

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman atau *food and beverage* (F&B) serta *lifestyle* merupakan industri yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia yang siap menghadapi era industri 4.0. Industri ini memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Produk Domestik Bruto (PDB) atau Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB), sektor industrinya telah mencapai Rp. 877,82 triliun pada periode Q2 2022. Nilai tersebut hasil persinya sudah mencapai di angka 17,84% dari total PDB yang nilainya Rp. 4,29 kuadriliun pada periode Q2 2022 (Kusnandar, 2022). Seiring dengan berjalannya waktu dalam berkembangnya gaya hidup *modern*, industri *F&B* di Indonesia juga mengalami perubahan dan inovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan. Konsumen kini semakin memperhatikan aspek kesehatan dan kebersihan dalam makanan dan minuman yang dikonsumsi.

Selain itu, teknologi juga menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan industri *F&B* di Indonesia. Beberapa perusahaan *F&B* telah menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi, mengembangkan layanan pengiriman makanan *online*, dan memperkenalkan produk-produk baru yang lebih inovatif. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan tahun 2021, konsumen Indonesia kerap memiliki gaya hidup dan kebutuhan bersosialisasi yang berubah dan terus berkembang (Keuangan, 2021). Perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan, *blockchain*, dan teknologi internet telah dimanfaatkan dalam pengembangan produk dan layanan di industri *lifestyle*. Selain itu, penggunaan teknologi juga memungkinkan perusahaan *lifestyle* untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi dalam operasional bisnis.

Dengan demikian, industri *F&B* dan *lifestyle* di Indonesia pada tahun 2023 melambat selma Q4 2023, dinyatakan dalam angka 7,9% yang sebelumnya di Q3 2023 masih menunjukkan di angka 10,9%. Itu sebabnya terdapat beberapa tantangan yang perlu dihadapi. Salah satu tantangan yang perlu dihadapi dengan adanya persaingan yang semakin padat dan ketat dari produk serta perusahaan dari negara-negara lain. Selain itu, perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi pertumbuhan industri *F&B* dan *lifestyle* di Indonesia yang seharusnya dapat diperbaiki dengan menggunakan beberapa cara yang memungkinkan dapat dilakukan oleh perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang dengan pesaing.

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan di bidang industri *Lifestyle* serta *Food and Beverage* yakni mengadakan sebuah *event* khusus atau *special event* agar menarik masyarakat untuk tetap loyal dengan perusahaan tersebut. Goldblatt (2013) mendefinisikan special events adalah suatu kegiatan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam empat hal penting: secara sensual, secara fisik, secara emosional, dan secara intelektual. Dampak akhir dari sebuah special event adalah pada pikiran seseorang. *Special event* di industri *lifestyle* memainkan peran yang penting dalam memperkenalkan, mempromosikan, dan menghadirkan produk dan layanan yang relevan dengan gaya hidup yang diinginkan oleh masyarakat. *Special event* mencakup berbagai acara seperti pameran, festival, konferensi, *workshop*, dan acara sosial lainnya yang berfokus pada aspek-aspek kehidupan sehari-hari seperti *fashion*, makanan, kesehatan, kecantikan, dan hiburan.

Beberapa *event* di industri *lifestyle* tidak hanya memberikan platform bagi merek-merek dan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan audiensnya, tetapi juga menjadi ajang untuk membangun kesadaran merek, menciptakan pengalaman yang tak terlupakan, dan membangun hubungan yang lebih kuat antara merek dan konsumen. Melalui *event-event* ini, konsumen memiliki kesempatan untuk merasakan dan mengenal lebih dekat produk, layanan, dan tren terbaru yang relevan dengan gaya hidup mereka.

Selain itu, *event* di industri *lifestyle* juga menjadi sumber inspirasi, informasi, dan hiburan bagi para pengunjungnya. Mereka dapat mengikuti tren terkini, mendapatkan wawasan dari para ahli dan praktisi industri, serta menikmati pertunjukan seni, pertunjukan musik, dan aktivitas interaktif lainnya yang diselenggarakan dalam *event* tersebut.

PT Aneka Bintang Gading (HW Group) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang restoran dan bar yang berdiri pertama kali pada tahun 2015. Berlokasi pertama kali di Jalan Boulevard Raya Blok QA5 No. 8, Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara, yang saat ini sudah tidak beroperasi lagi. Nama Holywings diberikan oleh Ivan Tanjaya selaku founder dari HW Group. Dengan diberikan nama Holywings. Ivan berharap Holywings dapat selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat dan juga dapat terus maju kedepannya. Nama Holywings muncul ketika bapak Ivan ingin membuka outlet pertamanya dan Beliau melihat ada restoran lain yang bernama Holycow yang setiap kali buka cabang di mana saja pasti selalu ramai dikunjungi masyarakat, sehingga bapak Ivan kemudian menamakan restorannya dengan nama Holywings yang diharapkan dapat disenangi dan selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat Indonesia.



Seiring berjalannya waktu dan adanya sebuah permasalahan, maka nama Holywings pun diubah menjadi berbagai nama dan juga dilakukan konsep *rebranding* di setiap outlet yang dimiliki oleh HW Group. HW Group merupakan perusahaan *lifestyle* dan food and beverage pertama di Indonesia yang menyediakan live music setiap harinya untuk memanjakan para pelanggan yang datang berkunjung, dan setiap bulannya secara bergantian HW group menampilkan live event yang dimana mengundang artis-artis terkenal Ibukota seperti, Ari Lasso, Bunga Citra Lestari, Raisa, Kahitna, Judika, Andmesh, dan masih banyak yang lainnya hingga artis mancanegara seperti, Christian Bautista, dan Clean Bandit untuk bernyanyi di outlet HW Group.

Perusahaan HW GROUP telah membuat banyak sekali *event* yang mendatangkan talent lokal hingga mancanegara. Namun, untuk menaikkan levelnya, HW GROUP membuat sebuah special event yang dinamakan “Holywings Sport Show” Holywings sportshow atau HW Sportshow adalah brand olahraga yang bernaung dibawah HW Group dan sekaligus promotor acara tinju yang saat ini memiliki acara tinju terbesar di Indonesia. HSS sendiri memiliki tujuan untuk menaikkan kualitas petinju-petinju yang ada di Indonesia terutama mereka yang memiliki bakat dan HSS hadir sebagai wadah bagi mereka yang ingin memulai karir di dunia Tinju.

Maka dari itu penulis ingin melaksanakan proses kerja magangnya di perusahaan HW GROUP untuk memahami lebih lanjut mengenai dunia *special event* dan bagaimana caranya untuk meningkatkan *awareness* untuk *event* tersebut serta perencanaan dan eksekusinya. Penulis ditempatkan di divisi *sport show department* dengan fokus pada perencanaan sebuah *event*, mulai dari pencarian talent, tanggal event dilakukan, target pasar dari sebuah event, hingga kebutuhan yang harus dipenuhi dalam event tersebut. Selain itu, penulis juga memiliki tujuan untuk mendapatkan pengalaman dan pemahaman yang lebih dalam mengenai peran sebagai seorang pelaksana dan perencana *event* dalam dunia kerja.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat maksud dan tujuan pelaksanaan kerja magang yang telah diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk mempersiapkan mahasiswa dan mahasiswi di dalam dunia kerja yang dikemas ke dalam program kerja magang yang diwajibkan sebagai syarat kelulusan. Kemudian, penulis juga memiliki tujuan magang yang lebih spesifik sebagai berikut,

1. Memahami aktivitas pelaksanaan *special event* mulai dari perencanaan hingga eksekusi dan evaluasi *event* tersebut.
2. Memahami bagaimana caranya mencari dan *mengelola talent* yang akan berkontribusi dalam *event* tersebut.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

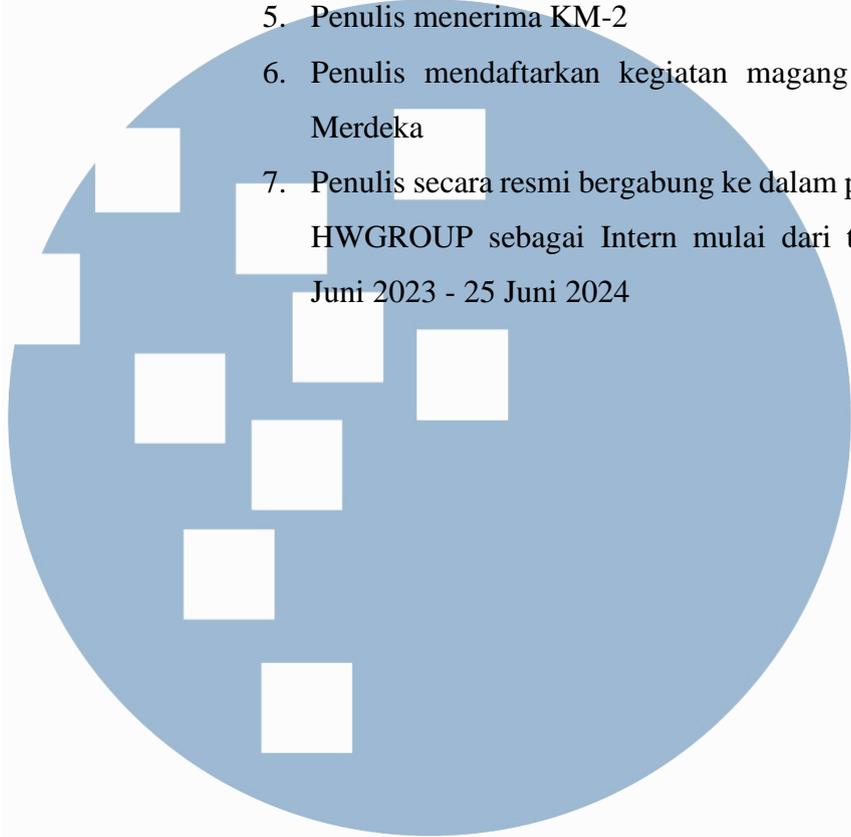
Program kerja magang track 2 yang dilakukan oleh penulis di PT Aneka Bintang Gading (HWG Group) berlokasi di HWG HQ2 Unit L02, The Breeze BSD, Jl. BSD Green Office Park, Sampora Cisauk, Tangerang Regency, Banten 15345. Program magang dipenuhi selama 800 jam kerja yang dimulai dari 25 Juni 2023 dan berakhir pada tanggal 25 Juni 2024. Aktivitas kerja dilakukan secara langsung di kantor. Waktu kerja magang dimulai dari pukul 8:00 WIB sampai 17:00 WIB.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat beberapa tahapan yang dilalui oleh penulis untuk sampai di tahap pelaksanaan kerja magang yakni sebagai berikut,

1. Penulis melanjutkan atau meneruskan kontrak magang dengan perusahaan HW Group
2. Penulis dipindahkan divisi dari divisi event ke divisi special event
3. Penulis melakukan pengisian KM-1 pada laman myUMN

4. Penulis melakukan pengisian KRS semester 7 untuk kegiatan “Internship Track 2”
5. Penulis menerima KM-2
6. Penulis mendaftarkan kegiatan magang di laman Merdeka
7. Penulis secara resmi bergabung ke dalam perusahaan HWGROUP sebagai Intern mulai dari tanggal 25 Juni 2023 - 25 Juni 2024



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA