

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan proses berkelanjutan yang terdiri dari beberapa tahap penting dalam menciptakan, mengelola, dan mempertahankan usaha yang baru dimulai. Proses ini melibatkan perencanaan strategis, yang mencakup penanganan risiko untuk mencapai profitabilitas dan kesuksesan. Proses kewirausahaan mencakup serangkaian langkah penting, dimulai dengan mengidentifikasi potensi pasar yang potensial dan sampai dengan pengelolaan risiko yang tepat (Prahendratno, et al., 2023). Kunci utama dari kewirausahaan adalah pengembangan ide-ide inovatif, yang mendorong pengembangan solusi inovatif untuk memenuhi permintaan pasar yang ada. Hal ini membutuhkan strategi bisnis yang matang, termasuk perencanaan strategis, untuk menghadapi perubahan kondisi pasar. Kewirausahaan memerlukan implementasi tindakan yang sesuai untuk mewujudkan konsep bisnis, yang disertai dengan strategi penanganan risiko yang tepat untuk mengurangi dampak dari potensi hambatan atau risiko yang mungkin terjadi.

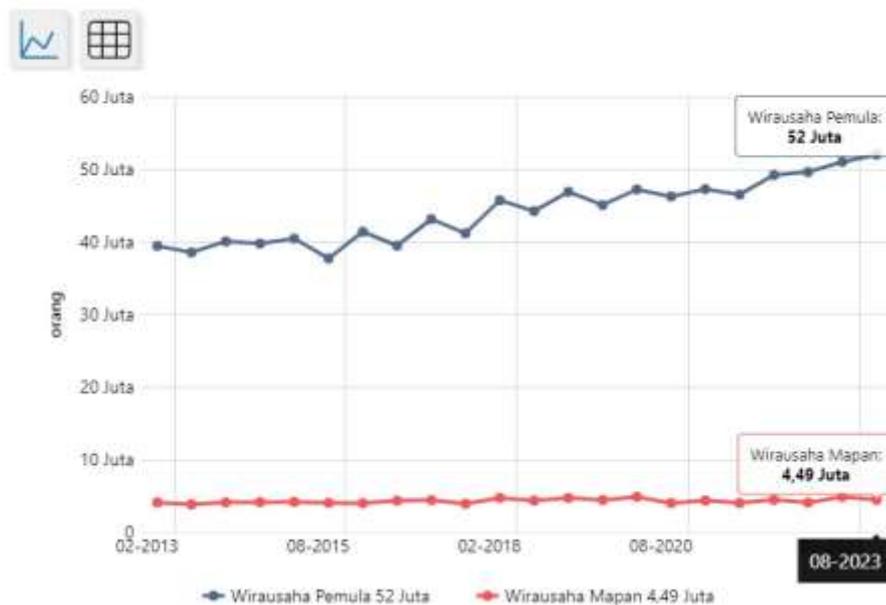
Kewirausahaan dapat diterapkan dalam banyak bagian, mulai dari mendirikan sebuah bisnis baru hingga dapat mengembangkan produk atau jasa yang inovatif. Kewirausahaan memiliki berbagai istilah dalam berbagai bahasa seperti *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, dan *ondernemen* dalam bahasa Belanda. Istilah "*entrepreneurship*" sendiri diambil dari kata "*entreprende*" dalam bahasa Prancis, yang memiliki pengertian orang yang berani mengambil risiko dan memulai sesuatu yang baru, atau yang disebut dengan inovasi. Penggunaan istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon 1755 dan semakin terkenal ketika ahli ekonomi J.B. Say menggunakannya pada tahun 1803 untuk menggambarkan para wirausahawan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan sumber daya ekonomi dari tingkat produktivitas yang lebih

rendah ke tingkat yang lebih tinggi, sehingga menghasilkan output yang lebih tinggi (Arisena, 2017).

Konsep kewirausahaan menurut para ahli merangkum prinsip - prinsip utama yang mendasari upaya - upaya pengembangan usaha. Menurut Peter Drucker, kewirausahaan merupakan usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk berinovasi, mengubah yang sudah ada, atau meningkatkan efisiensi dalam berbagai usaha. Sedangkan menurut Howard Stevenson, kewirausahaan berkaitan dengan penciptaan hal baru, perubahan dari hal-hal yang sudah ada, atau mengoptimalkan dari proses-proses yang ada. Selain itu, menurut Joseph Schumpeter, mendefinisikan kewirausahaan pada penciptaan hal baru secara terus-menerus, baik dalam bentuk produk baru, metode produksi, atau model bisnis (Yasmita & Nawawi, 2022). Pada dasarnya, semua definisi tersebut menekankan pada pengertian kewirausahaan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru, dan memberikan sesuatu yang berbeda melalui tahapan proses berpikir secara luas, memiliki kreatifitas, dan juga menciptakan peluang.

Kewirausahaan memberikan banyak manfaat bagi para wirausahawan dan berkontribusi secara signifikan terhadap upaya pembangunan bangsa. Kewirausahaan mendorong penciptaan lapangan kerja, sehingga mengurangi pengangguran dan membantu pertumbuhan ekonomi dengan mendorong pembangunan lingkungan, meningkatkan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, wirausaha juga memiliki peranan penting dalam menumbuhkan kesadaran akan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan, sehingga mendorong stabilitas dan keberlanjutan. Kewirausahaan juga menumbuhkan budaya kemandirian, disiplin, kejujuran, dan ketekunan di lingkungan karyawan, sehingga memberdayakan karyawan dengan menciptakan lingkungan yang harmonis, membina hubungan yang positif, dan mendorong praktik kepemimpinan yang efektif. untuk berkontribusi secara efektif terhadap kemajuan ekonomi (Alfianto, 2012).

Berdasarkan data per Agustus 2023 terdapat 52 juta orang wirausaha pemula di Indonesia. Angka yang didapat merupakan hasil dari akumulasi 32,2 juta orang yang membangun usaha individu, data selanjutnya diambil dari 19,8 juta orang yang membangun usaha dengan dibantu oleh karyawan tidak tetap, atau yang disebut sebagai wirausaha pemula. Kemudian wirausaha yang sudah mapan berjumlah 4,5 juta orang, yang memiliki arti wirausaha dibantu oleh karyawan tetap atau dibayar. Dengan demikian, pada Agustus 2023, rasio dari wirausaha pemula menyentuh angka 35,21%, dan rasio wirausaha mapan di angka 3,04% dari akumulasi angkatan kerja nasional. Jika dilihat dari dekade terakhir, periode Februari 2013 sampai Agustus 2023 jumlah pertumbuhan wirausaha pemula mengalami peningkatan sampai dengan 12,6 juta orang atau mengalami kenaikan 31,8%. Dalam periode yang sama, angka wirausaha mapan bertambah sekitar 360,9 ribu jiwa atau mengalami pertumbuhan sampai 8,7% (Ahdiat, 2023).



Gambar 1. 1 Jumlah Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kategori

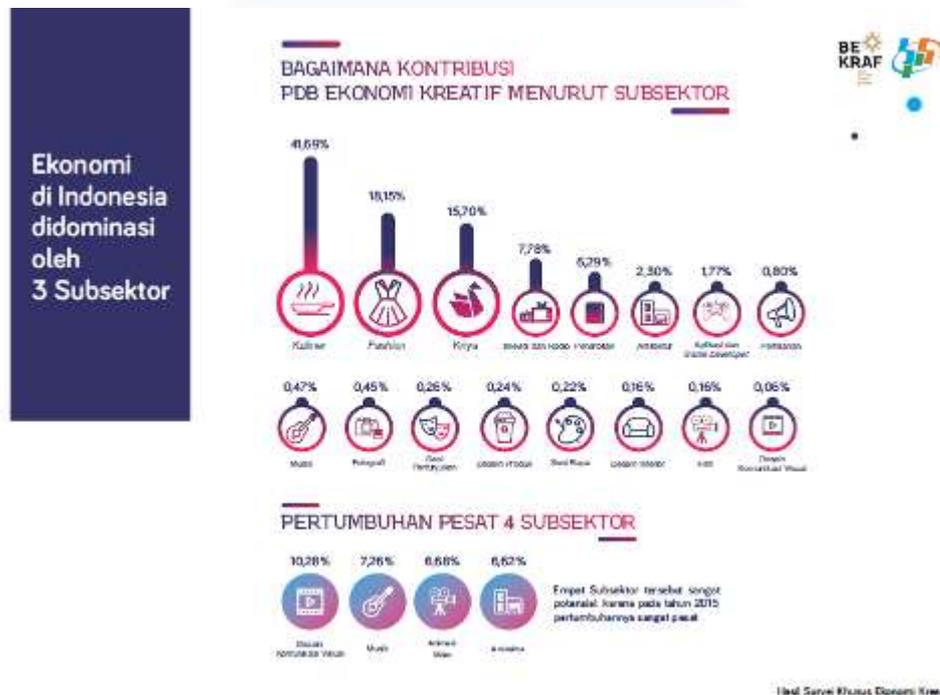
(Februari 2013-Agustus 2023)

Era globalisasi telah mendorong perkembangan dalam segala aspek kehidupan dengan pesat, terutama pada sektor bisnis. Bisnis merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh satu orang atau kelompok dengan menyediakan barang dan jasa untuk memperoleh profitabilitas, atau bisnis juga dapat diartikan sebagai penyediaan barang dan jasa dalam rangka menunjang kelancaran sistem perekonomian (Wijaya, Sunarsi, Cahyono, & Ariyanto, 2021). Persaingan di dunia bisnis saat ini sangat ketat, memaksa bisnis untuk terus beradaptasi dan berkembang. Hal ini berdampak bagi para pelaku usaha yang dituntut untuk berpikir inovatif agar dapat bersaing di pasar global yang dinamis. Hal tersebut dilakukan dengan cepat dan tanggap terhadap perubahan dan kemajuan teknologi, tidak hanya menggunakan cara atau sistem baru, namun juga memahami pentingnya kemampuan untuk mengintegrasikannya guna meningkatkan efisiensi, layanan, dan daya saing bisnis.

Globalisasi dan teknologi telah mendorong proses penyeleksian alamiah dalam dunia bisnis, sehingga memungkinkan yang paling kuatlah yang akan bertahan. Keberhasilan di pasar akan dicapai oleh perusahaan yang dapat beradaptasi dengan tuntutan lingkungan di era globalisasi saat ini, dengan menawarkan produk dan layanan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat. Pelaku usaha, industri, kota, dan bahkan negara harus mampu menemukan cara untuk menciptakan nilai yang dapat bersaing di pasar, menghasilkan barang dan jasa yang menarik bagi konsumen, karena situasi ini memaksa bisnis untuk terus mengantisipasi tren pasar untuk terus berkembang (Artaningsih, 2014).

Perkembangan dunia kuliner di Indonesia, terutama di sektor pastry, mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya pembahasan mengenai dunia kuliner di berbagai media cetak, televisi, dan media sosial, serta pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah mencatat bahwa sektor kuliner merupakan penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif. Pada tahun 2020, subsektor kuliner

menyumbang Rp 455,44 triliun, atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif yang mencapai Rp 1.134 triliun.



Gambar 1. 2 Penyumbang Terbesar terhadap Ekonomi Kreatif (Ekraf) di Indonesia.

Di era globalisasi, bisnis pastry and bakery berkembang melalui media sosial. Hal didukung oleh pernyataan dari *Vice President Indonesia Pastry Alliance*, yaitu Chef Tusyadi, yang menyebutkan bahwa media sosial mempermudah proses untuk memperoleh pengetahuan yang lebih luas dan aksesibilitas yang lebih mudah untuk produk pastry atau roti. Menurut Encyclopaedia Britannica, pastry mengacu pada jenis adonan yang memiliki konsistensi padat, terdiri dari campuran tepung, garam, sejumlah lemak, dan sedikit cairan (Tiofani & Aisyah, 2021). *Pastry*, merupakan salah satu jenis makanan yang membutuhkan tingkat kreativitas yang tinggi. Produk *pastry* tidak hanya mengutamakan kualitas rasa, tetapi juga mengedepankan sisi artistik dan kerapian tampilan makanan, sehingga dapat dinikmati oleh konsumen.

Pastry merupakan bagian yang berfokus pada pengolahan dan penataan hidangan jenis kue. Istilah ini digunakan sebagai sebutan umum untuk berbagai

adonan atau kulit *pastry* yang digunakan dalam membuat kue kering, diantaranya adalah pie Sedangkan *bakery* merupakan bagian dari *pastry* yang umumnya berhubungan dengan pembuatan roti, danish, bolu, dan jenis-jenis kue lainnya yang dihasilkan dari proses pemanggangan. *Bakery* diambil dari kata "bake" yang memiliki arti memanggang (Wu, 2022). *Pastry* dan *bakery* kerap dijadikan sebagai makanan penutup, dan makanan ringan yang diminati oleh setiap kalangan, terutama generasi Milenial dan Generasi Z. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan The Hershey Company, salah satu perusahaan yang memproduksi berbagai produk makanan terutama yang produk coklat, dan produk manisan yang berbahan dasar gula. Penelitian ini dilakukan dengan *Center for Generational Kinetics* untuk mengetahui ketertarikan masyarakat terhadap makanan manis, terutama generasi Milenial, dan Generasi Z.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa, sekitar 87 persen, mayoritas generasi Milenial dan Generasi Z, berpikir untuk menyantap hidangan penutup setidaknya sekali sehari, menyoroti daya tarik makanan manis yang begitu besar. Selain itu, hampir setengah, yaitu sebanyak 47 persen dari generasi Milenial dan Generasi Z memiliki restoran favorit yang mereka kunjungi secara khusus untuk menikmati hidangan penutup, hal ini menunjukkan pentingnya hidangan penutup dalam pengalaman makan mereka. Selain itu, acara-acara khusus juga memiliki keterkaitan dengan makanan penutup, sebanyak tiga dari empat orang percaya bahwa setiap perayaan atau acara membutuhkan makanan penutup yang istimewa, yang menggambarkan makna simbolis dari hidangan manis ini.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa minat terhadap hidangan penutup ini bahkan lebih menonjol di kalangan generasi muda. Sebagai contoh, setengah dari anggota Generasi Z mengungkapkan bahwa mereka rela melewatkan waktu makan hanya untuk menikmati hidangan penutup, hal ini menunjukkan bahwa mereka sangat menyukai makanan manis. Bagi Gen Z, hidangan penutup bukan hanya sekedar pilihan makanan, tetapi juga merupakan bagian penting dalam interaksi sosial, aktivitas media sosial, dan hubungan pribadi mereka. Makanan penutup sering ditampilkan dalam unggahan media sosial mereka, dibagikan saat

berkumpul dengan teman-teman, dan digunakan sebagai sarana untuk memperkuat ikatan sosial. Perubahan generasi ini menunjukkan bahwa makanan penutup memiliki tempat yang penting dan berpengaruh dalam kehidupan generasi muda, membentuk kebiasaan makan dan perilaku sosial mereka (Three ways to feed Gen Z and Millennials' dessert obsession).

Hasil temuan studi tersebut menunjukkan bahwa produk makanan penutup memiliki potensi pasar yang cukup besar, terutama di kalangan konsumen yang lebih muda. Hal ini menggambarkan peluang yang besar dalam membangun bisnis yang bergerak di bidang makanan penutup, dengan didukung oleh minat yang tinggi dari generasi muda. Sekitar setengah dari seluruh individu Gen Z menyatakan bahwa mereka melewatkan waktu makan demi menikmati makanan penutup, dan mengingat peran penting makanan penutup dalam interaksi sosial, aktivitas *online*, dan hubungan interpersonal mereka, menciptakan lingkungan yang tepat untuk pertumbuhan yang cepat dalam industri makanan penutup. Dengan menciptakan penawaran yang menarik dan memanfaatkan platform media sosial untuk upaya pemasaran dapat secara efektif dapat menarik perhatian generasi muda, sehingga dapat mendorong penjualan, dan mendorong ekspansi bisnis.

Sweevories merupakan bisnis yang bergerak dalam produk makanan penutup, dan makanan ringan yang memiliki fokus untuk menyediakan berbagai pilihan makanan manis maupun makanan gurih untuk pelanggan. Sweevories memiliki produk makanan penutup yaitu, *Mini Burnt Cheese Cake*. *Burnt cheesecake* adalah variasi yang berbeda dari *cheesecake* tradisional, dengan tampilan luarnya yang sedikit gosong, yang memberikan cita rasa yang khas dan menarik. Berlawanan dengan namanya, yaitu "gosong", kue ini pada dasarnya dibuat sampai matang, tetapi sengaja dipanggang dengan suhu tinggi untuk menghasilkan lapisan luar yang karamel dan sedikit gosong. Di dalamnya, *burnt cheesecake* memiliki tekstur yang creamy dan lembut dengan rasa keju yang sangat gurih dan manis.

Dalam proses membangun bisnis, Sweevories mengikuti program inkubasi untuk menemukan potensi dan peluang. Program Inkubasi ini diselenggarakan oleh, Skystar Ventures yang merupakan inkubator bisnis yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG). Skystar Ventures berfokus pada usaha rintisan yang masih dalam fase awal di semua sektor, yang bertujuan untuk memberikan dukungan komprehensif kepada para pendiri. Dukungan ini mencakup edukasi, bimbingan dan akses ke berbagai fasilitas seperti ruang kerja bersama dan jaringan mentor. Program ini juga mendorong para mahasiswa untuk mengembangkan ide bisnis melalui program magang, sehingga mereka dapat memperoleh pengalaman langsung. Skystar Ventures mendorong percepatan pertumbuhan bisnis dengan memberikan akses kepada perusahaan rintisan ke sumber daya potensial, pemahaman pasar, dan jaringan yang luas.

Program ini menyediakan sarana yang kuat untuk membangun pondasi bisnis yang kokoh dengan menawarkan kepada para pelaku bisnis akses ke sumber daya penting, bimbingan, dan jaringan yang diperlukan untuk merencanakan, membangun, dan mengembangkan usaha tersebut. Selama proses ini, para pelaku usaha terlibat dalam berbagai kegiatan, mulai dari menyempurnakan ide bisnis dan memvalidasi konsep produk atau layanan hingga membangun model bisnis yang berkelanjutan. Proses dinamis ini didorong oleh kegiatan uji coba, pembelajaran, dan pengembangan yang berkelanjutan, dengan setiap tahapan memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih mendalam tentang pasar dan kebutuhan pelanggan.

Selain itu, program inkubasi memfasilitasi kolaborasi dan saling berbagi pemikiran di antara para pelaku usaha. Melalui sesi mentoring, *workshop*, dan forum diskusi, para peserta dapat berbagi pengalaman, belajar dari kesuksesan dan kegagalan satu sama lain, serta membangun jaringan yang lebih luas dengan sesama rekan usaha dan para ahli di bidangnya. Melalui proses ini, fokus utama dari para pelaku usaha adalah mengembangkan produk atau layanan yang relevan dan berkelanjutan yang dapat memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang, dengan melakukan pengujian konsep, mengumpulkan umpan balik dari pelanggan

potensial, dan terus menyempurnakan, serta meningkatkan penawaran berdasarkan umpan balik tersebut.

Dengan dukungan program inkubasi, bisnis yang berada dalam tahap pengembangan memiliki peluang yang signifikan untuk tumbuh dan berkembang. Pelaku usaha mendapatkan akses ke sumber daya dan bimbingan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dan meraih peluang pasar. Melalui komitmen, kerja keras, dan semangat kolaboratif, bisnis-bisnis dalam tahap pengembangan memiliki posisi yang baik untuk mencapai kesuksesan dan mewujudkan potensi penuh.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pebisnis akan melakukan analisis yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan bisnis, seperti penentuan produk, pemilihan target pasar, uji kelayakan produk, struktur manajemen, serta perencanaan modal. Analisis ini membantu pengembangan bisnis yang baru dimulai dan bisnis yang sudah berjalan, dan dapat mendukung pertumbuhan perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Bisnis yang terorganisir dengan baik akan mendorong dan membantu dalam persaingan pasar. Dengan adanya kolaborasi antara bisnis startup dan inkubator bisnis akan memberikan dampak baik kepada pelaku bisnis dalam memperlancar perjalanan bisnis yang sedang dibangun. Sebagai inkubator bisnis, Skystar Ventures memberikan bantuan para pelaku bisnis untuk terus mengembangkan dan menerapkan bisnis sesuai visi misi startup. Penulis memiliki maksud dan tujuan magang dalam perusahaan sebagai berikut:

1. Mengikuti mata kuliah wajib dalam program MBKM Track 1 sebagai standar kelulusan Pendidikan Strata 1 Program Studi Manajemen.
2. Mengaplikasikan pengetahuan dan teori yang diperoleh selama kuliah ke dalam situasi kerja yang sesungguhnya.
3. Mendapatkan koneksi dengan pelaku bisnis dan mentor yang ada di dalam inkubator.

4. Memberikan latihan agar dapat berpikir kreatif, inovatif, dan kritis agar dapat memecahkan masalah dalam bisnis yang dijalankan.
5. Membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan keterampilan dalam bisnis yang sedang dijalankan, baik dari soft skill maupun hard skill.
6. Pemahaman berbagai sudut pandang menjadi *Chief Operating Officer* seperti, perencanaan bisnis, analisis kompetitor, dan pengawasan proses produksi.
7. Mendapatkan pengetahuan dari seorang profesional di bidangnya dalam hal mengembangkan bisnis, pengiriman barang produksi, dan pengadaan bahan baku.
8. Melatih kemampuan bisnis, bertanggung jawab atas pekerjaan, serta memahami sistem pekerjaan agar lebih baik dalam bentuk kerja sama tim.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu yang disediakan dari perusahaan Skyventure untuk melaksanakan program magang selama 3 bulan untuk menjalankan magang, total keseluruhan jam adalah 640 jam kerja. Runtutan program magang sebagai berikut:

Nama Perusahaan: Sweevories

Alamat/tempat: Jalan Scientia Boulevard Gading, Curug Sangereng, Serpong, Kabupaten Tangerang, Banten 15810

Waktu Pelaksanaan: 29 Januari 2024 sampai dengan 31 Mei 2024

Waktu Jam Operasional: Senin – Jum'at

Posisi Magang: *Chief Operating Officer (COO)*