

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif dan startup di Indonesia saat ini semakin meningkat, terutama di kalangan generasi muda yang mulai tertarik untuk membangun usaha sendiri. Kemajuan teknologi digital dan media sosial juga membuat proses pengembangan bisnis menjadi lebih mudah dilakukan, khususnya dalam membangun branding dan menjangkau target market. Menurut laporan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, perkembangan startup di Indonesia terus mengalami peningkatan dan menjadi salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di era digital (Indonesia, 2024).

Di tengah perkembangan tersebut, industri beauty dan personal care menjadi salah satu sektor yang memiliki peluang cukup besar, termasuk pada produk parfum. Saat ini, parfum tidak hanya digunakan sebagai produk pelengkap penampilan, tetapi juga menjadi bagian dari lifestyle dan bentuk self-expression bagi penggunanya. Banyak generasi muda mulai memilih aroma parfum yang sesuai dengan karakter, aktivitas, dan image yang ingin ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan laporan Grand View Research, pasar parfum global terus mengalami pertumbuhan karena meningkatnya minat konsumen terhadap produk wewangian dengan konsep yang lebih personal dan relevan dengan gaya hidup modern (Research, 2024).

Selain sebagai bagian dari gaya hidup, penggunaan parfum juga dapat memberikan pengaruh terhadap rasa percaya diri seseorang. Aroma tertentu mampu memberikan kesan nyaman, meningkatkan mood, serta membantu seseorang merasa lebih percaya diri dalam beraktivitas. Hal tersebut membuat banyak brand parfum mulai menghadirkan produk dengan konsep yang lebih dekat dengan kebutuhan emosional dan keseharian konsumen.

Melihat kondisi tersebut, penulis bersama tim mengembangkan bisnis parfum bernama Seraphé melalui program inkubasi bisnis di Skystar Ventures, Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Seraphé dikembangkan sebagai parfum unisex dengan karakter aroma clean, fresh, dan ringan yang nyaman digunakan untuk aktivitas sehari-hari, khususnya bagi generasi muda dengan mobilitas tinggi. Selain menghadirkan aroma yang nyaman, Seraphé juga dibangun dengan konsep branding yang modern dan minimalis agar sesuai dengan target market yang dituju.

Dalam proses pengembangan bisnis tersebut, penulis mengikuti program kerja magang di Skystar Ventures yang merupakan inkubator bisnis milik Universitas Multimedia Nusantara. Melalui program ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengembangkan startup secara langsung melalui berbagai kegiatan seperti mentoring, workshop, pendampingan bisnis, serta evaluasi perkembangan usaha secara berkala. Program ini memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa mengenai proses membangun dan mengembangkan bisnis startup.

Pada pelaksanaan kerja magang ini, penulis menempati posisi sebagai Chief Marketing Officer (CMO) yang bertanggung jawab dalam pengembangan branding, penyusunan strategi marketing, pengelolaan media sosial, serta perencanaan konten untuk mendukung perkembangan bisnis Seraphé. Melalui program kerja magang ini, penulis memperoleh pengalaman secara langsung dalam menerapkan ilmu manajemen dan marketing ke dalam praktik bisnis nyata, khususnya dalam pengembangan startup di bidang lifestyle dan personal care.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures dilakukan untuk memberikan pengalaman kerja secara langsung kepada mahasiswa dalam mengembangkan dan menjalankan sebuah bisnis startup. Melalui program ini, penulis dapat memahami bagaimana proses bisnis dijalankan secara nyata, mulai

dari pengembangan ide bisnis, penyusunan strategi, hingga pelaksanaan kegiatan operasional dan pemasaran.

Selain itu, kerja magang ini bertujuan untuk membantu penulis mengembangkan kemampuan dalam bekerja sama dengan tim, meningkatkan kemampuan komunikasi, serta melatih kemampuan problem solving selama proses pengembangan bisnis berlangsung. Penulis juga dapat memahami bagaimana proses pengambilan keputusan dan penyusunan strategi dilakukan dalam sebuah startup.

Sebagai Chief Marketing Officer (CMO), penulis memiliki tujuan untuk memperdalam kemampuan dalam bidang marketing dan branding, khususnya dalam penyusunan strategi pemasaran, pengelolaan media sosial, serta pengembangan konten yang sesuai dengan target market. Melalui kegiatan ini, penulis juga memperoleh pengalaman langsung dalam menjalankan strategi promosi dan membangun branding sebuah produk.

Dengan adanya kerja magang ini, penulis diharapkan dapat memperoleh pengalaman, wawasan, serta keterampilan yang dapat menjadi bekal untuk menghadapi dunia kerja maupun pengembangan bisnis di masa mendatang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan di Skystar Ventures, Universitas Multimedia Nusantara (UMN), selama periode 2 Februari 2026 sampai dengan 4 Juni 2026. Kegiatan magang dilaksanakan setiap hari Senin dan Selasa mulai pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB.

Selama program berlangsung, mahasiswa mengikuti berbagai kegiatan yang telah disediakan oleh pihak Skystar Ventures, seperti mentoring, workshop, tugas mingguan, serta pengembangan bisnis startup bersama kelompok masing-masing.

Selain itu, mahasiswa juga mendapatkan bimbingan dari mentor internal maupun mentor eksternal yang berasal dari dunia industri dan bisnis.

Dalam program ini, penulis bersama tim mengembangkan bisnis startup bernama Seraphé yang bergerak di bidang parfum. Setiap anggota tim memiliki posisi dan tanggung jawab masing-masing sesuai jobdesk yang telah ditentukan. Penulis menjalankan peran sebagai Chief Marketing Officer (CMO) dengan fokus pada bidang marketing dan branding.

1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang dimulai dari pembagian kelompok bisnis dan penentuan posisi masing-masing anggota tim sesuai kebutuhan startup yang dijalankan. Setelah kelompok terbentuk, mahasiswa mulai menjalankan proses pengembangan bisnis dengan bimbingan mentor dari pihak Skystar Ventures.

Selama program berlangsung, mahasiswa diwajibkan mengikuti kegiatan mentoring dan workshop yang dilakukan secara rutin. Selain itu, mahasiswa juga diberikan tugas mingguan yang berkaitan dengan pengembangan bisnis, seperti penyusunan strategi bisnis, branding, marketing, hingga evaluasi perkembangan startup yang dijalankan.

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, penulis bertanggung jawab sebagai Chief Marketing Officer (CMO) dengan tugas utama menyusun strategi pemasaran, membuat content plan, melakukan riset tren media sosial, serta mengembangkan konsep konten untuk mendukung branding dan promosi bisnis Seraphé. Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses produksi konten, evaluasi performa konten, serta penyusunan strategi campaign untuk mendukung perkembangan bisnis.