

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri parfum di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, mendorong meningkatnya penggunaan parfum sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari. Parfum tidak lagi dipandang hanya sebagai produk pewangi tubuh, melainkan telah berkembang menjadi sarana untuk menunjukkan karakter, membangun citra diri, serta mendukung personal branding seseorang.

Fenomena tersebut juga terlihat pada perkembangan pasar parfum dunia yang terus menunjukkan pertumbuhan positif. Berdasarkan laporan Fortune Business Insights (2022), nilai industri parfum global diproyeksikan mencapai USD 52,4 miliar pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan tahunan yang stabil hingga tahun 2030. Kondisi serupa juga terjadi di Indonesia. Data Statista (2025) memperkirakan nilai pasar parfum nasional akan mencapai USD 457,81 juta pada tahun 2025 dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 3,35% per tahun selama periode 2025–2030. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap produk perawatan diri semakin meningkat dan parfum menjadi salah satu produk yang memiliki permintaan yang cukup tinggi. Selain itu, semakin banyak brand parfum lokal yang bermunculan dan berhasil menarik perhatian konsumen, khususnya melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce.

Meskipun industri parfum lokal berkembang pesat, masih terdapat beberapa tantangan yang dirasakan oleh konsumen. Hasil riset Illuminate Asia

(2024) menunjukkan bahwa konsumen Generasi Z masih menemukan berbagai kekurangan pada produk parfum lokal, seperti ketahanan aroma yang belum konsisten, kurangnya karakteristik yang membedakan satu produk dengan produk lainnya, serta minimnya nilai emosional yang dapat membangun kedekatan antara produk dan pengguna. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumen saat ini tidak hanya mencari aroma yang menyenangkan, tetapi juga menginginkan pengalaman yang lebih personal ketika menggunakan parfum.

Di sisi lain, minat generasi muda terhadap aktivitas kewirausahaan juga terus meningkat. Katadata Insight Center (2024) mencatat bahwa sebagian besar Generasi Z di Indonesia memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap bidang usaha kreatif dan inovatif. Kondisi tersebut membuka peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide bisnis yang mampu menjawab kebutuhan pasar sekaligus menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Berangkat dari peluang tersebut, penulis bersama tiga anggota tim lainnya mengembangkan Euréva sebagai brand parfum lokal yang menggabungkan unsur aroma, karakter, dan storytelling dalam satu produk.

Euréva dikembangkan sebagai brand parfum yang berfokus pada konsep self-expression dan storytelling fragrance. Nama Euréva terinspirasi dari kombinasi kata “Aura” dan “Éva” yang memiliki makna kecantikan dan karakter feminin. Melalui konsep tersebut, Euréva berupaya menghadirkan produk yang tidak hanya menawarkan aroma berkualitas, tetapi juga mampu merepresentasikan kepribadian dan identitas penggunanya. Produk yang dikembangkan berupa Eau de Parfum (EDP) dengan empat varian aroma yang masing-masing dirancang untuk menggambarkan karakter yang berbeda, mulai dari lembut, elegan, berani, hingga autentik.

Pemilihan bidang kewirausahaan dalam program ini didasarkan pada keinginan untuk memperoleh pengalaman nyata dalam membangun dan mengembangkan bisnis. Melalui kegiatan kewirausahaan, mahasiswa memiliki kesempatan untuk menerapkan berbagai konsep yang telah dipelajari selama

perkuliahan ke dalam praktik bisnis secara langsung, mulai dari proses perencanaan, pengembangan produk, pemasaran, hingga evaluasi usaha.

Dalam proses pengembangannya, Euréva masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama pada aspek pemasaran dan perluasan jangkauan konsumen. Brand awareness yang masih terbatas menyebabkan produk lebih banyak dikenal di lingkungan terdekat, sementara aktivitas promosi masih didominasi oleh pemasaran dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, diperlukan strategi branding dan pemasaran digital yang lebih terstruktur agar Euréva dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di industri parfum lokal.

Melalui program kewirausahaan yang dijalankan, penulis berupaya memperdalam pemahaman mengenai pengelolaan bisnis, khususnya pada aspek branding, pemasaran digital, dan pengembangan produk. Program ini menjadi sarana untuk mengevaluasi strategi yang telah diterapkan sekaligus mengidentifikasi peluang pengembangan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan performa bisnis Euréva.

Seiring berjalannya proses pengembangan bisnis melalui program ProStep yang difasilitasi oleh Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara, muncul kebutuhan untuk memperoleh pengalaman yang lebih mendalam mengenai pengelolaan startup secara profesional. Skystar Ventures sebagai inkubator bisnis mahasiswa menyediakan berbagai fasilitas berupa workshop, mentoring, evaluasi bisnis, dan akses ke ekosistem industri yang mendukung pertumbuhan startup pada tahap awal pengembangan.

Atas dasar tersebut, penulis melanjutkan proses pembelajaran melalui kegiatan magang di Skystar Ventures. Kegiatan ini memberikan kesempatan untuk mempelajari penerapan strategi bisnis secara lebih komprehensif, mulai dari validasi pasar, pengembangan branding, penyusunan strategi pemasaran, hingga pengembangan model bisnis yang berkelanjutan. Selain sebagai sarana pembelajaran, kegiatan magang juga diharapkan dapat membantu penulis

mengembangkan Euréva menjadi bisnis yang lebih matang, kompetitif, dan relevan dengan kebutuhan konsumen di masa mendatang.

1.2.Maksud dan Tujuan

Maksud dari kegiatan kewirausahaan ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan dan preferensi konsumen dalam industri parfum, khususnya pada segmen perempuan Generasi Z. Berdasarkan hasil pengamatan awal, ditemukan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas aroma, tetapi juga menginginkan produk yang mampu mencerminkan karakter, gaya hidup, serta memberikan pengalaman yang lebih personal. Oleh karena itu, kegiatan ini dilakukan untuk mengeksplorasi dan menguji pengembangan Euréva sebagai brand parfum lokal yang mengedepankan konsep storytelling fragrance, sehingga dapat memberikan nilai tambah yang berbeda dibandingkan produk parfum lainnya di pasaran.

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah:

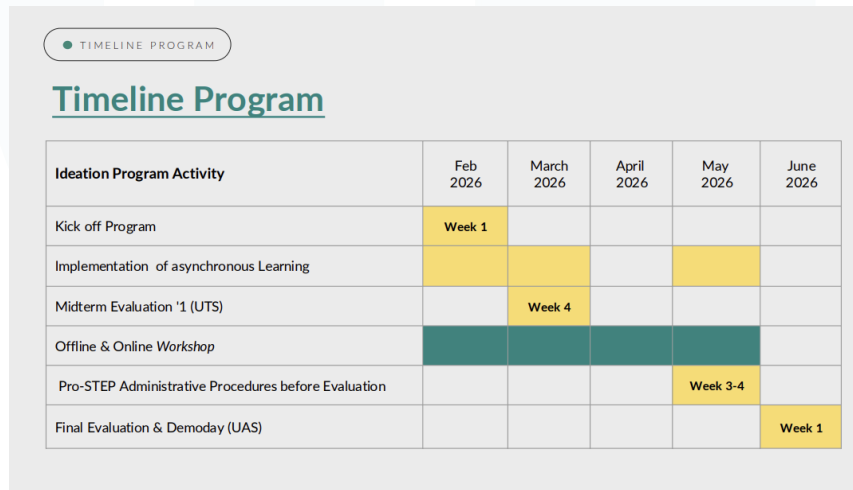
1. Memperdalam pemahaman praktis mengenai pengelolaan startup, khususnya dalam aspek branding, pemasaran digital, dan pengembangan bisnis secara profesional.
2. Mengembangkan kemampuan profesional dengan mempraktikkan berbagai konsep kewirausahaan dan manajemen bisnis yang telah dipelajari pada lingkungan kerja yang sesungguhnya.
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



Gambar 1.1 Timeline Program

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

Pelaksanaan kegiatan kerja magang bertujuan untuk memberikan pengalaman secara langsung dalam proses membangun dan menjalankan bisnis, mulai dari pengembangan ide, branding, pemasaran, pengelolaan produk, hingga evaluasi strategi bisnis. Melalui program ini, peserta juga memperoleh

pemahaman mengenai implementasi bisnis secara nyata dengan pendampingan mentor dan supervisor dari Skystar Ventures.

Selama program berlangsung, kegiatan kerja magang dilakukan secara hybrid, baik online maupun offline, dengan menyesuaikan kebutuhan operasional bisnis dan aktivitas inkubasi. Berbagai kegiatan yang dilaksanakan meliputi workshop, mentoring, pengembangan produk, market validation, strategi pemasaran, kegiatan penjualan, hingga persiapan pengembangan brand Euréva secara lebih luas.

Tahapan program diawali dengan kegiatan Kick Off Program pada minggu pertama Februari 2026 sebagai pembukaan program inkubasi bisnis dan pengarahan kegiatan kerja magang. Selanjutnya, peserta mengikuti 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. Selain itu, selama Februari hingga Mei 2026 peserta juga mengikuti berbagai Offline & Online Workshop yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures untuk mendukung pengembangan bisnis dan meningkatkan kemampuan kewirausahaan.

Memasuki bulan Mei 2026, peserta menjalani 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 kegiatan inkubasi bisnis, di mana peserta melakukan evaluasi keseluruhan bisnis dan mempresentasikan hasil pengembangan usaha yang telah dijalankan selama program berlangsung.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan kerja magang di Skystar Ventures dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang bertujuan untuk mendukung proses pengembangan bisnis startup secara bertahap. Selama program berlangsung, berbagai kegiatan dilakukan mulai dari workshop, mentoring, market validation, evaluasi bisnis, hingga implementasi strategi pemasaran secara langsung dalam pengembangan brand Euréva. Selain itu, kegiatan kerja magang juga memberikan pengalaman dalam menjalankan aktivitas branding, promosi digital, serta pengembangan media sosial bisnis. Berikut merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan kerja magang selama program Skystar Ventures berlangsung:

Tabel 1.1 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.	Asynchrone 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.

Tabel 1.1 Lini Masa Kegiatan

No	Tanggal	Kegiatan yang Dilakukan	Keterangan / Hasil
1	7 Feb 2026	Kick-off Ideation Program dan workshop Entrepreneurship Mindset	Pengenalan program MBKM serta proses matching mentor dengan masing-masing tim
2	14 Feb 2026	Mentoring pertama dengan supervisor Skystar Ventures	Mendapat arahan awal terkait pengembangan ide bisnis
3	21 Feb 2026	Workshop Root Cause Analysis	Menyusun analisis akar masalah bisnis dan melakukan mentoring serta progress review pertama
4	28 Feb 2026	Pembelajaran Business Pivot dan Setting Metrics & Goals	Menyusun visi, misi, struktur tim, serta KPI bisnis dan individu

5	6 Maret 2026	Workshop Market Research	Melakukan riset pasar primer dan sekunder untuk validasi ide bisnis serta mentoring dan checkpoint ke-2
6	14 Maret 2026	Validasi ide bisnis & riset lanjutan	Melakukan riset kepada calon konsumen dan RnD produk serta mentoring dengan supervisor
7	21 Maret 2026	Pembelajaran Value Proposition Canvas	Mengidentifikasi segmen pelanggan dan menyusun proposisi nilai serta mentoring dan progress review ke-3
8	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
9	4 April 2026	Kick-off Program & Brand Exploration	Mengikuti workshop Entrepreneurship Mindset dan memulai eksplorasi konsep branding Euréva. Fokus kegiatan diarahkan pada identifikasi target pasar, konsep storytelling fragrance, serta pembagian peran dalam tim pengembangan bisnis.
10	11 April 2026	Brand Development Identity	Mengikuti Workshop 4 – Opportunity and Competiting Mapping (9 April 2026) serta mentoring keempat bersama Supervisor Skystar Ventures (9 April 2026). Pada tahap ini dilakukan analisis peluang pasar, kompetitor parfum lokal, serta diskusi

			pengembangan konsep branding dan strategi pemasaran Euréva.
11	18 April 2026	Social Media Growth Strategy	Mengikuti mentoring ketiga bersama Dedicated Mentor Skystar Ventures (16 April 2026) untuk melakukan evaluasi perkembangan bisnis, memperoleh masukan terkait strategi pemasaran, serta penyempurnaan aktivitas promosi digital melalui media sosial.
12	25 April 2026	Market Insight & Content Evaluation	Mengikuti Workshop 5 – From Idea to Prototype: Rapid Product Prototyping 101 (28 April 2026). Kegiatan difokuskan pada pemahaman proses pengembangan produk serta penyesuaian konsep produk dengan kebutuhan dan preferensi target pasar.
13	2 May 2026	Market Research & Customer Validation	Mengikuti Workshop 6 – A Beginner’s Guide to Building Financial Models (4 Mei 2026) dan Workshop 7 – Branding & Marketing (6 Mei 2026). Selain melakukan riset pasar dan validasi konsumen, kegiatan ini membantu memahami hubungan antara strategi pemasaran, penjualan, dan penguatan brand awareness.
14	9 May 2026	R&D Produk Baru (Parfum Pria)	Mengikuti mentoring keempat bersama Dedicated Mentor (12 Mei 2026) dan mentoring kelima bersama Supervisor Skystar Ventures (13 Mei 2026). Fokus kegiatan pada evaluasi pitch

			deck, pengembangan produk parfum pria, serta penyempurnaan strategi branding dan pemasaran menjelang Final Evaluation.
15	16 May 2026	Brand Positioning Refinement & Marketing Optimization	Mengikuti Workshop 8 – Business Legality (17 Mei 2026). Selain melakukan evaluasi positioning brand, kegiatan ini memberikan pemahaman mengenai aspek legalitas bisnis yang mendukung pengembangan dan keberlanjutan brand Euréva.
16	23 May 2026	Persiapan Demo Day & Customer Feedback Analysis	Mengikuti Workshop 9 – How to Pitch: Building a Strong & Convincing Business Pitch (25 Mei 2026). Pada tahap ini dilakukan persiapan presentasi bisnis, penyusunan materi pemasaran, serta analisis customer feedback sebagai bahan evaluasi pengembangan brand Euréva.
17	2–4 Juni 2026	Demo Day, Booth Exhibition & Final Pitching	Mengikuti kegiatan Final Evaluation dan Demo Day. Sebagai CMO, bertanggung jawab dalam promosi media sosial, pembuatan konten selama acara berlangsung, dokumentasi kegiatan, pengelolaan live selling, interaksi dengan pengunjung booth, serta mendukung penyampaian hasil strategi branding dan pemasaran Euréva pada sesi pitching.

Program magang melalui Career Acceleration Program (CAP) di Skystar Ventures UMN dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan yang dirancang untuk

memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam mengembangkan dan menjalankan bisnis secara langsung. Program ini diawali dengan proses registrasi dan penetapan peserta, di mana tim Euréva secara resmi terdaftar sebagai salah satu startup binaan dalam program inkubasi bisnis Skystar Ventures. Setelah proses administrasi selesai, peserta mengikuti berbagai kegiatan pembelajaran yang terdiri dari workshop, mentoring, evaluasi bisnis, serta kegiatan validasi pasar yang bertujuan untuk mendukung pengembangan startup secara berkelanjutan.

Selama program berlangsung, peserta mengikuti berbagai sesi workshop yang membahas topik-topik penting dalam pengembangan startup, seperti *Entrepreneurship Mindset, Opportunity and Competitor Mapping, Rapid Product Prototyping, Building Financial Models, Branding and Marketing, Business Legality*, serta *How to Pitch*. Melalui rangkaian workshop tersebut, peserta memperoleh pemahaman mengenai berbagai aspek bisnis yang diperlukan untuk mengembangkan usaha secara lebih terstruktur dan kompetitif.

Selain mengikuti workshop, peserta juga menjalani sesi mentoring secara berkala bersama supervisor dan *dedicated mentor* dari Skystar Ventures. Kegiatan mentoring bertujuan untuk mengevaluasi perkembangan bisnis, memberikan masukan terhadap strategi yang dijalankan, serta membantu peserta dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi selama proses pengembangan startup. Melalui sesi ini, tim Euréva memperoleh berbagai arahan terkait pengembangan produk, branding, pemasaran, serta persiapan presentasi bisnis.

Dalam pelaksanaan program, tim Euréva juga melakukan berbagai aktivitas pengembangan bisnis seperti riset pasar, validasi konsumen, pengembangan produk baru, penyusunan strategi pemasaran, pengelolaan media sosial, serta pengumpulan dan analisis *customer feedback*. Seluruh kegiatan tersebut dilakukan sebagai upaya untuk memahami kebutuhan pasar, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat posisi brand Euréva di industri parfum lokal.

Adapun lini masa kegiatan dimulai pada 4 April 2026 melalui sesi *Kick-off Program* dan workshop *Entrepreneurship Mindset* yang menjadi pengenalan awal terhadap program Career Acceleration Program. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan berbagai workshop dan sesi mentoring yang dilaksanakan secara bertahap setiap minggu, termasuk pembahasan *Opportunity and Competitor Mapping*, *Rapid Product Prototyping*, *Branding and Marketing*, serta persiapan *business pitching*. Selama periode tersebut, tim Euréva juga aktif melakukan pengembangan branding, pemasaran digital, validasi pasar, serta pengembangan produk sebagai bagian dari implementasi materi yang diperoleh selama program berlangsung.

Pada tahap akhir, peserta mengikuti kegiatan *Final Evaluation* dan *Demo Day* yang dilaksanakan pada tanggal 2–4 Juni 2026. Kegiatan ini mencakup pameran bisnis, penjualan produk, serta presentasi perkembangan startup di hadapan mentor, evaluator, dan pengunjung. Melalui rangkaian kegiatan tersebut, peserta memperoleh kesempatan untuk menampilkan hasil pengembangan bisnis yang telah dilakukan selama program sekaligus memperoleh evaluasi dan masukan untuk pengembangan usaha di masa mendatang.

1.4. Manfaat

Tujuan utama pelaksanaan magang di Skystar Ventures dalam pengembangan bisnis parfum Euréva adalah untuk membantu tim dalam mengelola, mengevaluasi, serta mengembangkan bisnis secara lebih sistematis dan terarah. Melalui rangkaian program seperti workshop, mentoring, dan tugas terstruktur, tim diharapkan dapat meningkatkan kedisiplinan, tanggung jawab, serta efektivitas dalam pengambilan keputusan bisnis.

Selain itu, program ini juga bertujuan untuk mendukung proses validasi dan penyempurnaan model bisnis Euréva, mulai dari analisis permasalahan (*root cause analysis*), riset pasar, pengembangan produk, hingga penyusunan strategi

pemasaran yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, magang di Skystar Ventures menjadi sarana penting dalam mencapai pengembangan bisnis yang lebih terarah, efisien, dan berbasis data.

Secara teoritis, kegiatan magang ini memberikan pemahaman mengenai penerapan konsep manajemen bisnis, seperti *problem solving*, validasi pasar, serta pengambilan keputusan berbasis data dalam konteks pengembangan startup. Selain itu, mahasiswa juga memperoleh wawasan terkait pentingnya penyelarasan antara produk, kebutuhan konsumen, dan strategi bisnis dalam menciptakan *product-market fit*.

Secara praktis, program ini membantu tim dalam mengimplementasikan proses pengembangan bisnis secara langsung, mulai dari evaluasi bisnis yang sudah berjalan, penguatan positioning brand, hingga pengujian produk baru seperti varian parfum pria dalam bentuk *test product*. Seluruh proses tersebut dilakukan secara terstruktur melalui bimbingan mentor, sehingga meningkatkan koordinasi tim, konsistensi arah bisnis, serta efektivitas dalam mencapai setiap milestone yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, magang di Skystar Ventures berperan penting dalam mendukung pengembangan bisnis Euréva secara lebih matang, terarah, dan berkelanjutan.