

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis pada kehidupan manusia sehari-hari nyata adanya. Terutama dalam bidang kuliner yang menjadi daya tarik bagi masyarakat luas, salah satunya yaitu bidang bisnis makanan manis. Menurut Riset Kesehatan Dasar (riskesdas) pada tahun 2018 dinyatakan sebesar 40,1% responden mengonsumsi makanan manis lebih dari 1 kali per hari, kemudian sebesar 47,8% mengonsumsi sebanyak 1 hingga 6 kali seminggu dan 12% diantaranya mengonsumsi sebanyak kurang dari 3 kali perbulan.

Kemudian mengenai makanan manis, yang paling sering dijumpai oleh masyarakat pada umumnya ialah makanan manis seperti permen, roti, biskuit, eskrim dan beragam jenis permen lainnya. Oleh karena itu, penulis berupaya untuk menyediakan hidangan makanan manis yang masih jarang ditemui di berbagai macam tempat, dengan cita rasa yang khas, dan harga yang cocok. Upaya yang dihadirkan yaitu dengan memunculkan produk kue keju atau biasa disebut dengan *burnt cheesecake* dengan nama *Sweevories*. *Sweevories* merupakan sebuah usaha kuliner yang bergerak dalam produk makanan manis yaitu *burnt cheesecake* yang mana baru saja dibangun dengan kelompok mahasiswa yang berasal dari program yang sudah dijalankan sebelumnya, yaitu program wirausaha Merdeka.

Dalam rangka mempertahankan keberlangsungan bisnis yang ada, *Sweevories* harus terus menemukan solusi-solusi tertentu atas setiap permasalahan dan tantangan yang ada agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Selain itu, penargetan bagi pelanggan serta menunjukkan keunggulan yang dimiliki juga sangatlah penting. Pada program wirausaha Merdeka yang dilakukan sebelumnya, teori dan praktik yang diberikan masih belum cukup untuk memberikan keberhasilan penuh bagi *Sweevories*.

Untuk dapat bertahan di atas persaingan bisnis yang ada, salah satunya diperlukan strategi pemasaran sosial media yang baik. (Putra & Aristana, 2020) Pemasaran media sosial merupakan pendekatan pemasaran yang memanfaatkan kegunaan daripada sosial media itu untuk mengembangkan hubungan, transaksi, dan berbagi informasi dengan pelanggan maupun calon pelanggan. (Juliyansi & Suryawardani, 2019) Pemasaran media sosial adalah aktivitas program online yang bertujuan untuk melibatkan pelanggan atau prospek meningkatkan citra merek, atau meraih penjualan produk. (Damayanti et al., 2021) pemasaran media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan berbagi interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh masyarakat umum.

Selanjutnya, kampus Universitas Multimedia Nusantara mengadakan program magang khusus yang berbeda dari magang pada umumnya. Program magang ini berencana untuk melanjutkan bisnis yang sudah di bangun sebelumnya pada program wirausaha merdeka agar dapat membuat bisnis yang sudah dibangun menjadi lebih terealisasi dan sangat diharapkan untuk berhasil. Tempat magang yang disarankan yaitu Skystar Ventures. Skystar Ventures merupakan tempat yang sangat cocok dengan bidang yang sedang dijalani saat ini karena tempat tersebut bergerak di dalam industri yang sama. Dari sana *Sweevories* akan diberikan teori, mendapatkan bimbingan dari para ahli dibidangnya, mendapatkan mentor, dan lain sebagainya dengan harapan bisnis yang sudah ada akan terus berkelanjutan, berhasil menghadapi tantangan yang ada, mendapatkan target pasar yang sesuai, mencapai visi perusahaan dan memperoleh keuntungan finansial.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan yang telah ditetapkan oleh program sarjana S1 universitas multimedia nusantara, magang kerja ini diperlukan. Maksud lainnya juga diharapkan dapat melanjutkan program bisnis yang sudah dilakukan pada program kampus merdeka sebelumnya agar mendapatkan peluang dan kesempatan yang lebih tinggi untuk meraih keberhasilan sebagai mahasiswa manajemen bisnis. Tujuan lainnya adalah untuk mendapatkan pengarahan yang lebih baik oleh para ahli di bidang yang sudah dijalani agar mahasiswa mampu

mempertahankan keberlanjutan bisnis yang dimiliki dan berhasil di kemudian hari dari teori dan praktik yang diberikan oleh tempat kerja magang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses kegiatan kerja magang dalam program bisnis inkubator ini dilakukan dalam waktu kurang lebih empat bulan sejak akhir Januari 2024 hingga akhir Mei 2024 dengan jam kerja terhitung sejumlah 847 jam dengan hari kerja dari senin hingga sabtu. Untuk pelaksanaan kerja magang dilakukan secara mandiri di rumah. Magang ini ditujukan kepada kelompok mahasiswa agar dapat mengembangkan bisnis yang sudah dijalankan pada program sebelumnya. Pada magang kerja ini, mahasiswa menjalankan secara mandiri dengan bimbingan dari mentor setiap 1 bulan sekali untuk memberikan masukan atau nasehat, kemudian juga mendapatkan materi yang rutin dikirimkan melalui platform digital. Agar dapat mengembangkan usaha yang ada, dilakukan diskusi kelompok dan pertemuan kelompok secara langsung untuk membahas rencana apa yang akan dilakukan kedepannya, dan lain sebagainya.

