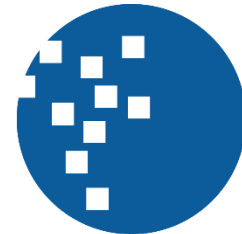


**RENCANA BISNIS UNTUK SOYOU SEBAGAI BRAND KOSMETIK PARFUM
YANG BERORIENTASI PADA STRATEGI DAN INOVASI**

Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Brand Awareness



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR

Ferdinand Dwidiantra Sukardi

00000071085

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

**Rencana Bisnis untuk SoYou sebagai Brand Kosmetik Parfum yang Berorientasi
pada Strategi dan Inovasi: Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan
Brand Awareness**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Ferdinand Dwidiantra Sukardi

00000071085

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ferdinand Dwidiantra Sukardi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071085

Program Studi : Manajemen

Laporan Skripsi dengan judul:

Rencana Bisnis untuk SoYou sebagai Brand Kosmetik Parfum yang Berorientasi pada Strategi dan Inovasi: Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah 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 karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Desember 2025



(Ferdinand Dwidiantra Sukardi)

HALMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Rencana Bisnis untuk SoYou sebagai Brand Kosmetik Parfum yang Berorientasi pada Strategi dan Inovasi: Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Oleh

Nama : Ferdinand Dwidiantra Sukardi

NIM : 00000071085

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Desember 2025

Pembimbing

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

Ketua Program Studi Manajemen

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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Rencana Bisnis untuk SoYou sebagai Brand Kosmetik Parfum yang Berorientasi pada Strategi dan Inovasi : Peran Sosial Media Spesialis dalam Meningkatkan *Brand Awareness*”

Oleh

Nama : Ferdinand Dwidiantra Sukardi
NIM : 00000071085
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diuji pada hari Rabu, 17 Desember 2025

Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ir. D. Wim Prihanto, M.M.
NIDN : 0312126610

Penguji



Kanon Marnisen Wongkar, S.H., M.H.
NIDN : 0301078204

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ferdinand Dwidiantra Sukardi
NIM : 00000071085
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : Rencana Bisnis untuk SoYou sebagai Brand Kosmetik Parfum yang Berorientasi pada Strategi dan Inovasi: Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Brand Awareness

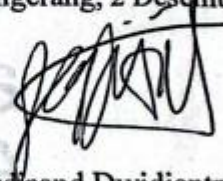
Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 2 Desember 2025


Ferdinand Dwidiantra Sukardi

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ferdinand Dwidiantra Sukardi

NIM : 00000071085

Program Studi : Manajemen

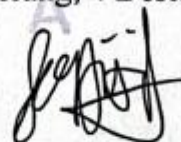
Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Rencana Bisnis untuk SoYou sebagai Brand Kosmetik Parfum yang Berorientasi pada Strategi dan Inovasi: Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

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, 4 Desember 2025



(Ferdinand Dwidiantra Sukardi)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

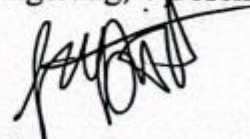
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: “Rencana Bisnis untuk SoYou sebagai Brand Kosmetik Parfum yang Berorientasi pada Strategi dan Inovasi: Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

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., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Skystar Ventures yang telah memberikan dukungan berupa fasilitas inkubator untuk bisnis SoYou yang membantu perkembangan usaha ini dengan baik.
7. Seluruh rekan founder yang membantu dalam perkembangan usaha SoYou.

Semoga Skripsi ini dapat dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang, 4 Desember 2025



(Ferdinand Dwidiantra Sukardi)

RENCANA BISNIS UNTUK SOYOU SEBAGAI BRAND KOSMETIK PARFUM

YANG BERORIENTASI PADA STRATEGI DAN INOVASI

(Ferdinand Dwidiantra Sukardi)

ABSTRAK

Industri parfum lokal menghadapi tantangan besar terkait rendahnya brand awareness dan kurangnya diferensiasi produk yang berdampak pada stagnasi penjualan. SoYou berupaya mengatasi tantangan tersebut melalui pembangunan persepsi merek dengan kekuatan narasi dan positioning emosional sebagai pembeda utama guna mengoptimalkan margin keuntungan. Dalam upaya memperkuat posisi tersebut, dijalankan strategi Social Media Specialist yang berfokus pada pengembangan brand storytelling dan manajemen visual kreatif secara terukur. Hasil implementasi menunjukkan bahwa strategi narasi ini efektif dengan dominasi interaksi pada fitur Instagram Story sebesar 71,4 persen. Peningkatan interaksi organik tersebut secara nyata mendorong pertumbuhan konversi penjualan dengan total akumulasi omzet selama periode Juli hingga November mencapai Rp11.842.721. Pencapaian penjualan bulanan tertinggi tercatat pada bulan November sebesar Rp2.806.000, dengan perolehan margin keuntungan sebesar Rp1.652.000 atau setara dengan 58,87 persen dari total omzet pada bulan tersebut. Pencapaian ini membuktikan efektivitas strategi dalam menekan biaya akuisisi pelanggan melalui pemanfaatan kanal organik. Strategi ini diproyeksikan sebagai acuan pengembangan bisnis SoYou tiga tahun ke depan melalui tiga tahapan: (1) tahun pertama penguatan identitas merek; (2) tahun kedua optimalisasi pemasaran digital; serta (3) tahun ketiga perluasan jangkauan pasar nasional guna menjamin keberlanjutan profitabilitas jangka panjang.

Kata kunci: Brand Positioning, Social Media Specialist, Brand Storytelling, Penjualan, Profitabilitas.

BUSINESS PLAN FOR SOYOU AS A STRATEGIC AND INNOVATION-ORIENTED PERFUME COSMETICS BRAND

(Ferdinand Dwidiantra Sukardi)

ABSTRACT (English)

The local perfume industry currently faces significant challenges regarding low brand awareness and a lack of product differentiation, which directly result in stagnant sales. SoYou seeks to address these issues by building brand perception through the power of narrative and emotional positioning as key differentiators to optimize profit margins. To strengthen this position, a Social Media Specialist strategy was implemented, focusing on the development of brand storytelling and measurable creative visual management. The results indicate that this narrative strategy is effective, as evidenced by a 71.4 percent audience interaction rate on the Instagram Story feature. This increase in organic interaction significantly drove sales conversion growth, with a total accumulated turnover of IDR 11,842,721 during the period from July to November. The highest monthly sales were recorded in November at IDR 2,806,000, yielding a profit margin of IDR 1,652,000, which is equivalent to 58.87 percent of the total turnover for that month. This achievement demonstrates the effectiveness of the strategy in reducing customer acquisition costs by utilizing organic channels. This strategy is projected to serve as a reference for SoYou's business development over the next three years through three stages: (1) brand identity strengthening in the first year; (2) digital marketing optimization in the second year; and (3) national market expansion in the third year to ensure long-term profitability.

Keywords: *Brand Positioning, Social Media Specialist, Brand Storytelling, Sales, Profitability.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)...	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Manfaat Penulisan.....	5
1.4 Sistematika Penulisan	6
BAB II	7
BABAN USAHA	7
2.1 Bentuk Badan Usaha.....	7
2.2 Struktur Organisasi	8
BAB III.....	22
3.1 Teori Umum.....	22
BAB IV	36
4.1 Deskripsi Bisnis.....	36
4.1.3 Business Model Canvas (BMC).....	41
4.1.4 TAM, SAM, SOM.....	43
4.1.6 Strategi Pemasaran	57
BAB V.....	100
5.1.1 Pengembangan Produk.....	106

5.1.2 Ekspansi Channel Penjualan.....	106
5.1.3 Penguatan Marketing dan Komunitas	107
5.1.4 Pengembangan B2B dan Mitra	107
5.1.5 Penguatan Operasional dan Infrastruktur Bisnis.....	108
5.1.6 Penguatan Operasional dan Infrastruktur Bisnis.....	108
5.2 Pengembangan Bisnis Sebagai Social Media Specialist.....	118
5.2.1 Mengoptimalkan TikTok Sebagai Saluran Utama Untuk Awareness	118
5.2.3 Berkolaborasi dengan KOL dan Influencer Ternama	119
5.2.4 Menyiapkan Kolaborasi dengan Brand atau Komunitas Lain.....	120
5.2.5 Membangun Aktivasi Komunitas Pengguna SoYou.....	120
5.2.6 Penerapan AI-Based Fragrance Recommendation.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	123



DAFTAR TABEL

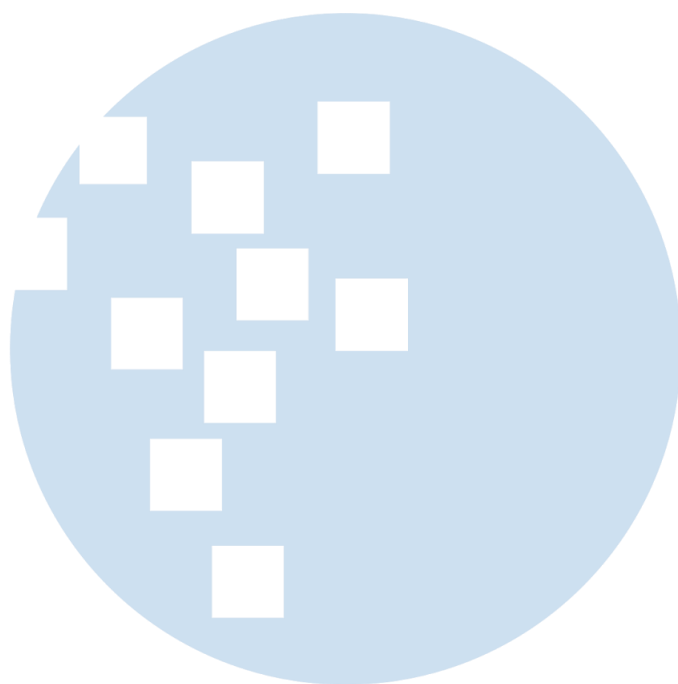
Tabel 2. 1 Jobdesc CEO	8
Tabel 2. 2 Jobdesc CMO	11
Tabel 2. 3 Jobdesc CFO	13
Tabel 2. 4 Jobdesc COO	14
Tabel 2. 5 Jobdesc Social Media Specialist	16
Tabel 5. 1 Business Plan Projection	100
Tabel 5. 2 Rincian Biaya 2026	109
Tabel 5. 3 Rincian Biaya 2027	110
Tabel 5. 4 Rincian Biaya 2028	112
Tabel 5. 5 Proyeksi Penjualan 2026	115
Tabel 5. 6 Proyeksi Penjualan 2027	115
Tabel 5. 7 Proyeksi Penjualan 2027	116
Tabel 5. 8 Proyeksi Laba Rugi	117
Tabel 5. 9 Simulasi Budget Ads	121



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Pasar Parfum di Indonesia dari 2018 hingga 2030	1
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi SoYou	8
Gambar 2. 2 Nomor KBLI	18
Gambar 2. 3 NIB	19
Gambar 2. 4 Surat Keterangan Usaha Mikro	20
Gambar 2. 5 HKI	21
Gambar 3. 1 VRIO	23
Gambar 3. 2 Empathize Map	25
Gambar 3. 3 Survey SoYou	27
Gambar 3. 4 SoYou 4 Seasons	32
Gambar 3. 5 Diagram Batang	33
Gambar 4. 1 SoYou Four Seasons	38
Gambar 4. 2 SoYou Space Edition	39
Gambar 4. 3 Business Model Canvas	41
Gambar 4. 4 TAM,SAM,SOM	43
Gambar 4. 5 Booth WMK	47
Gambar 4. 6 Booth Entrepreneur Hub Finance	48
Gambar 4. 7 Booth Demo Day Skystar Ventures	49
Gambar 4. 8 Booth Demo Day Skystar Ventures	50
Gambar 4. 9 Booth UMN	51
Gambar 4. 10 Booth Mini Exhibition Skystar Ventures	52
Gambar 4. 11 Booth GEEM	53
Gambar 4. 12 Booth ILTL	54
Gambar 4. 13 Booth Booktopia	55
Gambar 4. 14 K3Mart GS, Lippo Mall Puri, dan SCBD	56
Gambar 4. 15 SoYou Account Reach by City of Residence	59
Gambar 4. 16 SoYou Account Reach by Age Range	60
Gambar 4. 17 SoYou Account Reach by Gender	61
Gambar 4. 18 Financial Statement SoYou	75
Gambar 4. 19 Pelaporan Keuangan	77
Gambar 4. 20 Laporan Pemasukan	79
Gambar 4. 21 Laporan Laba Rugi	83
Gambar 4. 22 Brand Narrative Development	86
Gambar 4. 23 Dokumentasi Bazar Pasar Modern	87
Gambar 4. 24 Dokumentasi K3 Mart	88
Gambar 4. 25 Dokumentasi Anutara	90
Gambar 4. 26 Perceptual Map	91
Gambar 4. 27 Market Survey	93
Gambar 4. 28 Konten Sosial Media Instagram	94
Gambar 4. 29 Konten Sosial Media Tiktok	95

Gambar 4. 30 Copywriting.....	96
Gambar 4. 31 Content Calendar	98
Gambar 4. 32 To Do List.....	99

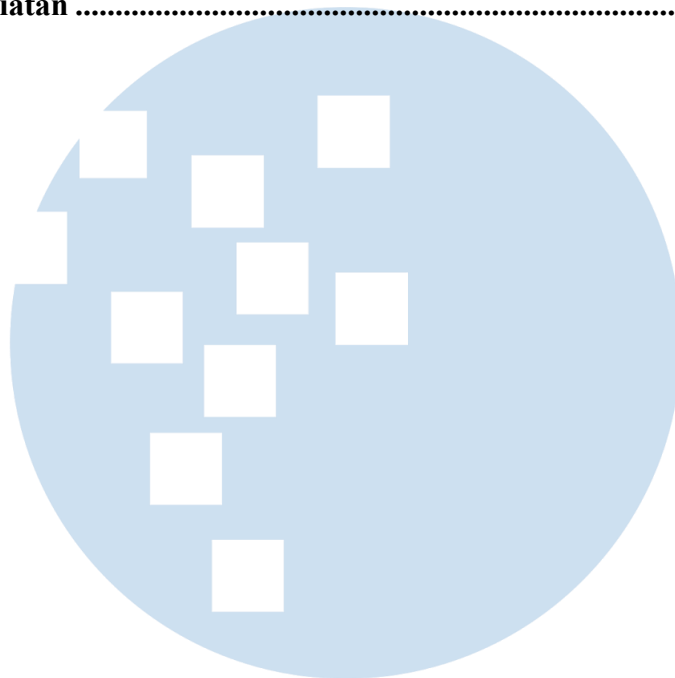


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	125
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	130
Lampiran C Bukti Kegiatan	131



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA