

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era yang semakin berkembang, taraf hidup manusia juga ikut berkembang. Beberapa diantaranya yaitu, perkembangan dalam teknologi, pendidikan, hingga gaya hidup yang juga semakin berkembang. Orang-orang, terutama yang tinggal di daerah perkotaan semakin banyak yang memilih kualitas hidup yang terbaik. Bahkan, memilih gaya hidup yang berlebihan. Tetapi, semua perkembangan taraf hidup tersebut tidak diikuti dengan pendapatan yang seimbang. Masih banyak karyawan-karyawan yang bekerja dengan upah yang relatif sedikit tetapi memiliki gaya hidup yang berlebihan. Dengan gaya hidup tersebut, banyak yang memiliki gaya hidup konsumtif dan mereka cenderung untuk membeli barang-barang seperti pakaian, aksesoris, dan hal-hal lain. Selain gaya hidup yang tinggi, banyak juga faktor yang mempengaruhi gaya hidup tersebut. Terutama karena pengaruh dan kemudahan akses media sosial yang trendy dan sangat mudah untuk mempengaruhi banyak orang, dengan trend tersebut digabung bersama platform *e-commerce* yang sangat mudah diakses dan menawarkan banyak sekali barang-barang murah terutama dalam bidang fashion, banyak orang yang memiliki gaya hidup tinggi serta konsumtif.

Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang untuk berani mengambil resiko atas usaha atau bisnis yang sedang dijalankan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Tidak hanya itu, seorang wirausaha juga harus kreatif, inovatif, dan mampu beradaptasi dengan pasar yang selalu berubah. Untuk mendapatkan hasil yang baik seorang wirausahawan harus berani mengambil resiko-resiko yang tidak terduga dan mempunyai mental yang kuat karena ketika sudah membuat suatu usaha kita bisa ada di posisi belum untung atau sudah balik modal.



Gambar 1.1 Kewirausahaan

Penulis mengambil program kewirausahaan pada semester genap ini karena, yang pertama penulis ingin mencoba suatu hal yang baru terutama di usia muda ini yang mana jarang sekali ada yang berani dan mencoba untuk mengambil peminatan kewirausahaan karena alasan tertentu seperti sulit untuk membuka usaha, sulit untuk menjual suatu produk/jasa, bingung ingin membuat bisnis apa, dan banyak hal lainnya. Penulis berpikir bahwa penulis harus mencoba hal baru yang dipenuhi dengan banyak tantangan baru karena jika tidak sekarang belum tentu akan ada kesempatan lain yang datang.

Kedua, penulis ingin sukses dengan memiliki bisnis nya sendiri mau itu kecil ataupun besar. Penulis berpikir demikian karena banyak sekali pengalaman tentang orang sekitar bahwa sekarang mereka sudah tidak bekerja dengan perusahaan lamanya karena berbagai alasan dan sekarang hanya mengandalkan sisa tabungannya. Tidak hanya satu orang saja yang seperti itu, namun banyak orang yang mempunyai masalah seperti tersebut. Kemudian penulis pun menyadari bahwa penting nya mempunyai sebuah bisnis karena dengan adanya bisnis yang sukses, maka penulis dapat memiliki penghasilan tetap dan tidak bergantung pada orang lain.

Ketiga, ini yang menjadi alasan terpenting mengapa penulis akhirnya mengambil peminatan kewirausahaan, yaitu saat membuat atau menjalankan bisnisnya, penulis akan dibimbing oleh para mentor-mentor yang berpengalaman di bidangnya. Hal ini akan membuat penulis tidak akan kebingungan untuk membangun bisnisnya. Selain itu, dengan adanya bimbingan dari mentor juga dapat mengurangi resiko kegagalan saat menjalankan sebuah bisnis.

Industri fashion adalah sektor yang terus mengalami evolusi dan pertumbuhan pesat di seluruh dunia dan juga Indonesia. Dengan berkembangnya teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat, serta tren fashion, industri fashion ini sedang berada di posisi yang sangat bagus. Pengaruh dari media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* membuat semakin banyak masyarakat Indonesia menjadi sadar akan pentingnya berpenampilan dan mulai meningkatkan gaya fashion mereka. Dengan pengaruh tersebut maka dunia fashion dapat terus berkembang dan menjadi industri yang sangat bagus untuk kedepannya.

Kaos *oversize* sudah ada di dunia fashion pada abad ke-20 di Amerika Serikat, dimana sebenarnya awalnya pada 1980 mereka membuat baju sesuai dengan ukuran badan tetapi saat mereka berinovasi dan membuat baju dengan ukuran yang longgar, ternyata itu sangat digemari oleh para pembelinya. Gaya fashion yang sederhana dan longgar ini sangat digemari khususnya para anak muda yang ingin mengekspresikan gaya berpakaian mereka. Oleh karena itu para designer fashion saat itu membuat kaos *oversize* dengan desain logo suatu brand, karakter pada kartun dan desain yang mencolok. Pada saat itu *oversize* juga dipopulerkan oleh Kurt yaitu vokalis band nirwana yang memakai baju *oversize* dalam penampilannya.

Pada beberapa tahun terakhir khususnya di Indonesia, kaos *oversize* merupakan salah satu tren fashion yang sangat berkembang. Kaos atau pakaian *oversize* merupakan pakaian yang memiliki potongan ukuran yang lebih besar dibandingkan pakaian biasanya. Banyak orang yang berminat dan menyukai tren fashion tersebut karena sangat trendy, potongan yang enak dan santai, serta mudah

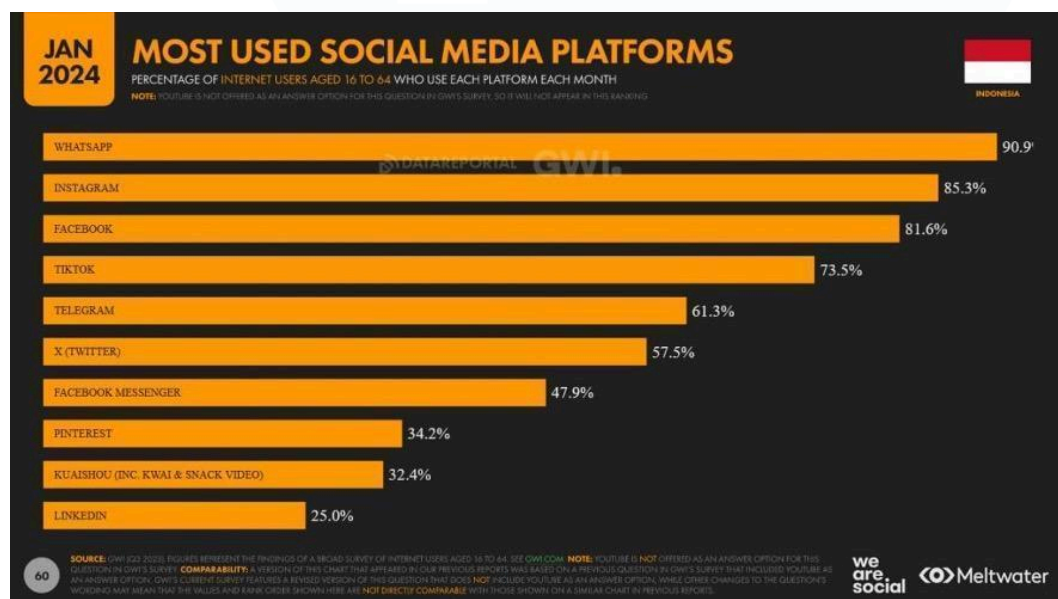
dan cocok untuk dipakai berpergian. Banyak masyarakat yang mulai menggunakan pakaian oversize karena pakaian tersebut dibuat menggunakan bahan yang enak dibandingkan dengan kaos pada umumnya. Selain itu, dengan potongan yang lebih besar serta desain-desainn menarik yang disediakan oleh banyak brand, semakin banyak masyarakat yang berminat membeli pakaian oversize dibandingkan denagn pakaian biasa.



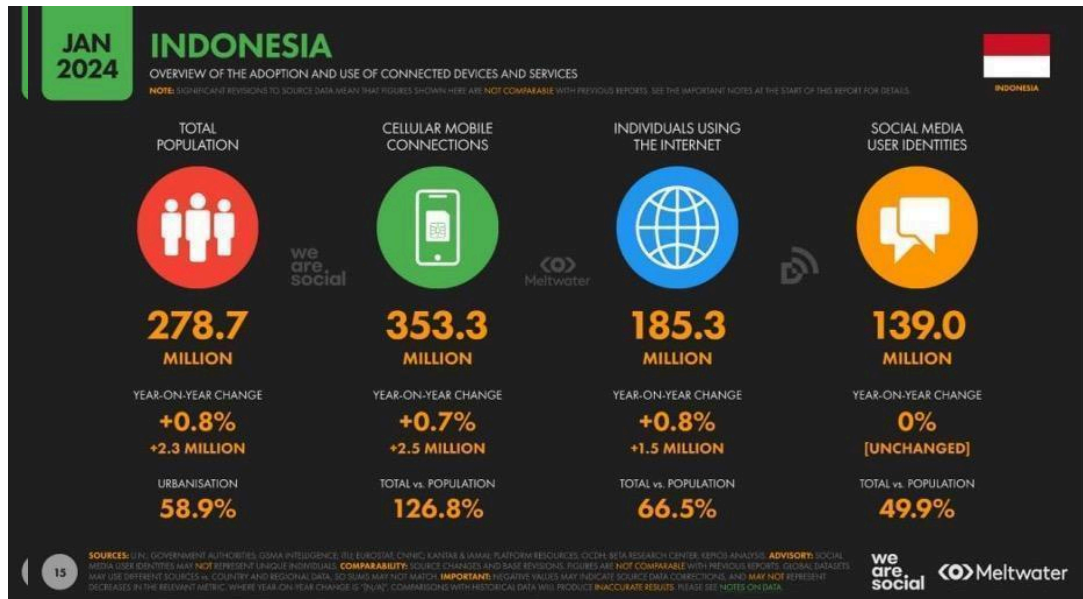
Gambar 1.2 Data Perbelanjaan di Indonesia

Karena perkembangan pakaian atau kaos oversize yang sangat pesat serta tren-tren fashion yang viral, semakin banyak orang yang tertarik atau berminat untuk memiliki kaos atau pakaian oversize tersebut. Pasar yang dapat dicapai dalam industri fashion oversize ini cukup besar. Banyak dari Gen Z dari umur 9 hingga 24 tahun dan juga Milenial dari umur 27 hingga 42 tahun yang berminat dalam kaos atau pakaian oversize tersebut. Pakaian oversize tersebut dapat kita temukan di berbagai aplikasi *e-commerce* terutama melewati TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, website brand, dan juga platform lainnya. Banyak wadah yang digunakan sebagai tempat untuk menjual, memasarkan, dan juga menarik para konsumen agar dapat membeli produk mereka.

Kaos dan pakaian *oversize* tersebut biasanya dijual secara online melalui platform dan aplikasi tersebut sehingga dapat mencapai lebih banyak konsumen dan terutama Gen Z yang lebih melek atas teknologi serta media sosial. Banyak konten fashion *oversize* yang beredar terutama melalui TikTok dan Instagram. Kedua aplikasi tersebut merupakan media sosial yang sangat dominan di kalangan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi gaya hidup mereka terutama dalam dunia fashion. Tidak hanya online, kaos dan pakaian *oversize* ini juga sudah mulai diproduksi dan dijual oleh berbagai macam brand ternama seperti Uniqlo, H&M, Zara, Pull&Bear, dan masih banyak lagi. Kualitas yang ditawarkan dari produk kaos atau pakaian *oversize* biasanya memiliki kualitas yang sangat baik karena potongan *oversize* hanya cocok dengan bahan kain yang bagus seperti *cotton combed 24s*, *cotton combed 30s*, dan beberapa bahan kaos lainnya.



Gambar 1.1 3 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan



Gambar 1.1 4 Data Penggunaan Sosial Media

Sumber: datareportal.com, 2024

Tahun 2000-an merupakan masa-masa manis yang sangat sulit dilupakan dan pada masa tersebut muncul tren Y2k atau biasa disebut *Year 2000*, pada zaman dulu itu disebut lahirnya era baru, setelah sekian lama tren Y2k kembali lagi itu semua dibuktikan dengan banyak brand yang menggunakan konsep Y2k seperti idol K-pop new jeans. Tren Y2k merupakan perpaduan dari optimisme, futurisme, budaya dunia maya dan hal-hal gemerlap. dengan begitu penulis berharap brand *oversize* dari Why2k dapat sukses dengan menggunakan konsep Y2k.

Karena adanya pasar yang cukup besar terhadap industri *oversize* fashion tersebut serta minat masyarakat yang tinggi untuk membeli produk pakaian *oversize*, kelompok penulis membuat brand fashion yang bernama Why2k. Brand ini menyediakan produk yang bertemakan Y2K atau Year 2000 yaitu style fashion di zaman 2000an. Karena pengaruh dari media sosial dan tren yang sangat mudah untuk diakses oleh seluruh masyarakat, Y2K kembali menjadi tren fashion yang sangat berkembang dan diminati oleh banyak orang terutama Gen Z. Dengan adanya bazaar yang bertemakan Y2K dan juga brand lokal yang bermunculan dan

memproduksi desain Y2K, semakin banyak orang yang berminat untuk memakai dan juga mengganti style mereka menjadi style Y2K. Brand penulis yaitu Why2k, menyediakan produk kaos oversize yang sedang trendy dan menggabungkannya dengan desain Y2K sehingga menciptakan style yang unik dan menjadi trend setter dalam industri tersebut. Karena banyaknya peminat dari kaos oversize dan juga style Y2K kita menggabungkan kedua hal tersebut dan membuatnya menjadi satu. Why2k memiliki bahan baju yang bagus dan juga style yang unik sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan penulis.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Bekerja dalam perusahaan Why2k ini tentu akan menjadi pengalaman yang berharga bagi penulis sebagai bekal untuk karir kedepannya. Masuk menjadi bagian dari perusahaan Why2k, penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan ketika memasuki dunia kerja sebenarnya. Hal ini dilakukan supaya penulis memiliki pengetahuan dasar yang dapat menunjang karir penulis kedepannya.
2. Bekerja di perusahaan Why2k menjadi ajang bagi penulis untuk menerapkan secara langsung semua ilmu yang telah dipelajari ketika penulis menerima pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara
3. Adanya praktik kerja magang pada bagian Chief Product Officer (CPO), penulis mampu mendapatkan wawasan lebih luas terkait ilmu manajemen produk dan desain , tidak menutup juga kemungkinan untuk mendapatkan banyak pembelajaran baru di luar kampus.
4. Mampu mengawasi dari perancangan produk hingga *launching* sebuah produk baru.
5. Meningkatkan kemampuan untuk dapat membuat suatu desain yang menarik.
6. Meningkatkan kerja sama antar tim dan dapat menjalin hubungan yang baik dengan divisi lai.

7. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dengan mengambil mata kuliah internship

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan program kerja magang yang dilakukan oleh penulis sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen dari Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara di Skystar Ventures ini yang dilakukan selama 60 hari masa kerja yang dimana diperkirakan akan selesai selama tiga bulan magang. Berikut merupakan waktu pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures (Why2k) yang telah disetujui oleh pihak Skystar Ventures sebagai pembimbing magang.

Nama Perusahaan : Why2k

Divisi : *Chief Product Officer*

Alamat : Universitas Multimedia Nusantara, Tower C, lantai 12b, Jl. Scientia Boulevard, Summarecon Gading Serpong, Tangerang, Banten, Indonesia, 15811

Waktu Pelaksanaan : 29 Januari 2024 - 29 Mei 2024

Hari Kerja Magang : Senin – Jumat (Sabtu apabila diperlukan)

Waktu Kerja Magang : 08.00 – 18.00 (Senin – Jumat)
Apabila tidak ada tugas tambahan, dapat selesai lebih awal

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang, tentu saja terdapat beberapa tahap prosedur yang perlu penulis jalankan yang sesuai dengan ketentuan yang tertera pada Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu sebagai berikut:

1. Mendaftarkan Startup Why2k ke dalam bagian dari Program Skystar Ventures Incubation Business.
2. Mengumpulkan proposal bisnis yang telah dibentuk ke Skystar Ventures untuk ditelaah dan diseleksi oleh tim Skystar Ventures. Why2k menunggu untuk hasil pengumuman lolos seleksi dari Skystar Ventures.
3. Setelah menunggu hasil pengumuman seleksi, kelompok Why2k berhasil lolos dan diterima pada tahap seleksi pertama oleh Skystar Venture.
4. Melakukan KRS untuk mengambil mata kuliah internship pada tanggal 17 Januari 2024 hingga 18 Januari 2024.
5. Pada tanggal 1 Februari 2024, penulis dan kelompok mengikuti acara Kick Off yang dilaksanakan untuk menjelaskan mengenai detail dan teknis pelaksanaan Program MBKM KWH 2024.
6. Melakukan pertemuan pertama dengan seluruh kelompok yang lolos seleksi. Kegiatan ini untuk mengenal kelompok-kelompok yang hadir dan mengenal kakak-kakak dari Skystar Ventures.
7. Melakukan pembagian mentor terhadap masing-masing kelompok yang lolos di Skystar Ventures untuk membantu mengembangkan bisnis dan memberikan masukan.
8. Penulis mulai mengelola kembali bisnis Why2k untuk dikembangkan dan merencanakan peningkatan kualitas produk.
9. Penulis melaksanakan penjualan dalam bentuk Pre-Order untuk memperluas merek Why2k pada Bulan Februari. Hal ini bertujuan

untuk menambah pemasukan dan mengetahui kekurangan yang terdapat pada bisnis ini.

10. Pada website Merdeka UMN, kami melakukan pencatatan kegiatan yang dilakukan di Why2k di Daily Task.
11. Melakukan penyusunan dan pengerjaan Laporan Kerja Magang dengan pak Bobby Arinto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing magang.
12. Melakukan bimbingan dengan Supervisor dan Dedicated Mentor dari Skystar Ventures, yaitu Pak Hoky Nanda.
13. Melakukan pengumpulan laporan kerja magang sesuai dengan ketentuan yang ada dari Program Studi Manajemen UMN.
14. Mengikuti sidang laporan magang yang penulis laksanakan di Why2k sesuai dengan ketentuan yang ada dari Program Studi Manajemen UMN.