPRENEURSHIP PROGRAM

(Ruwina Diah Ayu Setyaningrum)

ABSTRACT (English)

The Professional Skill Enhancement Program (Prostep) provides students with the opportunity to develop entrepreneurial skills through direct business practice. This report outlines the author's experience in carrying out the role of Chief Financial Officer (CFO) for Seraphé, a perfume brand chosen due to the rapid growth of the local fragrance industry and the increasing market demand for long-lasting scents that align with modern lifestyles. Throughout the project, several challenges emerged, including limited understanding of financial concepts, the need for transparent budget coordination, and concerns regarding cash management. These challenges were addressed through revisiting fundamental financial materials, developing structured financial reports, and maintaining intensive coordination with all team members. Through this series of activities, the author gained comprehensive insights into business processes, ranging from market research, Research and Development, production, to test marketing. Additionally, the CFO role provided in-depth experience in conducting financial calculations, which serve as an essential foundation for sound business decision-making.

Keywords: Seraphé, Finance, Local Perfume, Entrepreneurship.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan.....	4
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.....	6
1.3.5 Tahap Riset dan Pengembangan Produk (Research and Development).....	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	7
1.3.9 Akhir Program – Sidang Prostep	7
1.4 Manfaat	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.1.1 Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan	8
1.4.1.2 Pemahaman Proses Bisnis Secara Komprehensif.....	8
1.4.1.3 Penguatan Kemampuan Perencanaan dan Strategi.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.2.1 Pengembangan Keterampilan Kerja Tim.....	9
1.4.2.2 Penerapan Langsung dalam Proses Bisnis Nyata	9
1.4.2.3 Peningkatan Keterampilan Profesional.....	9

1.4.2.4 Pembentukan Pola Pikir Entrepreneurial	9
1.4.2.5 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 Finance Officer	23
2.2.1 Mempelajari COGS	23
2.2.2 Research Maklon	24
2.2.3 Mempelajari Laporan Jurnal Umum, Laporan Buku Besar, dan Neraca	
2.2.4 Follow Up Maklon.....	27
2.2.5 Pembuatan Google Drive, Pembelian Sampel dan Kertas Parfume	28
2.2.4 Follow Up Pembuatan Sample.....	30
2.2.5 Mempelajari Laporan Keuangan.....	31
2.2.6 Diskusi bersama COO mengenai Desain Packaging	32
2.2.7 Diskusi dengan COO mengenai packaging akan dicetak untuk Demo Day	
.....	33
2.2.8 Mencatat Pengeluaran ke Spreadsheets	34
2.2.9 Follow Up Pembuatan Sampel dan Konsultasi Packaging	35
2.2.10 Perhitungan Estimasi Modal Awal	36
2.2.11 Perhitungan Proses Research and Development hingga 1 Oktober 2025	
dan Persiapan Demo Day	38
2.2.12 Perhitungan HPP Biaya Produk.....	39
2.2.13 Perhitungan Perbandingan antara 2 Maklon	41
2.2.14 Perhitungan Investasi Awal dan Persiapan Demo Day.....	43
2.2.15 Pembuatan Whatsapp Business.....	45
2.2.16 Perhitungan NPV dan IRR.....	46
2.2.17 Demo Day dan Perhitungan Research and Development	48
2.2.18 Perhitungan Perbandingan Maklon.....	50
2.2.19 Laporan Prostep dan Pencatatan Pembuatan Sample	50
2.2.20 Checking dengan COO dan Pembuatan Jurnal Report Kas.....	52
2.2.21 NPV, IRR, Payback Period, dan Pembelian Botol Tester	53
2.2.22 Perhitungan HPP dan Perhitungan Budget Test Market.....	55
2.2.23 Perhitungan BEP dan Margin	57
2.2.24 Pengakumulasi Kas Bulan Oktober	57
2.2.25 Pencatatan Beban Research and Development dan Pembelian Pipet	58

2.2.26 Akumulasi Beban Research and Development dan Diskusi Bersama CMO Mengenai Marketing Budget	60
2.2.27 Pembayaran Desainer dan Persiapan Test Market.....	61
2.2.28 Perhitungan Beban Transport dan Kebutuhan Tester	63
2.2.29 Pencatatan Kas dan Pemasukan Bukti ke Laporan Prostep	64
2.2.30 Pengecekan Stiker Botol dan Persiapan Test Market	65
2.2.31 Perhitungan Unit Produksi.....	67
2.2.32 Diskusi Mengenai Harga Event untuk Validasi Pasar	68
2.2.33 Pembelian Pocket Tester dan Kertas Tester.....	69
2.2.34 Persiapan Focus Group Discussion.....	70
2.2.35 Pembelian Stiker untuk Botol Parfume dan Pencatatan Pembayaran Produksi	71
2.2.37 Pengarsipan Bukti Pembayaran dan Proses Reimburse.....	73
2.2.38 Pengeditas Spreadsheet dan Pengecekan Cash Flow.....	74
2.2.37 Pembuatan Daftar Kebutuhan Marketing	76
2.2.38 Akumulasi Pengeluaran Produksi	77
2.2.39 Belajar NPV, IRR, dan Payback Period.....	78
2.2.40 Revisi Jurnal Umum	78
2.2.41 Booking Tempat Focus Group Discussion	79
2.2.42 Perhitungan NPV, IRR, dan Payback Period.....	80
2.2.43 Pembelian Thank You Card dan Pipet.....	81
2.2.44 Pembuatan Proposal Kolaborasi dan Pengumpulan Bukti Laporan Prostep.....	82
2.2.45 Pencatatan Jurnal Umum Kas	83
2.2.46 Pencatatan Jurnal Umum	84
2.2.47 Membuat Jurnal Umum Kas November dan Pengerjaan Laporan Prostep	84
2.2.48 Membuat Jurnal Umum November dan Pembuatan Script FGD	86
2.2.49 Pembayaran Yoga Event.....	87
2.2.50 Take Content dan Follow Up Produksi.....	89
2.2.51 Pembelian Sticker Botol Tambahan dan Revisi Script FGD	90
2.2.51 Pembuatan Deskripsi Produk.....	92
2.2.53 Penyusunan dan Pengiriman Laporan.....	92
2.2.54 Merevisi Script FGD dan Mengemas Pocket Tester.....	93
2.2.55 Pembelian Voucher dan Pencarian Percetakan.....	93

2.2.56 Perhitungan Kerusakan dan Pembelian Poster T-Banner	94
2.2.57 Pengeditan Jurnal Umum	96
2.2.58 Booking Ruang Kelas untuk Focus Group Discussion	96
2.2.59 Pencarian Lokasi untuk Validasi Pasar	97
2.2.60 Persiapan Validasi Pasar dan Pengulangan FGD	98
2.2.61 Pengulangan FGD dan Transkrip Hasil FGD	99
2.2.62 Pembuatan Kuesioner Feedback	100
2.2.63 Perhitungan Ulang Budget Validasi Market	101
2.2.64 Follow Up untuk Persiapan Validasi Pasar	102
2.2.65 Membuat Desain QR Feedback	102
2.2.66 Pengecekan Stok dan Cashflow	103
2.2.67 Pembuatan Laba Rugi	104
2.3 Kendala yang Ditemukan	105
2.3.1 Kurangnya Pemahaman Materi Keuangan	105
2.3.2 Komunikasi Transparan Mengenai Anggaran	105
2.3.3 Kekhawatiran Uang Pribadi Bergabung dengan Uang Tim	105
2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	106
2.4.1 Mempelajari Ulang Materi Keuangan	106
2.4.2 Membuat Laporan Keuangan	106
2.4.3 Melakukan Perhitungan Ulang dan Penerapan Sistem Kas	106
BAB III PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK	108
3.1 Deskripsi Perusahaan	108
3.1.1 Sejarah Perusahaan	108
3.1.2 Visi	109
3.1.3 Misi	109
3.1.3 Logo Perusahaan	109
3.1.4 Value Perusahaan	110
3.1.5 Bidang Usaha dan Produk	110
3.2 Struktur organisasi Perusahaan	113
3.3 Analisis Kelayakan Usaha	113
3.3.1 Risiko Utama Bisnis dan Strategi Mitigasi	113
3.3.2 Keunggulan Kompetitif dan Barrier to Imitation	114
3.3.3 Koordinasi Lintas Divisi dan Pengendalian Timeline	114
3.3.4 Strategi Kompetitif yang Diterapkan	115

3.4 Produksi	115
3.4.1 Tahap Riset dan Pengembangan (Research and Development)	115
3.4.2 Pengadaan Kebutuhan Produksi	116
3.4.3 Proses Produksi dan Pengemasan	117
3.4.4. Standar Mutu Produk	117
3.4.5. Perencanaan Produksi Satu Tahun ke Depan.....	118
3.5 Strategi Pemasaran.....	120
3.5.1 Segmentation.....	120
3.5.2 Targeting.....	121
3.5.3 Positioning	122
3.5.4 Perencanaan Pemasaran 1 Tahun ke Depan :	122
3.5.4.1 Penguatan Konten & Aktivitas Digital	122
3.5.4.2 Kolaborasi dengan Komunitas & Influencer	123
3.5.4.3 Optimalisasi Penjualan.....	123
3.5.4.4 Strategi Promosi.....	123
3.6 Strategi Keuangan.....	126
3.6.1 Penetapan Harga Jual.....	126
3.6.2 Efisiensi Operasional	128
3.6.3 Analisis Tingkat Pengembalian	128
3.6.4 Rencana Satu Tahun ke Depan	129
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	132
4.1 Simpulan	132
4.2 Saran	133
DAFTAR PUSTAKA.....	13
LAMPIRAN.....	15

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Prostep.....	12
Tabel 3.1 Segmentasi Seraphe	121
Tabel 3.2 Tabel Key Performance Indicator Marketing	124

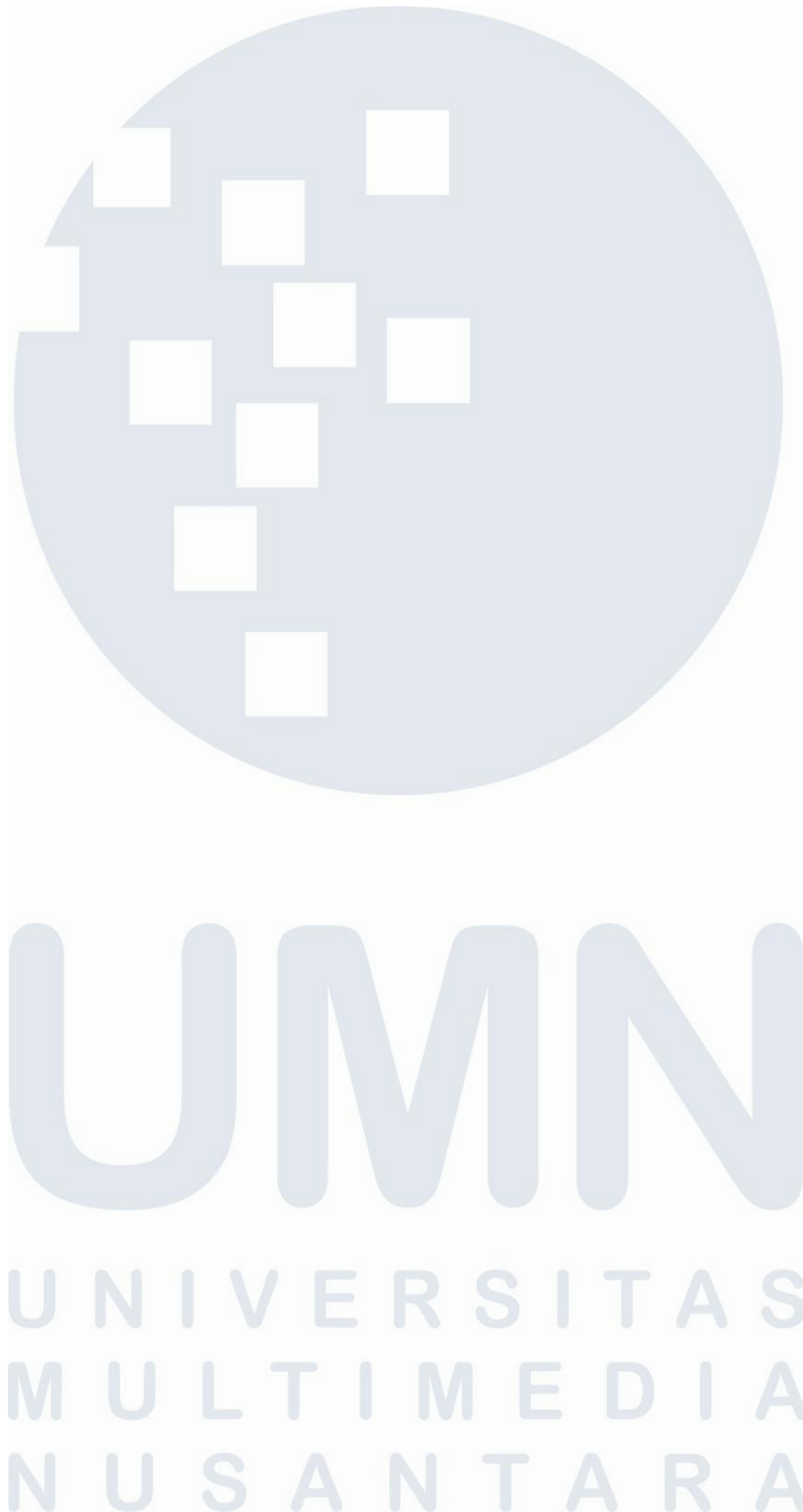


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wirausaha Pemula Indonesia	1
Gambar 1.2 Grafik 10 Brand Parfume Terlaris di Shopee.....	2
Gambar 2.1 Pembelajaran COGS	25
Gambar 2.2 Kandidat Maklon 1.....	26
Gambar 2.3 List Kandidat Maklon	26
Gambar 2.4 List Pertanyaan untuk Maklon	27
Gambar 2.5 Pembelajaran Laporan Jurnal Umum.....	28
Gambar 2.6 Follow up dengan percetakan dan Maklon Parfume.....	28
Gambar 2.8 Follow Up Maklon	29
Gambar 2.9 Konfirmasi Pembelian Sample.....	30
Gambar 2.10 Persiapan Google drive Transaksi.....	30
Gambar 2.11 Bukti Pembelian Kertas Parfume	31
Gambar 2.11 Follow up Pembuatan Sample.....	32
Gambar 2.12 Format Neraca Saldo.....	33
Gambar 2.13 Diskusi tentang Packaging dan Draft Percobaan Packaging	34
Gambar 2.14 Checking dengan COO mengenai percetakan	35
Gambar 2.15 Pencatatan Pengeluaran 24 hingga 29 September.....	35
Gambar 2.16 Follow Up Sample dan Konsultasi Packaging	36
Gambar 2.17 Pembelian Botol Miniso.....	37
Gambar 2.18 Perhitungan Produksi 150 pcs.....	38
Gambar 2.19 Perkiraan Uang Kas	38
Gambar 2.20 Pengeluaran hingga 30 September 2025	39
Gambar 2.21 Checking Stiker Botol dengan COO.....	40
Gambar 2.22 Skenario Produksi 1	41
Gambar 2.23 Skenario produksi 2 dan 3.....	42
Gambar 2.24 Perhitungan Makon 1	42
Gambar 2.25 Perhitungan Maklon 2	43
Gambar 2.26 Perhitungan perbandingan 2 maklon.....	44
Gambar 2.27 Pengeluaran Research and Development	45
Gambar 2.28 Pembelian Kartu By U dan Pendaftaran Whatsapp Bisnis	46
Gambar 2.29 Perhitungan NPV & IRR.....	47
Gambar 2.30 Chat dengan Fotokopi	48
Gambar 2.31 Rangkuman List Prostep secara Group.....	48
Gambar 2.32 Pembelian Standing Akrilik	49
Gambar 2.33 Pencatatan Pengeluaran hingga 6 Oktober 2025.....	50
Gambar 2.34 Perhitungan Maklon JS Jakarta dan Maklon Kale	51
Gambar 2.35 Tabel Laporan Prostep 2.1	51
Gambar 2.36 Pengeluaran hingga 7 Oktober 2025	52

Gambar 2.37 Checking dengan COO	53
Gambar 2.38 Checklist Pembayaran kas Oktober	54
Gambar 2.39 Broadcast Pembayaran Kas.....	54
Gambar 2.40 Perhitungan NPV, IRR, dan Payback Period	55
Gambar 2.41 Checking dengan COO	56
Gambar 2.42 Perhitungan HPP	57
Gambar 2.43 Perkiraan Budget Test Market	58
Gambar 2.44 Perhitungan BEP	58
Gambar 2.45 Akumulasi kas week 1	59
Gambar 2.46 Pembelian Pipet.....	60
Gambar 2.47 Broadcast Pembayaran Kas 2.....	61
Gambar 2.48 Akumulasi beban Research and Development.....	62
Gambar 2.49 Diskusi bersama CMO	62
Gambar 2.50 Bukti Pembayaran Desainer	63
Gambar 2.51 Pencarian Bazaar melalui Media Sosial	64
Gambar 2.52 Penambahan Beban Transport ke HPP	65
Gambar 2.53 Perhitungan Kebutuhan Tester	65
Gambar 2.54 Akumulasi Kas Week 2	66
Gambar 2.55 Pemasukan Bukti Kerja.....	66
Gambar 2.56 Checking dengan COO	67
Gambar 2.57 Tracking Lokasi Validasi Pasar	68
Gambar 2.58 Perhitungan Unit Produksi	69
Gambar 2.59 Diskusi dengan COO	70
Gambar 2.60 Pembelian Pocket Tester dan Kertas Tester.....	71
Gambar 2.61 Pencarian Kebutuhan Tester dan Ruangan untuk FGD	72
Gambar 2.62 Pencatatan Pembayaran Produksi	73
Gambar 2.63 Pembelian Sticker	73
Gambar 2.64 Pembelian Botol.....	74
Gambar 2.65 Reimburse	75
Gambar 2.66 Pencatatan Setoran Produksi	75
Gambar 2.68 Pengeditan Spreadsheets	76
Gambar 2.69 Pemasukan dan Pengeluaran Seraphé pada Gopay	76
Gambar 2.70 Kebutuhan Marketing	77
Gambar 2.71 Laporan Jurnal Umum Kas	78
Gambar 2.72 Total Pengeluaran	78
Gambar 2.73 Pembelajaran NPV, IRR, dan Payback Period	79
Gambar 2.74 Pencatatan Laporan Jurnal Umum	80
Gambar 2.75 Pembayaran Deposit Venue FGD	81
Gambar 2.76 Perhitungan NPV, IRR, dan Payback Period	82
Gambar 2.77 Pengecekan Spreadsheet	82
Gambar 2.78 Pembelian thank you card dan pipet	83

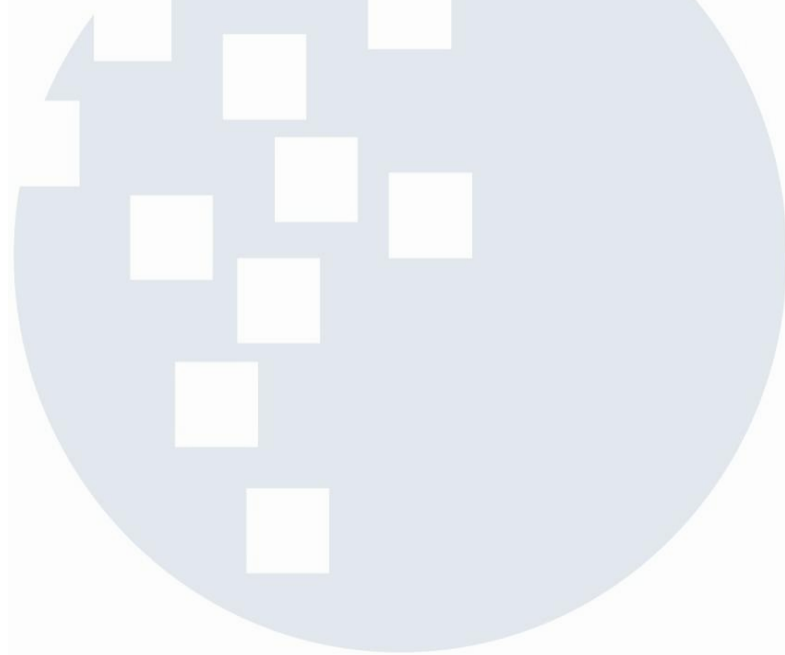
Gambar 2.79 Diskusi dengan COO	84
Gambar 2.80 Pencatatan Pengeluaran Kas	85
Gambar 2.81 Pencatatan Pengeluaran Jurnal Umum.....	85
Gambar 2.82 Pengerjaan Laporan Prostep.....	86
Gambar 2.83 Pembuatan Jurnal Umum Kas November.....	86
Gambar 2.84 Pembuatan Jurnal Umum November	87
Gambar 2.85 Pembuatan Script FGD	88
Gambar 2.86 Checking dengan COO	88
Gambar 2.87 Pembelajaran Inventory Stock	89
Gambar 2.88 Pengambilan Konten.....	90
Gambar 2.89 Follow Up Produksi dengan COO	90
Gambar 2.90 Pembelian Sticker Tambahan.....	91
Gambar 2.91 Pembelian Sticker Tambahan.....	92
Gambar 2.92 Pembuatan Deskripsi Produk.....	92
Gambar 2.93 Pembuatan Latar Belakang	93
Gambar 2.94 Script FGD.....	94
Gambar 2.95 Pembelian Voucher dan Pencarian Percetakan.....	94
Gambar 2.96 Checking dengan COO dan Perhitungan	95
Gambar 2.97 Pembelian Poster T-banner	96
Gambar 2.98 Pembelian Poster T-banner	96
Gambar 2.99 Booking Ruang Kelas	97
Gambar 2.100 Diskusi dengan COO	98
Gambar 2.101 Pencetakan QRIS	99
Gambar 2.102 Hasil Transkrip FGD.....	100
Gambar 2.103 Kuesioner Feedback.....	101
Gambar 2.104 Perhitungan Budget Validasi Pasar.....	101
Gambar 2.105 Pembayaran Sewa Marvel Padel.....	102
Gambar 2.106 Desain untuk Form Customer Feedback.....	103
Gambar 2.107 Inventory Stock.....	104
Gambar 2.108 Laba Rugi.....	104
Gambar 3.1 Logo Seraphé	110
Gambar 3.2 3 Varian Produk Seraphe	112
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Perusahaan	113
Gambar 3.4 Rencana Produksi dan Estimasi Biaya Produksi Seraphé Tahun Pertama	120
Gambar 3.5 Perencanaan Biaya Marketing	126
Gambar 3.6 Perhitungan HPP.....	128
Gambar 3.7 Perhitungan Margin.....	128
Gambar 3.8 NPV, IRR, dan Payback Period	130
Gambar 3.9 Keterangan Proyeksi	131
Gambar 3.10 Proyeksi Keuangan Satu Tahun Seraphe	131



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Penerimaan (LoA).....	15
Lampiran 2 : MBKM-01 Cover Letter MBKM.....	16
Lampiran 3 : MBKM-02 MBKM Internship Card Track 1	17
Lampiran 4 : MBKM-04 Verification Form of Internship	18
Lampiran 5 : Pengecekan Hasil Turnitin	19
Lampiran 6 : Mentoring Week 1 Bersama Pak Arif.....	20
Lampiran 7 : Mentoring Week 2 Bersama Pak Arif.....	20
Lampiran 8 : Diskusi pembagian jabatan & mencoba sample parfum 1	21
Lampiran 9 : Diskusi bersama designer awal	21
Lampiran 10 : Visit maklon Kale.....	22
Lampiran 11 : Visit maklon JSP	22
Lampiran 12 : Meeting di perpus.....	23
Lampiran 13 : discuss design packaging perfume, packaging tester, logo dengan designer baru, sama discuss internal menentukan fix aroma perfume.....	23
Lampiran 14 : mengerjakan tugas uts bersama & membuat moodboard dan menghitung biaya produksi di sidocar	24
Lampiran 15 : Payment produksi ke maklon	24
Lampiran 16 : menghitung laporan keuangan secara menyeluruh	25
Lampiran 17 : Marketing mengerjakan BMC, SWOT, STP dll bersama CEO	25
Lampiran 18 : melanjutkan revisi swot bmc dll dan membahas via call dengan team untuk pengambilan packaging dari vendor mana	26
Lampiran 19 : nempelin sticker botol untuk tester dan sneak peak content	26
Lampiran 20 : Dokumentasi Mentoring dengan Bu Ilya	27
Lampiran 21 : Dokumentasi Pembahasan Marketing.....	27
Lampiran 22 : Dokumentasi Pengerjaan Undangan untuk FGD	28
Lampiran 23 : Dokumentasi Pengerjaan Ulang Undangan FGD.....	28
Lampiran 24 : Dokumentasi Pengambilan Content.....	29
Lampiran 25 : Dokumentasi Pembuatan Script Persiapan FGD.....	29
Lampiran 26 : Dokumentasi Mentoring dengan Bu Ilya	30
Lampiran 27 : Dokumentasi Pelaksanaan FGD.....	31
Lampiran 28 : Dokumentasi Pengerjaan PPT Hasil FGD	31
Lampiran 29 : Mentoring dengan Bu Ilya.....	32
Lampiran 30 : Dokumentasi Permasalahan Botol Rembes.....	32
Lampiran 31 : Dokumentasi Pelaksanaan Ulang FGD	33
Lampiran 32 : Survei Lokasi Open Booth Marvel Padel.....	33
Lampiran 33 : Open Booth di Marvel Padel untuk optimal market Hari Pertama	34
Lampiran 34 : Open Booth di Asanas Glow / Yoga Event untuk optimal market Hari Pertama	35
Lampiran 35 : Open Booth di Marvel Padel untuk optimal market Hari Kedua.....	36

Lampiran 36 : Open Booth di Asanas Glow / Yoga Event untuk optimal market Hari Kedua	36
Lampiran 37 : Live TikTok dan Facebook untuk Grey Market Hari Pertama	37
Lampiran 38 : Live TikTok dan Facebook untuk Grey Market Hari Kedua	37
Lampiran 39 : Final Market di Bottega Padel untuk Final Market Hari Pertama.....	38
Lampiran 40 : Final Market di Bottega Padel untuk Final Market Hari Kedua	39
Lampiran 41 : Lembar Konsultasi Bimbingan.....	39



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA