

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri parfum di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan diri, self-care, dan gaya hidup yang berorientasi pada personal branding. Parfum kini tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap penampilan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas dan cara seseorang mengekspresikan diri.

Secara global, tren ini juga terlihat jelas. Menurut laporan Fortune Business Insights (2022), nilai pasar parfum global diperkirakan mencapai USD 52,4 miliar pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata (Compound Annual Growth Rate/CAGR) sekitar 6–7% hingga tahun 2030 (Zion Market Research, 2023). Di Indonesia sendiri, pasar parfum diperkirakan mencapai nilai USD 457,81 juta pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 3,35% untuk periode 2025–2030 (Statista, 2025). Pertumbuhan ini menunjukkan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk parfum, khususnya di kalangan generasi muda yang menjadikan parfum sebagai bagian dari gaya hidup dan bentuk ekspresi diri. Selain itu, laporan dari The Jakarta Post (2025) juga menyebutkan bahwa semakin banyak merek parfum lokal bermunculan dan berhasil menarik perhatian konsumen muda melalui media sosial dan platform e-commerce.

Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, masih terdapat beberapa masalah yang dirasakan oleh konsumen parfum lokal. Berdasarkan riset Illuminate Asia (2024), konsumen Gen Z menyebutkan tiga isu utama:

1. Ketahanan aroma parfum lokal yang belum konsisten.
2. Kurangnya identitas dan diferensiasi aroma atau banyak produk “mirip satu sama lain”.

3. Minimnya pengalaman personal atau makna di balik sebuah parfum.

Di sisi lain, minat generasi muda terhadap dunia kewirausahaan juga terus meningkat. Data dari Katadata Insight Center (2024) menunjukkan bahwa 64% Gen Z Indonesia memiliki ketertarikan tinggi terhadap wirausaha kreatif. Melihat fenomena tersebut, penulis bersama tim melihat adanya peluang untuk menghadirkan brand parfum lokal yang tidak hanya menawarkan aroma, tetapi juga mampu merepresentasikan karakter dan kepribadian penggunanya.

Berdasarkan peluang dan permasalahan tersebut, lahirlah Euréva, sebuah brand parfum lokal yang mengusung konsep personality perfume dan self-expression. Nama Euréva terinspirasi dari kata “*Aura*” dan “*Éva*” yang memiliki makna kecantikan dan keunikan karakter perempuan. Euréva hadir dengan tujuan untuk memberikan pengalaman penggunaan parfum yang lebih personal melalui aroma yang dapat mencerminkan suasana hati, karakter, dan identitas penggunanya. Selain menghadirkan parfum dengan aroma yang tahan lama, Euréva juga menekankan nilai authenticity, individuality, dan elegance dalam pengembangan brand dan produknya.

Melalui kegiatan magang di Skystar Ventures, penulis memperoleh kesempatan untuk memahami secara langsung proses pengembangan startup, khususnya dalam aspek branding, digital marketing, market validation, serta pengembangan model bisnis. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana bagi penulis untuk mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam situasi bisnis nyata, sekaligus mengevaluasi dan mengembangkan strategi bisnis Euréva agar mampu bersaing di industri parfum lokal yang terus berkembang.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Maksud dari kegiatan kewirausahaan ini adalah untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang diidentifikasi selama tahap observasi pasar, yaitu mengenai kebutuhan konsumen perempuan Generasi Z terhadap parfum yang

tidak hanya memiliki aroma yang menyenangkan, tetapi juga merepresentasikan karakter dan identitas diri. Berdasarkan hasil riset, ditemukan bahwa sebagian besar parfum lokal masih kurang dalam hal ketahanan aroma, variasi karakter wangi, serta belum menawarkan pengalaman personal yang bermakna. Melalui kegiatan ini, kelompok berupaya mengembangkan Euréva sebagai brand parfum lokal dengan konsep story driven fragrance, yang menghadirkan keharuman berdasarkan kepribadian dan emosi pengguna. Dengan demikian, kegiatan ini dimaksudkan untuk memvalidasi konsep produk parfum yang menggabungkan nilai estetika, personalisasi, dan kedekatan emosional dengan konsumen.

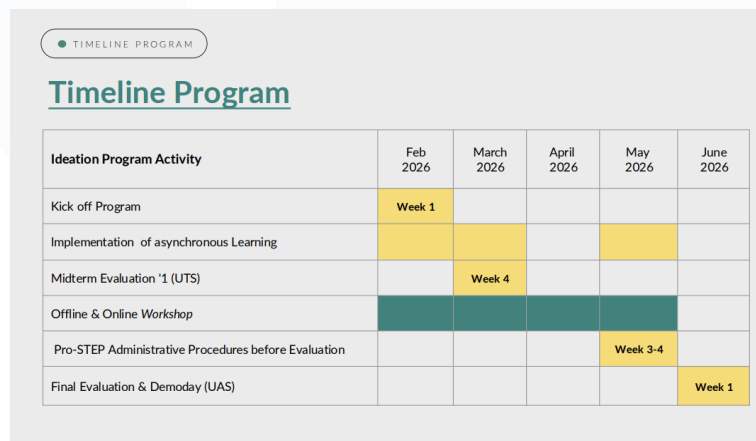
Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Memperdalam pemahaman praktis mengenai pengelolaan startup, khususnya dalam aspek branding, pemasaran digital, dan pengembangan bisnis secara profesional.
2. Mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam situasi kerja nyata di lingkungan inkubator bisnis.
3. Mempelajari secara langsung proses pendampingan startup, mulai dari validasi ide, pengembangan produk, hingga penyusunan strategi bisnis yang berkelanjutan.
4. Mengembangkan kemampuan analisis, problem solving, serta komunikasi dalam menghadapi tantangan bisnis di ekosistem startup.
5. Memperluas wawasan dan pengalaman terkait dunia kewirausahaan melalui interaksi dengan mentor, praktisi industri, dan pelaku startup lainnya.
6. Mengimplementasikan insight dan pengalaman yang diperoleh selama magang sebagai bahan evaluasi dan pengembangan bisnis Euréva ke depannya.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilaksanakan di bawah naungan Skystar Ventures, yaitu inkubator bisnis Universitas Multimedia Nusantara yang berfokus pada pengembangan startup dan bisnis mahasiswa melalui program pendampingan, workshop, mentoring, serta evaluasi bisnis secara berkala. Dalam program ini, penulis menjalankan dan mengembangkan bisnis parfum lokal bernama Euréva selama satu semester, terhitung sejak Februari 2026 hingga Juni 2026.



Gambar 1.1 Timeline Program

Pelaksanaan kerja magang bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dalam membangun dan mengembangkan bisnis, mulai dari proses perencanaan, pengembangan produk, branding, pemasaran, hingga evaluasi kinerja bisnis. Selain itu, program ini juga memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik bisnis nyata melalui pendampingan dari supervisor dan mentor profesional.

Selama periode magang, kegiatan dilaksanakan secara hybrid, baik secara online maupun offline, menyesuaikan kebutuhan program inkubasi dan operasional bisnis. Berbagai aktivitas yang dilakukan meliputi workshop kewirausahaan, mentoring, market validation, pengembangan produk, penyusunan

strategi pemasaran, pelaksanaan penjualan, hingga kegiatan evaluasi dan pitching bisnis.

Tahapan pelaksanaan program dimulai dari kegiatan **Kick Off Program** pada minggu pertama Februari 2026 sebagai pembukaan dan pengarahan program inkubasi bisnis. Selanjutnya, peserta menjalani proses **Implementation of Asynchronous Learning** yang berlangsung selama program berjalan sebagai sarana pembelajaran mandiri terkait pengembangan startup dan bisnis.

Pada bulan Maret 2026 dilaksanakan **Midterm Evaluation 1 (UTS)** sebagai evaluasi perkembangan bisnis dan penyusunan laporan tahap awal. Selama Februari hingga Mei 2026, peserta juga mengikuti berbagai **Offline & Online Workshop** yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures untuk mendukung pengembangan bisnis dan peningkatan kemampuan kewirausahaan.

Memasuki bulan Mei 2026, dilakukan tahapan **Pro-STEP Administrative Procedures before Evaluation** sebagai persiapan administrasi sebelum evaluasi akhir program. Selanjutnya, pada bulan Juni 2026 dilaksanakan **Final Evaluation & Demoday (UAS)** sebagai tahap akhir program inkubasi bisnis, di mana peserta melakukan evaluasi keseluruhan bisnis serta mempresentasikan perkembangan dan hasil pengembangan usaha yang telah dijalankan selama program berlangsung.

Tabel 1.1 Lini Masa Kegiatan

No	Tanggal	Kegiatan yang Dilakukan	Keterangan / Hasil
1	7 Feb 2026	Kick-off Ideation Program dan workshop 1 - Entrepreneurship Mindset	Pengenalan Career Acceleration Program serta proses matching mentor dengan masing-masing tim.
2	19 Feb 2026	Mentoring pertama dengan	Mendapat arahan awal

		Supervisor Skystar Ventures	terkait pengembangan ide bisnis.
3	21 Feb 2026	Workshop 2 - Solving the Real Problem: Practical Root Cause Analysis	Melakukan workshop dan membuat langsung analisis akar masalah dari bisnis Euréva.
4	26 Feb 2026	Mentoring pertama dengan Dedicated Mentor	Menjelaskan produk Euréva dan mendapat arahan awal terkait pengembangan produk.
5	28 Feb 2026	Pembelajaran Business Pivot dan Setting Metrics & Goals	Menyusun visi, misi, struktur tim, serta KPI bisnis dan individu.
6	6 Maret 2026	Workshop 3 - Market Research Fundamentals: Finding the Right Customers and Clients	Melakukan riset pasar primer dan sekunder untuk validasi ide bisnis Euréva.
7	11 Maret 2026	Mentoring kedua dengan Supervisor Skystar Ventures	Melakukan update terkait perkembangan bisnis yang sedang dijalankan.
68	14 Maret 2026	Validasi ide bisnis & riset lanjutan	Melakukan riset kepada calon konsumen dan RnD produk serta mentoring dengan supervisor.

9	17 Maret 2026	Mentoring kedua bersama Dedicated Mentor dari Skystar Ventures	Mempelajari terkait brand awareness dan Meta Ads.
10	18 Maret 2026	Mentoring ketiga bersama Supervisor Skystar Ventures	Melakukan bimbingan terkait apa yang akan dilakukan selanjutnya dalam bisnis Euréva.
11	21 Maret 2026	Pembelajaran Value Proposition Canvas	Mengidentifikasi segmen pelanggan dan menyusun proposisi nilai serta mentoring dan progress review ke-3.
12	28 Maret 2026	Evaluasi Tengah Semester dan pitching ide bisnis	Melakukan pitching terkait pengembangan ide bisnis yang telah dijalankan, serta melakukan mentoring kedua bersama mentor untuk mendapatkan evaluasi dan masukan lanjutan.
13	9 April 2026	Workshop 4 - Opportunity and Competiting Mapping	Mengidentifikasi peluang pasar, kompetitor utama, serta posisi Euréva di industri parfum lokal..
14	9 April 2026	Mentoring keempat bersama Supervisor dari Skystar Ventures	Melakukan diskusi terkait limited produk Euréva.
15	16 April 2026	Mentoring ketiga bersama Dedicated Mentor dari Skystar Ventures	Melakukan evaluasi perkembangan bisnis serta diskusi terkait pengembangan produk dan strategi pemasaran.

16	28 April 2026	Workshop 5 - From Idea to Prototype: Rapid Product Prototyping 101	Mempelajari proses pengembangan produk dari ide hingga prototype serta penerapannya pada pengembangan produk Euréva.
17	4 Mei 2026	Workshop 6 - A Beginner's Guide to Building Financials Models	Mempelajari penyusunan model keuangan sederhana untuk perencanaan biaya, penjualan, dan proyeksi keuntungan bisnis.
18	6 Mei 2026	Workshop 7 - Branding & Marketing	Mempelajari strategi branding, pemasaran digital, dan pengembangan komunikasi merek untuk meningkatkan brand awareness.
19	12 Mei 2026	Mentoring keempat bersama Dedicated Mentor dari Skystar Ventures	Melakukan review pitch deck untuk Final Evaluation serta memperoleh masukan terkait penyempurnaan materi presentasi.
20	13 Mei 2026	Mentoring kelima bersama Supervisor dari Skystar Ventures	Melakukan update terkait Final Evaluation dan pengembangan produk.
21	17 Mei 2026	Workshop 8 - Business Legality	Mempelajari aspek legalitas bisnis, termasuk perizinan usaha, merek dagang, dan sertifikasi produk.
22	25 Mei 2026	Workshop 9 - How to Pitch: Building a Strong & Convincing Business Pitch	Mempelajari teknik menyusun dan menyampaikan pitch bisnis yang efektif

			untuk investor maupun evaluator.
23	2 - 4 June 2026	Final Evaluation & Demo Day	Melakukan pitching untuk penilaian akhir dan membuka booth.

Berdasarkan Tabel 1.2, penulis secara aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures, mulai dari workshop, mentoring, evaluasi bisnis, hingga kegiatan Final Evaluation dan Demo Day. Seluruh kegiatan tersebut dirancang untuk mendukung proses pengembangan bisnis Euréva melalui pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan.

Melalui berbagai workshop dan sesi mentoring, penulis memperoleh wawasan terkait pengembangan produk, riset pasar, branding, pemasaran, model keuangan, legalitas bisnis, serta teknik penyusunan business pitch. Selain itu, kegiatan evaluasi dan progress review secara berkala membantu penulis dalam mengidentifikasi tantangan bisnis, menyusun strategi perbaikan, serta mengevaluasi perkembangan bisnis Euréva selama program berlangsung.

Rangkaian kegiatan tersebut memberikan pengalaman praktis kepada penulis dalam mengelola bisnis secara langsung, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Pengalaman tersebut menjadi sarana pembelajaran yang penting dalam meningkatkan kemampuan kepemimpinan, pengambilan keputusan, komunikasi tim, serta pemahaman terhadap proses pengembangan bisnis startup.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures dilakukan melalui beberapa tahapan yang dimulai dari proses pendaftaran program hingga evaluasi akhir kegiatan. Selama program berlangsung, penulis bersama tim Euréva mengikuti rangkaian kegiatan yang dirancang untuk mendukung proses pengembangan startup, baik melalui workshop, mentoring, evaluasi berkala, maupun

implementasi langsung dalam pengembangan bisnis. Berikut merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan kerja magang di program Skystar Ventures:

Tabel 1.2 Prosedur Skystar Ventures

No	Tahapan/ Kegiatan	Deskripsi singkat kegiatan	Pihak yang terlibat	Tujuan/Hasil yang diharapkan
1.	Pendaftaran Magang Skystar Ventures	Menyelesaikan proses pendaftaran melalui website prostep	Tim Eureva	Terdaftar secara resmi sebagai peserta program magang Skystar Ventures
2.	Workshop Session	Mengikuti 8 sesi workshop offline dengan topik terkait idea generation, idea validation, dan product prototyping.	Tim Eureva	Memahami konsep dasar pengembangan bisnis, mulai dari ideasi hingga validasi dan pengembangan produk
3.	Asynchro nus Learning	Asinkronus melalui Google Classroom	Tim Eureva	Memperdalam pemahaman materi secara mandiri serta mengimplementasik annya dalam pengembangan bisnis
4.	Dedicated Mentoring Session	Melakukan 4 pertemuan mentoring dengan mentor eksternal.	Seluruh anggota tim dan Mentor Eksternal	Mendapatkan arahan, masukan, dan validasi terhadap pengembangan bisnis Eureva
5.	Progress Review and Evaluation	Melakukan 8x progress review bersama supervisor.	Tim Eureva & Supervisor Skystar Ventures	Mengevaluasi perkembangan bisnis secara berkala serta memastikan kesesuaian dengan target dan timeline

6.	Evaluation 1&2	Evaluasi UTS: Sesi Pitching Evaluasi UAS: Exhibition dan Pitching	Tim Eureva	Menguji kesiapan bisnis melalui presentasi serta menunjukkan hasil pengembangan bisnis secara menyeluruh.
----	----------------	--	------------	---

1.4 Manfaat

Pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures dalam pengembangan bisnis parfum Euréva memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Melalui program inkubasi bisnis ini, penulis dan tim memperoleh kesempatan untuk memahami secara langsung proses pengembangan startup secara lebih sistematis, mulai dari tahap perencanaan, validasi pasar, pengembangan produk, hingga evaluasi bisnis.

Program ini juga membantu penulis dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis, problem solving, komunikasi, serta pengambilan keputusan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis nyata. Selain itu, melalui workshop, mentoring, dan evaluasi berkala, penulis dapat memahami pentingnya strategi branding, pemasaran digital, serta pengelolaan bisnis yang terarah dalam membangun startup yang berkelanjutan.

Secara teoritis, kegiatan magang ini memberikan pemahaman mengenai penerapan konsep manajemen bisnis dan kewirausahaan, seperti market validation, product-market fit, strategi pemasaran, serta pengembangan model bisnis dalam konteks startup. Penulis juga memperoleh wawasan mengenai bagaimana teori yang dipelajari selama perkuliahan dapat diterapkan secara langsung dalam proses pengembangan bisnis.

Secara praktis, program ini membantu penulis dan tim dalam mengevaluasi serta mengembangkan bisnis Euréva secara lebih terstruktur. Proses

tersebut meliputi penguatan positioning brand, pengembangan strategi pemasaran, evaluasi produk, hingga penyusunan rencana bisnis yang lebih matang dan berorientasi pada kebutuhan pasar. Selain itu, kegiatan magang ini juga meningkatkan koordinasi tim, kedisiplinan, serta konsistensi dalam mencapai target dan milestone bisnis yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, kegiatan kerja magang di Skystar Ventures diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan yang mendukung pertumbuhan bisnis Euréva agar lebih siap bersaing di industri parfum lokal yang terus berkembang.

