

BAB I

PENDAHULUAN

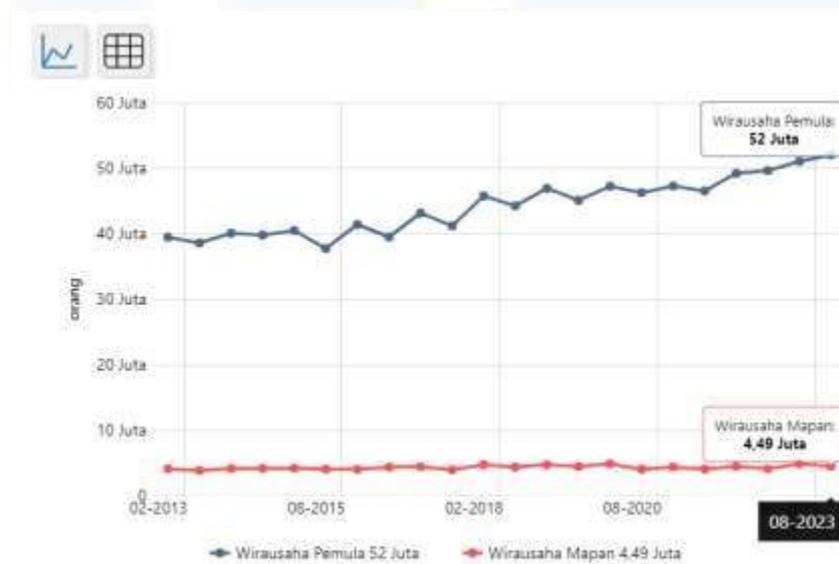
1.1. Latar Belakang

Kewirausahaan atau *entrepreneur* merupakan aktivitas yang menciptakan, mengembangkan, dan menghasilkan sesuatu yang baru dengan implementasi ide – ide baru untuk menciptakan nilai tambah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, kata kewirausahaan diambil dari kata wirausaha yaitu “wira” dan kata “usaha”. Kata wira memiliki arti pahlawan, gagah, berani, pejuang. Sedangkan kata usaha merupakan suatu kegiatan yang melibatkan penggunaan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu tujuan atau maksud tertentu. Sehingga, wirausaha dapat diartikan sebagai seseorang yang berani dalam mengambil resiko untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan tenaga dan pikiran (bisnis). Menurut Howard Stevenson, kewirausahaan adalah tindakan yang dilakukan individu atau kelompok untuk menciptakan hal baru, mengubah yang sudah ada, atau menemukan metode yang lebih efisien untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan meraih profitabilitas (Arisena, 2017).

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, dengan membangun sebuah bisnis guna memanfaatkan peluang tersebut dan memulai inisiatif baru. Secara umum, kemampuan individu untuk mengenali peluang usaha dan mengalihkannya menjadi kesempatan bisnis, serta meluangkan waktu dan usaha untuk mengeksplorasi berbagai peluang tersebut. Kemampuan berwirausaha didasarkan pada kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dalam pengembangan usaha. Selain itu, kemampuan berwirausaha didasari dengan memiliki waktu yang cukup untuk mengimplementasikan kreativitas dalam bisnis, dan memiliki motivasi yang kuat untuk menguasai pasar (Alfianto, 2012).

Berdasarkan Peraturan Presiden No 2 Tahun 2022, wirausaha dibedakan menjadi dua jenis yaitu wirausaha pemula dan wirausaha mapan. Wirausaha pemula adalah individu yang menjalankan usaha sendiri atau dengan bantuan pekerja tidak

tetap. Sementara itu, wirausaha mapan merupakan individu yang menjalankan usaha dengan bantuan pekerja tetap atau pekerja yang dibayar. Menurut Databoks yang merupakan portal data statistik ekonomi dan bisnis, menjelaskan bahwa data pada Agustus 2023, terdapat sekitar 52 juta orang yang merupakan wirausaha pemula di Indonesia. Jumlah ini terdiri dari 32,2 juta orang yang menjalankan usaha sendiri, dan 19,8 juta orang yang berusaha dengan dibantu pekerja tidak tetap. Sementara itu, wirausaha mapan berjumlah sekitar 4,5 juta orang, yaitu individu yang menjalankan usaha dengan bantuan pekerja yang dibayar.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Wirausaha di Indonesia sampai 2023

Dari Gambar 1.1 menjelaskan bahwa rasio wirausaha pemula mencapai 35,21%, sedangkan rasio wirausaha mapan mencapai 3,04% dari total angkatan kerja nasional. Selama satu dekade terakhir, dari Februari 2013 hingga Agustus 2023, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah wirausaha pemula sebesar 12,6 juta orang atau pertumbuhan sebesar 31,8%. Di sisi lain, jumlah wirausaha mapan juga mengalami peningkatan sebesar 360,9 ribu orang atau pertumbuhan sebesar 8,7% dalam periode yang sama.

Setiap wirausahawan dihadapkan pada tantangan untuk mengorbankan seluruh waktu, pikiran, tenaga, dan energinya demi keberhasilan dan kemajuan usaha serta bisnisnya. Salah satu tantangan sebagai seorang wirausaha adalah menghadapi

persaingan ketat di pasar yang dapat mempengaruhi perkembangan bisnis dalam mempertahankan pangsa pasar. Setiap bisnis harus menciptakan keunggulan kompetitif untuk menghadapi pesaing dalam industri yang sama. Persaingan ketat di pasar membuat para pelaku usaha dituntut untuk memperhatikan orientasi pasar dengan mengembangkan inovasi produk dan kreativitas sebagai pelaku usaha. Di era globalisasi yang menawarkan inovasi dalam dunia kuliner, khususnya dalam lini produk *pastry* dan *bakery*. Perkembangan dunia *pastry* di Indonesia banyak diminati oleh masyarakat. Menurut *Vice President* Indonesia Pastry Alliance, Chef Tussyadi, bisnis *pastry* dan *bakery* di Indonesia dimulai dari hotel di Jakarta sejak 80-90 tahun lalu (Tiofani & Aisyah, 2021).

Persaingan yang semakin ketat di pasar menyebabkan bertambahnya jumlah produk yang tersedia, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Dengan meningkatnya persaingan, pasar akan menghadirkan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam. Hal ini akan mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti preferensi individu, ketersediaan barang, dan daya tarik masing-masing produk.

Dalam era digital yang terus berkembang, bisnis *pastry* dan *bakery* dihadapkan pada tantangan baru sekaligus memanfaatkan peluang yang tidak terbatas. Dalam lingkungan digital yang semakin terkoneksi, pelanggan tidak hanya menggunakan teknologi untuk menemukan, memilih, dan membeli produk *pastry* dan *bakery*, tetapi juga untuk berinteraksi langsung dengan merek tersebut. Persaingan yang semakin ketat di dunia digital menimbulkan tantangan bagi bisnis untuk menarik perhatian pelanggan di tengah banyaknya pilihan yang tersedia.

Konsumen muda, khususnya Gen Z dan Milenial, menunjukkan ketertarikan yang kuat terhadap makanan manis, termasuk kue, biskuit, pai, dan es krim. Sebuah studi terbaru yang dilakukan oleh Center for Generational Kinetics mengungkapkan bahwa 87 persen dari mereka berpikir untuk mengonsumsi makanan penutup setidaknya sekali sehari, dengan 47 persen memiliki restoran favorit yang khusus

menyediakan makanan penutup, dan tiga perempatnya meyakini bahwa setiap acara spesial membutuhkan makanan penutup yang istimewa. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin muda suatu generasi, semakin kuat pula obsesi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setengah dari Gen Z melewatkan makan malam sama sekali dan hanya memesan makanan penutup sebagai gantinya dan makanan penutup adalah bagian besar dari kehidupan sosial, dan media sosial mereka. Bagi Generasi Z dan kaum milenial, makanan manis tidak hanya dianggap sebagai suguhan yang istimewa. Sebaliknya, makanan penutup menjadi penentu bagaimana mereka berinteraksi sosial, merayakan momen penting, dan memilih tempat makan yang mereka kunjungi (The Hersey Company, n.d.).

Sweevories merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam lini produk *pastry* dan *bakery*, menghadirkan pilihan makanan manis dan gurih asin kepada pelanggan. Salah satu spesialisasi Sweevories adalah *Burnt Cheesecake*. Proses pembuatan *Burnt Cheesecake* melibatkan pemanggangan pada suhu tinggi untuk menghasilkan lapisan luar yang gosong dengan mempertahankan tekstur dalam yang lembut. Keselarasan antara lapisan luar yang gosong dengan kelembutan bagian dalamnya menjadi daya tarik utama *Burnt Cheesecake* ini.

Sweevories sebagai pelaku usaha yang baru merintis di pertengahan tahun 2023 terus mempertahankan eksistensinya dengan mengembangkan inovasi produk dan kreativitas sebagai pelaku usaha. Sebagai pelaku usaha baru, membutuhkan bantuan dalam hal akses ke sumber daya, pengetahuan pasar, dan dukungan jaringan untuk mengatasi tantangan awal dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Penulis sebagai pelaku usaha dari bisnis Sweevories mengikuti program kerja magang di Skystar Ventures yang merupakan inkubator bisnis yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG).

Skystar Ventures memiliki fokus pada perusahaan rintisan tahap awal di berbagai sektor. Tujuannya adalah memberikan dukungan komprehensif kepada para pendiri usaha dengan menyediakan pendidikan, bimbingan praktis, serta fasilitas seperti ruang kerja bersama dan jaringan mentor. Programnya juga

melibatkan mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis melalui kerja magang. Skystar Ventures membantu memfasilitasi percepatan pertumbuhan bisnis dengan menyediakan akses ke sumber daya, pengetahuan pasar, dan dukungan jaringan.

1.2. Maksud dan Tujuan Magang

Wirausaha pemula memulai perjalanan bisnis dengan visi dan misi, serta semangat untuk menciptakan dan mengembangkan usaha yang dirintis. Hal tersebut akan berdampak pada sinergi antara pengusaha pemula dan inkubator bisnis, dengan saling mendukung dan mempercepat perkembangan usaha baru dalam lingkup yang mendukung dan kolaboratif. Skystar Ventures sebagai inkubator bisnis yang menunjang para pelaku usaha baru dalam berbagai aspek yang diharapkan dapat membantu para pendiri usaha dalam mengembangkan bisnis. Adapun maksud dan tujuan kerja magang untuk penulis sebagai berikut:

- 1) Memenuhi mata kuliah wajib yaitu program MBKM Track 1 sebagai syarat kelulusan Pendidikan Strata 1 Program Studi Manajemen.
- 2) Mendapatkan pengalaman praktis dalam lingkungan bisnis nyata dan profesional.
- 3) Membantu dalam mengembangkan keterampilan yang relevan dalam bisnis yang dibangun, baik *soft skill* maupun *hard skill*.
- 4) Mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang industri bisnis yang dijalankan, tren pasar, dan praktik dalam mengelola bisnis.
- 5) Membangun dan memperluas jaringan profesional yang kuat dengan para pelaku bisnis, mentor, dan rekan di dalam inkubator bisnis.
- 6) Meningkatkan kreativitas dan inovatif, hal ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan menemukan peluang baru dalam bisnis.
- 7) Pemahaman mengenai berbagai aspek bisnis, termasuk perencanaan strategis, pengembangan produk, manajemen operasional, dan strategi pemasaran.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan magang yang ditentukan Universitas Multimedia Nusantara yaitu selama 6 bulan dengan 640 jam kerja dari tanggal 29 Januari 2024 sampai dengan 31 Mei 2024. Pelaksanaan program kerja magang sebagai berikut:

Nama Perusahaan: Sweevories (Magang Skystar)

Alamat: Skystar Venture, Universitas Multimedia Nusantara, New Media Tower Lv.11 & 12, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15811.

Waktu Pelaksanaan: 29 Januari 2024 – 31 Mei 2024

Waktu Operasional: 08.00 – 17.00

Posisi Magang: *Chief Executive Officer* (CEO)

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang ditempuh oleh penulis dalam praktik kerja magang di Sweevories adalah sebagai berikut:

- a. Penulis mengikuti sosialisasi mengenai Skystar pada Kamis, 9 November 2023.
- b. Penulis mengisi form pendaftaran magang track 1 di Skystar
- c. Penulis diundang bergabung ke dalam Group Internship di WhatsApp “MBKM KWH 2024” dan akan memulai magang pada 29 Januari 2024
- d. Penulis mengikuti pelaksanaan *Kick Off* dan memperoleh surat penerimaan magang pada tanggal 1 Februari 2024
- e. Penulis mendaftarkan Skystar Ventures sebagai tempat magang penulis dan melakukan registrasi di website merdeka.umn.ac.id untuk memperoleh Form MBKM 01 dan Form MBKM 02

- f. Penulis mengisi *daily task* setiap harinya di website merdeka.umn.ac.id dari tanggal 29 Januari 2024 hingga 31 Mei 2024
- g. Penulis menyusun dan menulis laporan magang



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA