

BAB I

PENDAHULUAN

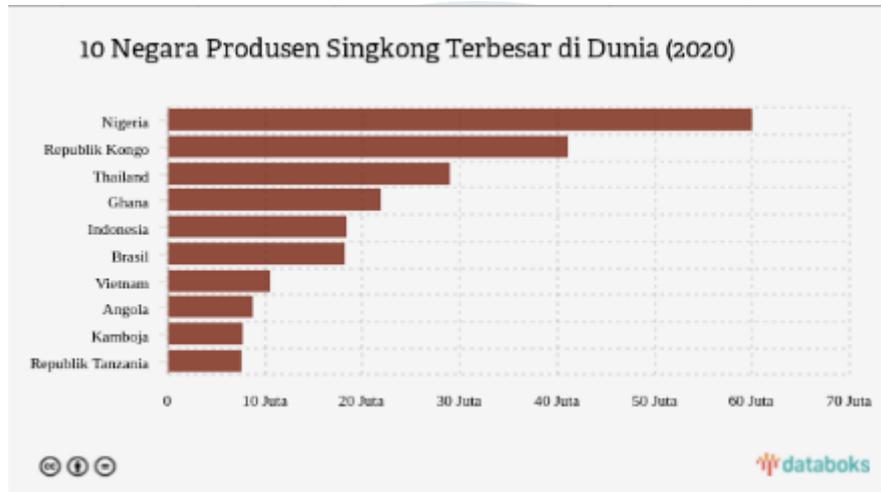
1.1. Latar Belakang

Singkong merupakan tanaman yang telah lama dikenal dan dibudidayakan di berbagai belahan dunia, khususnya di daerah tropis seperti Indonesia. Tanaman ini memiliki daya tahan yang luar biasa terhadap kondisi tanah yang kurang subur dan iklim yang kering, sehingga menjadikannya salah satu sumber pangan utama di banyak negara berkembang. Singkong juga dikenal dengan berbagai manfaatnya, seperti kandungan karbohidrat yang tinggi, serta serat dan vitamin yang baik untuk kesehatan. Selain itu, singkong juga memiliki potensi untuk diolah menjadi berbagai produk, mulai dari makanan hingga bahan baku industri.

Di Indonesia, singkong telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kebudayaan kuliner, dengan beragam olahan yang dapat dinikmati, seperti singkong goreng, keripik singkong, hingga tepung singkong yang digunakan dalam berbagai resep. Data menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi kelima sebagai salah satu produsen singkong terbesar di dunia, sehingga wajar bila singkong tak terpisahkan dari kebudayaan kuliner Indonesia.

Seiring dengan perkembangan tren makanan, singkong kini semakin mendapat perhatian sebagai bahan pangan yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Salah satu produk olahan singkong yang semakin digemari adalah stik singkong goreng. Camilan ini tidak hanya populer karena rasa yang enak, tetapi juga karena teksturnya yang unik, kombinasi tekstur yang *crispy* dan lembut tersebut memberikan sensasi camilan makan yang berbeda dan membuat stik singkong goreng semakin diminati oleh setiap kalangan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Grafik 1.1 10 Negara Produsen Singkong Terbesar di Dunia (2020)

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan sebagai bentuk implementasi pembelajaran praktis mahasiswa dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Melalui program magang ini, mahasiswa berkesempatan untuk terlibat langsung dalam proses bisnis dan operasional yang dijalankan oleh Skystar Ventures, khususnya pada pengembangan dan penjualan produk camilan Grombi. Magang ini juga memberikan ruang untuk memperluas wawasan dan pengalaman di bidang kewirausahaan serta manajemen bisnis berbasis produk lokal.

Tujuan utama dari kegiatan magang ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap alur kerja operasional, mulai dari proses produksi, pengemasan, pemasaran, hingga distribusi produk ke konsumen. Dengan terlibat dalam kegiatan tersebut, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan keterampilan manajerial, berpikir kritis, serta mampu memecahkan masalah secara langsung di lapangan.

Selain itu, magang ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan dan pengembangan *brand* Grombi, baik dari sisi operasional maupun pemasaran. Mahasiswa diharapkan mampu menyumbangkan ide, tenaga, dan keterampilan dalam berbagai aspek yang mendukung kelancaran

bisnis, termasuk strategi konten media sosial, analisis pasar, dan efisiensi produksi.

Melalui pengalaman magang ini, mahasiswa juga diharapkan dapat membangun etos kerja profesional, memahami pentingnya kerja tim, serta memperoleh gambaran nyata mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi dalam menjalankan sebuah bisnis rintisan. Dengan demikian, program magang ini menjadi wadah yang strategis dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja maupun merintis usaha secara mandiri di masa mendatang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja yang nyata kepada mahasiswa di luar lingkungan akademik. Magang ini dimulai pada tanggal **2 Januari 2025** dan berlangsung selama kurang lebih **empat bulan**, berlokasi di inkubator bisnis Skystar Ventures, Universitas Multimedia Nusantara. Dalam periode tersebut, penulis aktif terlibat dalam pengembangan bisnis produk Grombi, sebuah *brand* camilan inovatif berbahan dasar singkong dan ubi.

Periode Magang : 03 Februari 2025 s/d 30 Mei 2025

Jam Kerja : Pukul 08:00 - 17:00

Hari Kerja : Senin s/d Sabtu

Jabatan : *Chief Operating Officer*

Dalam menjalankan peran sebagai COO, penulis turut mengelola komunikasi lintas divisi, terutama dengan CEO, CMO, dan CPO, guna memastikan sinergi antara pengembangan produk, pemasaran, dan operasional berjalan optimal. Penulis juga mengambil bagian dalam evaluasi performa penjualan mingguan, pengaturan alur kerja produksi berdasarkan data permintaan pasar, serta ikut merancang sistem pencatatan inventaris dan perencanaan