

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

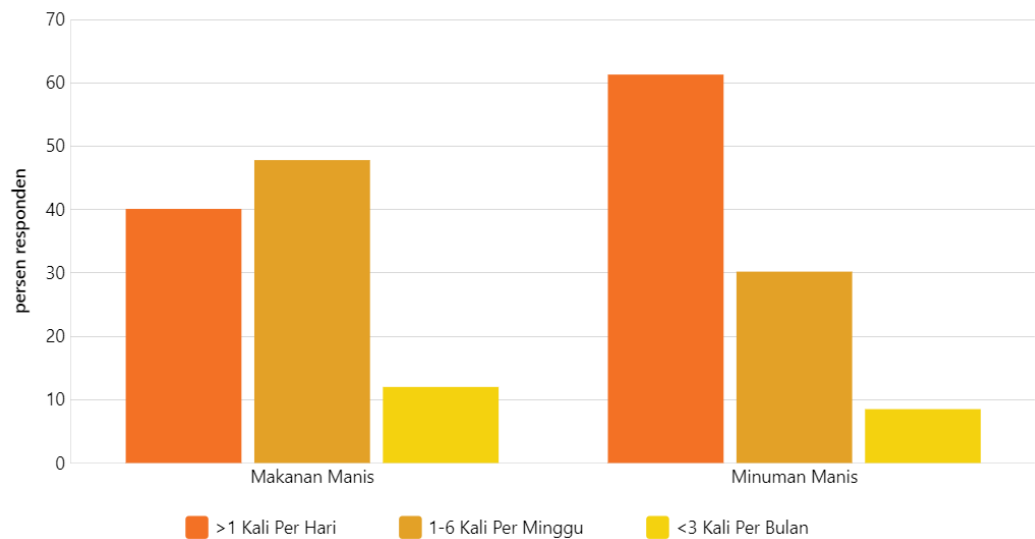
Bisnis kuliner adalah salah satu sektor jasa yang saat ini mengalami pertumbuhan yang begitu pesat dan sangat diminati oleh banyak masyarakat. Bisnis Kuliner juga merupakan usaha yang selalu memiliki inovasi baru dalam menjual berbagai macam makanan dan minuman. Selain itu, usaha ini juga cukup mudah untuk dijalankan oleh sebagian orang yang memiliki modal tidak terlalu besar. Hal ini dinyatakan bahwa makanan juga merupakan sumber kebutuhan pokok bagi setiap orang (Dalam Widjoyo dkk, 2014). Sehingga saat ini banyak dari para pengusaha makanan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang beragam, mereka perlu memiliki mencari keunggulan produk yang lebih kompetitif untuk bersaing dalam bidang kuliner.

Perkembangan ini juga ditandai dengan munculnya banyak cafe dan restoran, baik yang konvensional maupun cepat saji. Cafe menjadi salah satu lokasi yang sering di datangi oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai dari remaja hingga orang dewasa. Terdapat variasi menu, suasana dan juga fasilitas yang ditawarkan semakin bervariasi, cafe menjadi salah satu pilihan favorit karena dianggap tidak hanya menjual makanan dan minuman, tetapi juga menyediakan fasilitas yang nyaman bagi pengunjung (Sihombing et al., 2022). Tentunya hal ini dapat membuat pengunjung memiliki kebiasaan untuk menghabiskan waktu lebih lama, baik untuk berkumpul bersama dengan teman ataupun keluarga berkumpul sambil menikmati makanan dan fasilitas yang di berikan oleh cafe. Mengonsumsi makanan cepat saji kini bukan hanya memenuhi kebutuhan primer, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup, yang sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul.

Maka era modern saat ini, Perkembangan bisnis di bidang makanan pastry di Indonesia juga sangat menarik minat bagi masyarakat luas. bisnis pastry dan roti di dunia kuliner menunjukkan pertumbuhan yang pesat, terutama di kota-kota besar seperti di Jakarta dan Tangerang, dilihat dari banyaknya cafe dan tenda kios yang menawarkan berbagai macam hidangan kue dan roti. Dinyatakan oleh Maulana Wahyu Jumantara yang dikutip dari data Euromonitor (Kontan, 2017), dari periode pertumbuhan rata-rata (CAGR) tahun 2010-2014, usaha roti dan kue di Indonesia tumbuh sebesar 14%. Sementara itu bisnis roti dan kue diproyeksikan memiliki CAGR sebesar 10% dalam waktu periode 2014-2020. Pada tahun 2020, potensi nilai bisnis roti dan kue mencapai nilai sebesar 20,5 triliun. Ia juga menyampaikan bahwa roti merupakan makanan pokok ketiga yang digemari oleh masyarakat Indonesia setelah nasi dan juga mie.

Produk makanan *pastry* dan *bakery* menjadi salah satu makanan yang saat ini sangat populer dan digemari oleh banyak orang khususnya masyarakat di Indonesia. *Cake* adalah produk *pastry* dan *bakery* dibuat dengan menggunakan bahan dengan campuran gula, telur, lemak dan tepung terigu yang kemudian dipanggang menggunakan oven yang di kenal dengan istilah, *baked product* (Syarbini,2013). Saat ini kebiasaan baru bagi masyarakat adalah mengonsumsi roti sebagai alternatif sarapan yang praktis dan sehat, dengan menggantikan nasi yang selama ini di ketahui sudah menjadi sumber karbohidrat utama (PT Nestle Indonesia, 2020 Prastowo,2019). Menurut data dari kementerian perindustrian, konsumsi roti meningkat sebesar 500% dalam lima tahun terakhir (2013-2017)(Ayu,2019). Selain itu proyeksi pertumbuhan rata-rata untuk bisnis roti dan *cake* selama periode 2014-2020 diperkirakan mencapai 10%. Dan industri roti mendominasi UMKM sebesar 60% (Kontan,2017).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1. 1 Data Frekuensi Konsumsi Makanan di Indonesia Tahun 2018

Sumber : Databoks.com

Masyarakat Indonesia memiliki antusias dan ketertarikan yang tinggi pada makanan manis, salah satunya adalah *cheesecake*, karena memiliki rasa yang berbeda dari jenis *cake* lainnya. *cheesecake* memiliki perpaduan rasa yang gurih dari keju, dan manis dari gula yang menjadikan produk *cheesecake* ini memiliki tekstur yang lembut sehingga banyak di minati kalangan masyarakat. Namun makanan ini tergolong sebagai makanan penutup yang mengandung lemak yang cukup tinggi. Seperti data yang diambil berdasarkan data Riskesda pada tahun 2018, terdapat 61,3% responden yang mengonsumsi makanan manis lebih dari satu kali dalam sehari. Sedangkan 30,2% responden mengonsumsi makanan manis 1-6 kali dalam seminggu, dan hanya terdapat 8,5% responden yang mengonsumsi makanan manis kurang dari 3 kali dalam sebulan. Pada tahun 2018, dimana Risdik juga mencatat bahwa, terdapat 40,1% responden yang mengonsumsi makanan manis lebih dari satu kali dalam sehari. Sementara itu, terdapat 47,8% yang mengonsumsi 1-6 kali dalam seminggu dan hanya 12% yang kurang dari 3 kali dalam sebulan.

Dari meningkatnya antusias masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi makanan manis, hal ini yang menjadikan terciptanya industri makanan manis di Indonesia yang sangat kuat, salah satunya adalah pada produk *Cheesecake*.

Cheesecake salah satu makan penutup yang sudah banyak di jual di berbagai cafe, restoran, dan toko kue sangat diminati masyarakat Indonesia. tidak hanya sebagai hidangan penutup yang biasa saja, tetapi *Cheesecake* juga banyak diminati sebagai menu *dessert* yang banyak di cari untuk hidangan di berbagai acara tertentu.

Dengan bertumbuhnya peluang bisnis pada Industri makanan di Indonesia, ini merupakan alasan berdirinya UMKM di Indonesia. salah satunya adalah *Sweevories*. *Sweevories* adalah sebuah bisnis yang di bangun dari program MBKM Kewirausahaan. Dengan berlanjutnya bisnis *Sweevories* ini, pihak dari kampus memberikan peluang untuk bisnis ini terus berkembang, yaitu dengan diberikannya kesempatan untuk bergabung di Skystar Ventures. Skystar Ventures merupakan sebuah inkubator teknologi yang memiliki tujuan untuk membantu mengembangkan berbagai startup dan UMKM di Indonesia. Dengan adanya program tersebut, ini menjadi sebuah peluang bagi *sweevories* untuk memanfaatkan besarnya kesempatan dan peluang yang dimiliki di dalam industri makanan manis. Dapat dilihat dari banyaknya peminat makanan manis yang menjadi salah satu hidangan yang banyak di cari dan sangat populer di kalangan masyarakat. Dengan kesempatan itu *Sweevories* menciptakan salah satu produk makanan manis yaitu *Burnt Cheesecake*.

Sweevories memiliki fokus untuk menciptakan produk makanan manis yang memiliki keunggulan dari produk makanan manis lainnya. Dengan menciptakan produk *Burnt Cheesecake* yang sesuai dengan keinginan dan juga harapan pelanggan. *Burnt Cheesecake* di buat rasa manis dan dipadukan dengan rasa gurih yang pas, porsi yang cukup untuk di hidangkan sebagai makanan penutup, memiliki banyak varian raasa, dan kuliatas bahan yang di gunakan berkualitas.

Selama berjalannya aktivitas kerja magang di Skystar Ventures penulis di posisikan sebagai *Cheif Finance Officer* oleh kelompok. Posisi ini di detapkan oleh anggota kelompok *Sweevories* pada saat program MBKM Kewirausahaan berlangsung. Selain memiliki tanggung jawab di bagian keuangan bisnis, dengan

berjalan bisnis *Sweevories* penulis bersamaan dengan anggota kelompok saling melakukan kolaborasi dan berdiskusi. Mulai dari mendiskusikan ide- ide, menentukan konsep, melakukan riset psar, merancang rencana bisnis, meenentukan lokasi, menentukan menu dan bahan baku, produksi, dan lainnya.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan dari aktivitas kerja magang di *Sweevories* ini menjadi sebuah kesempatan dan pengalaman yang sangat berkesan. Aktivitas kerja magang ini sudah menjadi program Universitas Mulimedia Nusantara. Program kerja magang ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan, mengimplementasikan dan melanjutkan program bisnis yang sebelumnya sudah dipelajari pada saat proses perkuliah dan pada saat mengikuti kegiatan pelaksanaan program MBKM Kewirausahaan yaitu program Wiwusaha Merdeka.
2. Mempersiapkan diri ketika ingin memasuki dunia kerja. Sehingga pada saat memasuki dunia kerja, saya mempunyai pengetahuan dasar yang dapat membantu masa depan saya dalam berkarir.
3. Bekerja di *Sweevories* sangat membantu saya dalam mempraktikkan teori yang sudah saya pelajari selama melakukan pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara.
4. Meningkatkan kemampuan dalam menyusun laporan keuangan *Sweevories*.
5. Mampu merealisasikan dengan baik bisnis *Sweevories* di industri nyata.

menjadi sebuah peluang yang ajan menjadi sebuah kesempatan tinggi untuk mahasiswa dari program manajemen bisnis. Adapun tujuan lainnya dalam pelaksanaan aktivitas kerja magang adalah agar memperoleh keterampilan, dan pengarahan yang lebih dalam mengembangkan sebuah bisnis dari para ahli yang sudah profesional di bidang bisnis, sehingga mahasiswa dapat mengembangkan dan mempertahankan sebuah bisnis yang di jalani dari hasil pembekalan pada tempat kerja magang. Adapun beberapa teori yang sudah dipraktekkan seperti teori manajemen sumber daya manusia yang relevan dengan teori yang di pelajari pada saat proses pembelajaran di Universitas, karena teori yang dipelajari ini membantu

dalam memahami bagaimana memotivasi, mengelola, dan mengembangkan tim kerja yang efektif. Adapun teori yang kurang relevan yaitu dengan memperhitungkan aspek-aspek seperti keberagaman, inklusi, dan dinamika perubahan dalam lingkungan kerja saat ini yang tidak sesuai dengan realitas bisnis saat ini, karena penting bagi perusahaan dalam menerapkan teori secara praktis dan relevan sesuai dengan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam membangun sebuah bisnis.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Proses penerimaan praktik kerja magang di Skystar Ventures. Proses kegiatan kerja magang pada program bina inkubator yang dilaksanakan oleh pihak Skystar Ventures dilakukan dalam kurun waktu 4 (empat) bulan, yang di mulai pada awal Januari 2024 sampai dengan akhir Mei 2024. Dengan melakukan kegiatan kerja magang dengan jumlah jam kerja sejumlah 847 jam secara WFH (*Work From Home*), pada saat kegiatan kerja magang ini dilaksanakan secara individu, sehingga mahasiswa yang sebelumnya sudah mengikuti program Wirausaha Merdeka dapat melanjutkan bisnis nya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat beberapa prosedur kerja magang yang saya lakukan terdiri, sebagai berikut:

1. Penulis mengikuti pembekalan magang yang di bawakan oleh Bu Purnama Ningsing selaku Kaprodi yang berlangsung secara *Online* menggunakan *Zoom Meeting*.
2. Melakukan pendaftaran untuk menjadi bagian dari program inkubasi Skystar Venture . Dalam masa pendaftaran pada 7 Februari 2024.
3. Setelah proses pendaftaran selesai kami mengumpulkan sebuah proposal bisnis yang sebelumnya sudah dibuat dan dikumpulkan ke Skystar Venture, yang nantinya proposal bisnis ini akan dilakukan

- proses seleksi oleh team Skystar Venture, setelah itu kami harus menunggu pengumuman hasil seleksi dari Skystar Venture.
4. Setelah berhasil mendaftar untuk program inkubasi SkyStar Venture, tim kami diterima dan melewati seleksi awal.
 5. Tim kami memulai proses pengembangan dan pelaksanaan ide bisnis. Ide bisnis ini sekarang dikenal dengan nama *Sweevories*.
 6. Tim kami hadir di berbagai seminar yang diselenggarakan oleh SkyStar untuk memperluas pengetahuan kami dalam mengembangkan usaha kami.
 7. Tahap selanjutnya yaitu melakukan pembagian mentor kepada masing-masing tim di SkyStar Venture untuk membantu dalam pengembangan ide bisnis.
 8. Kami melakukan KRS untuk mengambil mata kuliah internship.
 9. Melakukan pengajuan KM-01 kepada UMN, kemudian mendapatkan KM-02 dari SkyStar Venture.
 10. Mencatat semua kegiatan magang yang dilakukan di *sweevories* dalam tugas harian yang diberikan kepada mahasiswa.
 11. Saya menyusun laporan kerja magang dengan dosen pembimbing Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M.,CSCP
 12. Selanjutnya menyerahkan laporan kerja magang tepat waktu sesuai dengan ketentuan program studi manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
 13. Saya mengikuti sidang di *sweevories*, yang sesuai dengan ketentuan dari program studi manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A