



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

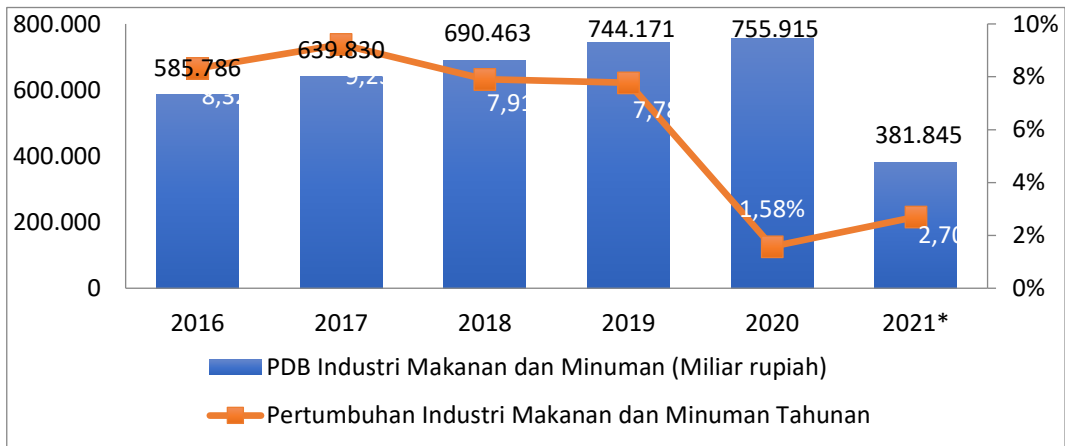
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan dan Minuman adalah kebutuhan utama manusia yang harus dipenuhi agar dapat bertahan hidup dan beraktifitas setiap harinya. Tanpa Makanan dan Minuman yang cukup, manusia akan kesulitan untuk beraktifitas dan bertahan hidup. Untuk mengonsumsi berbagai makanan dan minuman yang diperlukan oleh kita tidak dapat dilakukan dengan sembarang. Diperlukan juga salah satu proses mengolah bahan makanan dan minuman yang ada yaitu dengan memasak bahan baku makanan dan minuman agar dapat terhindar dari kuman serta meningkatkan nilai gizi dan rasa. Namun, tidak banyak orang yang dapat mengolah bahan makanan dan minuman yang baik dan benar. Oleh karena itu, banyak Wirausaha yang dapat melihat peluang ini dengan cara membuka sebuah Restoran atau *Café*. Fenomena ini telah berlangsung sejak dahulu sehingga menjadi sebuah industri yang berjalan secara berkelanjutan. Industri tersebut dinamakan dengan industri *Food & Beverages*.

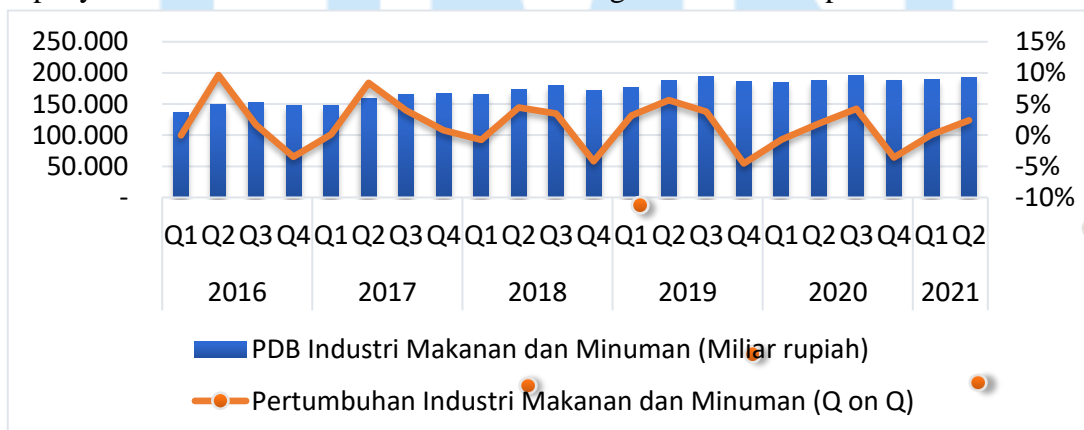
Industri *Food & Beverages* merupakan kumpulan dari berbagai perusahaan atau bisnis yang terlibat dalam memproses suatu bahan baku makanan atau minuman, pengemasan, pendistribusian, serta penyajian ke tangan konsumen. Berbagai bentuk *Food & Beverages* dapat ditemukan dalam bentuk restoran, *café*, kedai, bisnis catering, dan lain-lainnya. Data Industri *Research* mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2016-2021 rata-rata tumbuh sebesar 6,25%.



Sumber: DataIndustri *Research*, diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Indonesia, 2021

Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan & Minuman, 2016 – 2021

Dengan data tersebut, industri Food & Beverage merupakan salah satu industri yang cenderung meningkat tiap tahunnya dan bahkan tidak mengalami penurunan bahkan saat pandemi COVID-19, meskipun pertumbuhan pada tahun pandemi 2020 tidak mengalami pertumbuhan sebesar tahun-tahun sebelumnya yaitu pada angka 1,58%. Kebutuhan utama dari manusia yang harus dipenuhi menjadi salah satu penyebab sektor industri ini terus berkembang bahkan di saat pandemi.



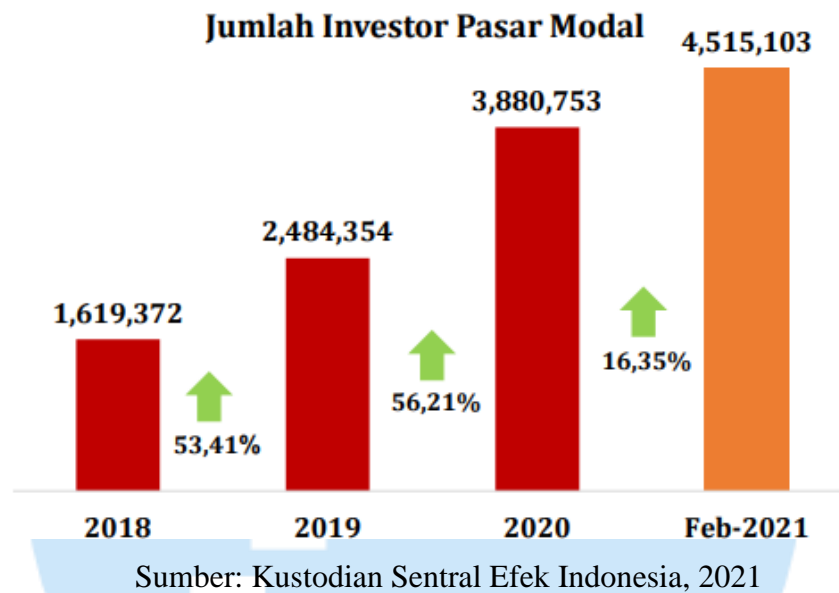
Sumber: DataIndustri *Research*, diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Indonesia, 2021

Gambar 1. 2 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (per kuartal), 2016 – 2021

Salah satu makanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah Mie Instan dan Roti Bakar. Mie Instan dan Roti Bakar merupakan makanan yang sering menjadi pilihan konsumsi masyarakat karena proses memasak dan pengolahan dari dua makanan tersebut yang mudah untuk dilakukan serta umumnya terdapat berbagai pilihan rasa yang lezat. Selain itu, masyarakat sering membuat berbagai inovasi baru dengan bahan Mie Instan serta Roti bakar sehingga masyarakat tidak mudah bosan terhadap dua menu makanan tersebut. Terlebih, harga untuk membeli kedua bahan makanan tersebut yang cenderung murah sehingga dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Mie Instan dan Roti Bakar merupakan menu makanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat muda saat sedang berkumpul bersama di sebuah restoran/*café*. Harganya yang murah serta pilihan rasa yang beragam menjadi pilihan anak muda saat berkumpul bersama dengan lainnya. Oleh karena itu, banyak restoran/*café* saling berlomba-lomba menawarkan Mie Instan serta Roti Bakar terbaik agar dapat menarik minat pelanggan.

Selain *Food & beverage*, saat ini Kanekin sedang merambah industri *Financial Technology* dengan membangun sebuah komunitas yang sedang mengalami peningkatan tren yaitu Saham dan NFT. Saham merupakan instrumen investasi berupa surat kepemilikan sebuah perusahaan. NFT (*Non-Fungible Token*) adalah sebuah karya digital yang dibuat oleh seorang creator dan dijual secara digital menggunakan *Cryptocurrency* sebagai alat mata uang yang berlaku serta sistem *Blokchain* agar karya digital yang ada tidak dapat ditiru oleh orang lain.



**Gambar 1. 3 Jumlah Pertumbuhan Investor Pasar Modal di Indonesia 2018-
Feb 2021**

Berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia, jumlah investor pasar modal di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2018-2019, terdapat pertumbuhan investor sebesar 53,41% dengan jumlah 2,484,354 investor di Indonesia. Pada tahun 2019-2020 terdapat pertumbuhan sebesar 56,21% dengan jumlah 3,880,753 investor di Indonesia. Pada tahun 2020-Feb 2021, terdapat pertumbuhan sebesar 16,35% dengan jumlah 4,515,103 investor di Indonesia. Dengan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat investasi pasar modal di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Dengan begitu, diperlukan juga ilmu & edukasi yang baik terkait pasar modal agar bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, Titiktumbuh Community hadir sebagai komunitas yang membahas tentang investasi pasar modal agar investor-investor yang tergabung dalam komunitas tersebut dapat saling bertukar pikiran dan berbagi ilmu kepada investor lainnya terkait investasi di pasar modal.

Agar sebuah *project*/divisi dapat berjalan dengan baik, maka diperlukan sebuah perencanaan yang matang serta kegiatan operasional yang jelas melalui alur kerja yang baik agar *project* tersebut dapat mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Selain itu, dengan alur kerja serta kegiatan operasional yang baik maka akan

mengurangi adanya berbagai kesalahan yang ada seperti komunikasi yang buruk serta penjadwalan yang tidak terorganisir. Oleh karena itu, peran sebuah *Project Manager* sangat diperlukan dalam pengembangan sebuah *project* baru dengan menggunakan perencanaan dan aktivitas operasional melalui sistem alur kerja yang baik dalam mengelola sebuah proyek baru.

Salah satu perusahaan yang sedang memasuki industri *Food & Beverages* serta *Community Investment & Technology* adalah *Kanekin Creative Agency* (Kanekin). Saat ini, Kanekin Creative Agency memiliki 3 divisi dengan tujuan yang berbeda, seperti Kane Studio yang memiliki fungsi mengurus kegiatan *Social Media Plan* dan *Brand Activation* dari suatu produk/jasa, *Kanekin Studio* yang memiliki fungsi sebagai fasilitas dimana pelanggan dapat menyewa & menggunakan studio yang disediakan oleh Kanekin untuk berbagai keperluan fotografi, dan *Kin Moments* dengan fungsi sebagai studio & jasa dokumentasi berbagai kegiatan momen-momen penting dalam kehidupan seseorang seperti kegiatan pernikahan, *family photo*, *sangjit*, dan lain-lain.

Kanekin Creative Agency telah berdiri selama 7 tahun dan telah menangani ratusan klien yang mayoritas merupakan klien di industri *Food & Beverages*. Dengan pengalaman menangani berbagai klien dalam industri *Food & Beverages*, Kanekin memutuskan untuk memulai divisi baru yaitu divisi *Food & Beverages* dengan brand *Miss Bites*, Warunk Santuy, serta Minuman Ola. 3 brand tersebut memiliki produk yang berbeda-beda. *Miss Bites* menawarkan makanan Croffle kekinian yang saat ini sedang mengalami trend di Indonesia. Warunk Santuy merupakan brand café dengan menu andalannya yaitu Mie Instan serta Roti Bakar dengan berbagai varian rasa yang kekinian. Lalu, Minuman Ola merupakan brand yang menawarkan minuman yang kekinian.

Melihat dari *track record* yang baik serta melalui pengalaman dalam menangani berbagai klien dalam berbagai industri, saya secara pribadi tertarik untuk bergabung dengan Kanekin agar bisa mengembangkan *skill* dan ilmu yang saya miliki. Saya secara pribadi yakin akan mendapatkan berbagai ilmu baru dengan mengikuti

berbagai *project* yang ada serta ingin mempelajari bagaimana sistem kerja dalam dunia kerja.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan Tujuan dari praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis bertujuan agar penulis bisa mendapatkan pengalaman dan kesempatan kerja yang nyata dari dunia kerja khususnya yang berkaitan dengan bidang *Operational*, *Finance*, dan *Marketing* serta dapat menerapkan berbagai ilmu dan pengetahuan yang didapatkan saat perkuliahan. Praktik kerja magang ini juga bertujuan untuk mengembangkan *skill* dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis agar dapat memasuki dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Periode Kerja Magang : 29 September 2021 – 17 Desember 2021
2. Jam Kerja Magang : 10.00 – 18.00 WIB
3. Hari Kerja : Senin – Jumat
4. Tempat : Kanekin Creative Agency

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Praktek kerja magang yang ditempuh oleh penulis telah sesuai dengan ketentuan dari program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Berikut adalah prosedur kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

1. Tahap Pengajuan:
 - a. Pada tanggal 24 September 2021, Penulis mengirimkan CV dan *Portfolio* beserta *Cover Letter* kepada Kanekin Creative Agency
2. Tahap Recruitment:

- a. Pada tanggal 25 September 2021, Penulis mendapatkan undangan panggilan *Interview* via telepon
 - b. Pada tanggal 28 September 2021, Penulis mendapatkan *Interview* secara *offline* dengan *User* serta *Managing Director* dari Kanekin Creative Agency dan langsung diterima pada hari tersebut.
 - c. Pada tanggal 29 September 2021, Penulis pertama kali bekerja sebagai karyawan magang di Kanekin Creative Agency
3. Tahap Akhir:
- a. Penulis melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara
 - b. Penulis menyusun laporan praktik kerja magang
 - c. Melaksanakan sidang magang sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S1 Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara

1.4 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Laporan praktik kerja magang dengan judul “PELAKSANAAN ALUR KERJA DAN OPERASIONAL PADA BISNIS *KANEKIN CREATIVE AGENCY*” terdiri dari 4 bab dimana satu bab dengan bab lainnya memiliki keterkaitan yang sama. Sistematika penulisan laporan kerja magang adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan latar belakang dari laporan magang yang telah dialami oleh penulis, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang, beserta sistematika penulisan laporan magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis membahas tentang gambaran umum dari perusahaan *Kanekin Creative Agency* seperti sejarah singkat *Kanekin Creative Agency*, logo,

visi dan misi perusahaan, produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, struktur perusahaan, serta landasan teori yang berhubungan dengan laporan magang yang disusun oleh penulis.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini penulis membahas mengenai pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis di *Kanekin Creative Agency* seperti kedudukan dan koordinasi penulis selama melaksanakan praktik kerja magang, tugas yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja magang, uraian pelaksanaan kerja magang yang penulis jalani, kendala yang dihadapi penulis selama pelaksanaan kerja magang, serta solusi atas kendala yang penulis temukan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai kesimpulan dari praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis di *Kanekin Creative Agency*. Bab ini juga membahas tentang saran yang diberikan oleh penulis untuk pengembangan perusahaan di waktu yang akan datang.

