

BAB I

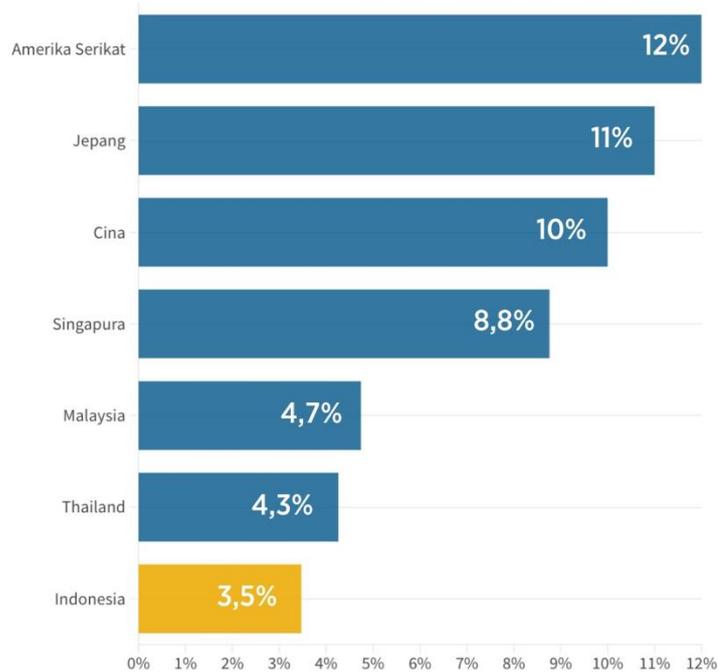
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Entrepreneurship menurut Kao (1993) merupakan suatu proses dalam menciptakan suatu nilai atau *value* dengan cara melihat peluang dan memiliki keberanian dalam mengambil resiko yang dipadukan dengan tingkat manajemen atas sumber daya, modal, dan barang yang diperlukan untuk mendapatkan hasil yang baik (Khamimah, 2021). Dalam bahasa Indonesia, *entrepreneurship* disebut dengan wirausahawan. Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kewirausahaan atau *entrepreneurship* berarti perihal wirausaha/wiraswasta. KBBI mendefinisikan wirausaha/wiraswasta sebagai seseorang yang cerdas dalam melakukan identifikasi, memperoleh, memasarkan produk barunya, dan mengelola modal operasinya (KBBI, n.d.). Dalam dunia *entrepreneurship*, seseorang yang melakukan *entrepreneurship* disebut *entrepreneur*, yang juga dalam prosesnya memiliki nilai kreativitas dan inovasi dalam penciptaan suatu produk untuk menyelesaikan suatu masalah.

Menurut Hessels (2019), *entrepreneurship* merupakan titik temu menuju pembangunan ekonomi (Dewi, 2022). Menjadi *entrepreneur* berarti memegang peranan yang cukup signifikan dalam pertumbuhan ekonomi terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, berkontribusi dalam investasi dan tentunya menambah pendapatan negara melalui aktivitas bisnisnya. Berdasarkan gambar 1.1 (di bawah) yang merupakan rasio jumlah pengusaha terhadap populasi di beberapa negara seperti Amerika, Jepang, Cina, Singapura, Thailand, dan Indonesia, terlihat bahwa negara Indonesia memiliki angka yang paling rendah.

Rasio Jumlah Pengusaha terhadap Populasi (2020)



Sumber: KemenkopUKM

*Amerika Jepang dan Cina menggunakan data tahun 2017

Gambar 1. 1 Jumlah Pengusaha terhadap Populasi Tahun 2020

Hal ini selaras dengan catatan KEMENKOPUKM yang menyatakan bahwa Indonesia masih berada di bawah angka rasio 4%. Sejumlah upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan angka rasio ini seperti meningkatkan alokasi kredit usaha rakyat (KUR) yang sebelumnya memiliki nominal Rp373 triliun, sekarang menjadi Rp450 triliun, namun hal tersebut juga perlu kontribusi peran dari masyarakat (Moerdijat, n.d.). Apabila suatu negara ingin mendapatkan predikat menjadi negara maju, maka minimal rasio kewirausahaan yang harus dimiliki adalah 12% dan berdasarkan fakta riil saat ini Indonesia masih membutuhkan angka sebesar 8,53% untuk mencapai

predikat tersebut, hal tersebut disampaikan oleh Kementerian Koperasi dan UKM (KEMENKOPUKM) Arif Rahman Hakim (Arini, 2023).



Gambar 1. 2 Jumlah Wirausaha Indonesia

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Databoks (pada gambar 1.1) hingga Agustus 2023, Indonesia memiliki wirausaha pemula sejumlah 52 juta orang. Jumlah tersebut terdiri dari 32,2 juta orang yang memiliki usaha sendiri, sebanyak 19,8 juta orang yang memiliki usaha dengan buruh tak tetap, dan 4,5 juta orang yang memiliki buruh tetap. Diketahui juga total wirausahawan pemula mencapai 35,21%, dan sejumlah 3,04% merupakan wirausahawan mapan dari total angkatan kerja nasional. Selain dalam meningkatkan angka rasio pengusaha, penting untuk memiliki tujuan akhir menjadi seorang pengusaha atau wirausahawan yang mapan.

Dalam menjadi seorang wirausahawan atau *entrepreneur* yang mapan, tentu perlu diperlukan persiapan yang matang baik secara ilmu dan mental. Kesiapan mental dan ilmu yang baik dapat dimulai melalui program magang, hal tersebutlah yang membuat penulis memilih untuk mengikuti program magang *entrepreneurship* dibanding lainnya. Penulis memilih program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) dengan fokus *Entrepreneurship* di PT Skystar Ventures dengan harapan dapat mempersiapkan pengetahuan ilmu dan mental penulis dalam menghadapi realita menjadi seorang pengusaha.

Alasan penulis memilih magang di PT Skystar Ventures adalah karena penulis memerlukan mentoring untuk melanjutkan ide bisnis yang telah dimiliki yaitu HAPO BITES (*Happy and Palatable Options, Balanced in Taste, Enriching Souls*) yang merupakan produk makanan menjawab permasalahan gen Z. Pada semester sebelumnya, penulis berkesempatan untuk mengikuti serangkaian program dari pemerintah yaitu Wirausaha Merdeka selama 6 bulan, sehingga pada semester berikutnya (yang sedang ditempuh) penulis berharap dapat melanjutkan ide bisnis yang telah dirintis dan mendapatkan bimbingan untuk tetap mengembangkan usaha yang dirintis. Melihat profil & portofolio PT Skystar Venture, penulis yakin bahwa perusahaan tersebut memiliki kapabilitas dan pengalaman yang terpercaya dalam memberikan ilmu, mempersiapkan mental, dan membimbing penulis untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

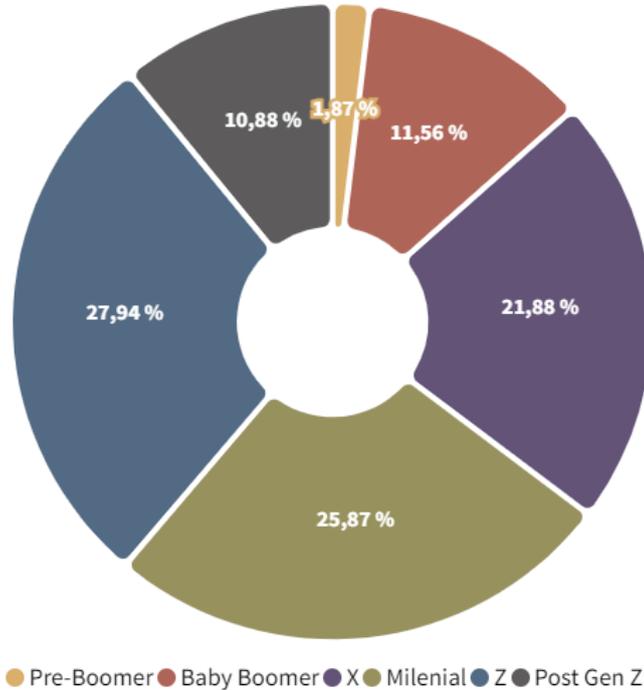


Gambar 1. 3 Logo HAPO BITES

Pada gambar 1.3 yang adalah logo HAPO BITES, penulis telah memiliki ide bisnis yang dibentuk pada semester sebelumnya bernama HAPO BITES seperti yang telah disampaikan pada paragraf sebelumnya. HAPO BITES dibentuk ketika penulis mendapat kesempatan untuk mengikuti program Wirausaha Merdeka (WMK) yang merupakan bagian dari program Kampus Merdeka Kemendikbud (Kementrian, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi). Penulis dan tim mendapatkan pendanaan yang cukup untuk memulai suatu bisnis, sehingga HAPO BITES terlahir dari pendanaan yang didapat selama program WMK. HAPO BITES memiliki visi menjadi bagian dari *lifestyle* konsumsi gen Z dan misi untuk menciptakan kesadaran akan pentingnya pemenuhan kalori harian melalui konsumsi makanan bergizi.

Hal tersebut terbentuk berdasarkan riset bahwa terdapat tren OFD (*Online Food Delivery*) pada pola konsumsi gen Z yang mana ternyata Gen Z dapat melakukan OFD sebanyak 2-3 kali dalam seminggu hingga sebulan. Tidak hanya itu, sejak terjadinya Covid-19 gen Z mengalami peningkatan akan kesadaran pentingnya memiliki pola makan yang sehat. Menyadari hal-hal tersebut, penulis melihat peluang yang bagus maka terciptalah HAPO BITES sebagai pilihan konsumsi yang tepat bagi gen Z.

Penduduk Indonesia Menurut Generasi (2020)



Sumber: Badan Pusat Statistik

Gambar 1. 4 Persentase Gen Z di Indonesia Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.4 mengenai Persentase gen Z di Indonesia pada tahun 2020 oleh BPS (Badan Pusat Statistik), tercatat bahwa saat ini di Indonesia berjumlah hampir 75 juta jiwa atau sebanyak 27%. Gen Z sendiri merupakan populasi suatu generasi dimana memiliki tahun kelahiran antara tahun 1997 hingga 2012. Hal tersebut berarti populasi gen Z di Indonesia merupakan populasi yang berkembang. Terdapat beberapa alasan HAPO BITES menetapkan gen Z sebagai target market, pertama, karena penulis dan tim merupakan bagian dari gen Z sendiri sehingga lebih mudah dalam mengidentifikasi dan melakukan analisa perilaku karena dikelilingi oleh sesama gen Z. Hal kedua adalah karena di era globalisasi yang saat ini sedang gencar dengan platform digital sebagai sarana berinteraksi, gen Z adalah generasi yang paling mudah dipengaruhi oleh sosial media, sehingga akan lebih mudah menarik perhatian gen Z kepada eksistensi HAPO BITES melalui media sosial. Pada dasarnya, HAPO BITES memberikan 3 (tiga hal) untuk

5

ditawarkan kepada konsumen yakni dari segi produk yang adalah menu makanan yang disukai gen Z, dari segi *packaging* atau kemasan yang adalah berupa *rice bowl* dengan desain kemasan yang menarik, dan terakhir dari segi layanan yaitu cepat, *fresh made*, dan efektif. Hal tersebut diciptakan untuk menjawab kebutuhan gen Z yang cenderung memiliki intensitas kesibukan yang tinggi dan padat sehingga membutuhkan makanan yang praktis, enak, dan cepat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memahami bahwa program magang merupakan peluang besar untuk menyeimbangkan ilmu yang telah dipelajari dengan fakta dan realita yang terjadi di dunia profesional. Mengetahui program magang ini adalah peluang yang baik, penulis bermaksud untuk ikut berproses di dalamnya sehingga dapat mempersiapkan diri menghadapi dunia luar dengan segala tantangannya. Selain itu, penulis juga memiliki tujuan dalam mengikuti program magang MBKM yakni untuk memenuhi syarat lulus di Universitas Multimedia Nusantara dengan mengikuti program magang sesuai penjurusan yang dipilih melalui program magang bersama Skystar Ventures.

Penulis juga memiliki tujuan dalam menempuh program magang MBKM yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengasah dan menambah ilmu bisnis & kewirausahaan sebagai langkah mempersiapkan diri menjadi seorang *entrepreneur*.
2. Menerapkan ilmu bisnis yang telah dipelajari sebelumnya ke dalam proyek HAPO BITES sebagai bisnis yang sedang dikembangkan secara riil.
3. Membangun koneksi untuk menambah sudut pandang terkait pengembangan bisnis.
4. Mengasah kemampuan *leadership, problem solving, collaboration* sebagai CEO (*Chief Executive Officer*).

Mengimplementasikan fungsi manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) dalam memimpin proyek HAPO BITES.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program magang diselenggarakan sejak 29 Januari – 11 Mei 2024 selama 9 jam kerja dalam sehari yang dapat dilakukan secara fleksibel. Selama melakukan pelaksanaan kegiatan magang, penulis biasanya memulai kegiatan pukul 08.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB yang juga sudah termasuk 1 jam untuk istirahat makan siang. Sebagai rincian dari waktu pelaksanaan magang, dapat dijabarkan melalui tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1 Pelaksanaan Kegiatan Magang

Kegiatan	Januari		Februari				Maret				April				Mei			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra-Magang																		
Sosialisasi MBKM																		
Registrasi MBKM																		
Kegiatan Magang																		
Kick-off																		
Pembelajaran asinkron																		
UTS: Pitchdeck presentation																		
Ujian sertifikasi kompetensi <i>entrepreneurship</i>																		
Workshop: <i>Empowering Innovation</i>																		
Melakukan aktivitas																		

penjualan HAPO BITES																			
----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1.3.2 Prosedur Menyelenggarakan Kerja Magang

Pada tahap ini, sebelum proses magang dilakukan, penulis melewati beberapa tahapan terlebih dahulu yang dapat dibagi menjadi 3 bagian sebagai berikut:

A. Pra-Magang

Sebelum memulai program magang, tahap pertama yang dilakukan adalah mahasiswa diwajibkan untuk hadir dalam pembekalan dan sosialisasi program magang oleh program studi (prodi) melalui platform Zoom yang dihadiri oleh dosen dan pihak Skystar. Tahap kedua adalah mahasiswa melakukan seleksi ide bisnis melalui platform web dari Skystar Ventures. Pada tahap ini, Mahasiswa diwajibkan untuk menyerahkan nama merek ide bisnis beserta deskripsi singkat terkait bisnis yang dibuat. Tahap ketiga adalah mahasiswa menghadiri *kick off* magang bersama Skystar pada tanggal 29 Januari 2024. Selama tahap ini, mahasiswa diberitahu tentang *timeline* yang akan dijalani, pembagian mentor Skystar, *dedicated mentor*, pengisian administrasi seperti *daily task*, serta seputar perusahaan Skystar Ventures dan struktur organisasinya.

B. Kegiatan Magang

Selama proses kegiatan magang, tahap pertama yang dilakukan penulis adalah membagikan peran divisi, tugas, dan tanggung jawab untuk dikerjakan selama proses magang berlangsung. Pada tahap ini, penulis berperan sebagai CEO dalam proyek HAPO BITES. Proses kegiatan magang berlangsung sejak 29 Januari 2024 hingga 11 Mei 2024 dengan total 100 hari pengerjaan dan sebanyak 640 jam kerja. Selama kegiatan magang berlangsung, penulis memiliki tanggung jawab untuk

melakukan pengisian *daily task* melalui portal merdeka.umn.ac.id untuk menuliskan kegiatan apa saja yang dilakukan selama proses magang berlangsung sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan kampus Universitas Multimedia Nusantara dan peraturan program studi manajemen. Penulis secara spesifik bertanggung jawab dalam memimpin berjalannya aktivitas HAPO BITES.

C. Pasca Magang

Setelah mengikuti serangkaian program magang, langkah selanjutnya adalah melakukan penyusunan laporan magang. Proses penulisan laporan magang dilakukan untuk menuangkan hal apa saja yang telah dilakukan oleh peserta magang. Pada tahap ini, penulis menuangkan segala hal yang menjadi pelajaran penulis baik secara teknis maupun non teknis. Prosedur yang terdapat adalah penyusunan laporan magang, melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing (dospem), finalisasi laporan magang dengan meminta tanda tangan dospem dan kepala program studi (kaprodi), serta menyiapkan lampiran yang dibutuhkan sebelum laporan magang diserahkan. Setelah prosedur dilakukan, tahap terakhir dalam rangkaian program magang ini adalah melakukan sidang magang, dimana peserta magang akan ditanya seputar konteks laporan yang dibuat untuk membuktikan bahwa benar adanya peserta benar-benar melakukan pekerjaannya.