

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Entrepreneurship atau kewirausahaan adalah bidang yang terus mengalami pertumbuhan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat, terutama generasi muda, untuk menciptakan solusi inovatif terhadap berbagai tantangan sosial dan ekonomi. Schumpeter (1934) berpendapat bahwa inovasi dan kewirausahaan merupakan faktor kunci dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan mendorong perubahan sosial. Perkembangan ekonomi dalam suatu masyarakat sangat bergantung pada kemampuan para wirausahawan dalam menciptakan inovasi. Menurut Andrew J. Dubrin (2008), *entrepreneur* didefinisikan sebagai seseorang yang mengambil inisiatif untuk membangun dan mengembangkan usaha yang bersifat inovatif.



Gambar 1.1 Statistik Jumlah Wirausaha Pemula di Indonesia
Sumber: goodstats.id

Hal ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan peningkatan jumlah wirausahawan pemula di Indonesia dari tahun ke tahun. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi

Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2024, jumlah wirausahawan di Indonesia mencapai sekitar 56,56 juta orang, dengan 51,55 juta merupakan wirausahawan pemula (91,14%) dan 5,01 juta lainnya adalah wirausahawan mapan (8,86%). Jumlah wirausahawan pemula terus meningkat dari 47,2 juta pada Februari 2020 menjadi 51,55 juta pada Februari 2024, mencerminkan minat yang semakin besar dalam berwirausaha. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor, seperti kemajuan teknologi, dukungan pemerintah, serta peran institusi pendidikan dan sektor swasta dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat. Tren ini berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lebih banyak peluang usaha, serta menciptakan lapangan kerja yang lebih luas di Indonesia.

Dalam upaya untuk mendorong pertumbuhan wirausaha muda, berbagai program dan inisiatif telah dikembangkan, termasuk program Wirausaha Merdeka (WMK) yang dibentuk oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia (Kemendikbudristek). Program ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan mereka melalui pengalaman langsung di dunia bisnis.

Salah satu mitra dalam program wirausaha ini adalah PT. Skystar Ventures, inkubator bisnis yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group. Skystar Ventures telah diakui sebagai inkubator terkemuka di Indonesia dan menyediakan ekosistem yang mendukung pengembangan start-up melalui bimbingan, mentoring, serta akses ke jaringan industri yang luas.

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 1.2 Logo Bisnis Grombi

Sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, penulis memutuskan untuk berpartisipasi dalam program Wirausaha Merdeka (WMK) dan menjalankan bisnis bernama Grombi. Grombi merupakan usaha di bidang *food and beverages* yang berfokus pada inovasi camilan berbasis umbi-umbian, terutama singkong. Usaha ini lahir dari permasalahan bahwa pasar camilan di Indonesia masih didominasi oleh olahan kentang, sementara inovasi terhadap produk berbasis singkong masih terbatas. Oleh karena itu, Grombi hadir untuk menawarkan alternatif camilan yang inovatif, lezat, dan sesuai dengan tren gaya hidup modern.

Melalui program magang di Skystar Ventures, penulis mendapatkan berbagai pengalaman dan wawasan dalam mengembangkan Grombi sebagai bisnis yang berkelanjutan. Program ini memberikan kesempatan untuk memvalidasi ide bisnis, melakukan riset pasar, serta mengasah strategi pemasaran dan operasional yang efektif. Dengan bimbingan mentor yang berpengalaman, penulis bersama tim berhasil meningkatkan daya saing Grombi melalui inovasi produk, penguatan branding, serta pengembangan strategi penjualan yang lebih efektif.

Keputusan untuk menjalankan bisnis Grombi serta magang di Skystar Ventures didorong oleh keinginan penulis untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan, memahami tantangan bisnis secara langsung, serta membangun

relasi dalam ekosistem start-up. Melalui program wirausaha ini, penulis tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis dalam mengelola bisnis, tetapi juga memahami pentingnya kreativitas, ketahanan, dan inovasi dalam mencapai keberhasilan di dunia kewirausahaan. Dengan demikian, pengalaman ini menjadi pondasi yang kuat dalam perjalanan karier penulis sebagai seorang entrepreneur di masa depan.

Dalam struktur organisasi internal Grombi, penulis mengambil peran sebagai *Chief Product Officer* (CPO), yang memiliki tanggung jawab utama dalam pengembangan produk, mulai dari proses ideasi, uji coba produk (trial and error), hingga validasi pasar. Posisi CPO memiliki peran strategis dalam memastikan produk yang dikembangkan tidak hanya memiliki cita rasa yang sesuai dengan preferensi konsumen, tetapi juga mampu mencerminkan nilai-nilai bisnis seperti inovasi, pemanfaatan bahan lokal yang alami, dan keunikan rasa.

Pengembangan produk merupakan elemen vital dalam bisnis makanan, terlebih dalam industri yang kompetitif seperti F&B (*Food and Beverages*), di mana preferensi konsumen berubah dengan cepat. Peran CPO dalam konteks usaha rintisan seperti Grombi sangat menentukan arah dan keberlanjutan bisnis, terutama dalam menghadirkan produk yang relevan dan berdaya saing. Dalam laporan ini, penulis akan membahas lebih lanjut bagaimana peran CPO diimplementasikan dalam proses pengembangan produk Grombi, tantangan yang dihadapi, strategi yang diterapkan, serta dampaknya terhadap pertumbuhan usaha.

Sejalan dengan pentingnya pengembangan produk, aspek manajemen produksi juga memegang peranan krusial dalam memastikan keberhasilan operasional bisnis. Dalam buku *Operations Management* (2022), Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. mendefinisikan manajemen produksi sebagai suatu proses pengelolaan yang sistematis terhadap seluruh aktivitas yang berkaitan dengan transformasi input, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan informasi menjadi *output* berupa produk atau layanan yang memiliki nilai tambah bagi konsumen. Selain itu, mereka menekankan bahwa fleksibilitas serta kemampuan

berinovasi dalam sistem produksi merupakan elemen krusial untuk merespons dinamika pasar yang terus berubah dan tidak menentu.

Manajemen produksi merupakan alat strategis yang berperan penting dalam memastikan setiap tahapan dalam rantai produksi berjalan secara efisien dan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Hal ini menekankan bahwa pemanfaatan teknologi modern sangat diperlukan untuk mendukung otomatisasi serta optimalisasi proses produksi, terutama di era digital yang menuntut kecepatan dan efisiensi operasional. Melalui pengelolaan proses produksi yang terstruktur, mulai dari perencanaan bahan baku, teknik pengolahan, hingga pengendalian kualitas, perusahaan dapat memastikan konsistensi mutu produk serta efisiensi biaya.

Dalam konteks usaha F&B, seperti Grombi, penerapan manajemen produksi sangat penting untuk menjaga standar rasa, tekstur, dan kebersihan produk olahan umbi-umbian yang ditawarkan. Dengan sistem produksi yang baik, Grombi dapat mengoptimalkan proses pengolahan singkong menjadi cemilan berkualitas, mempercepat waktu produksi, serta meminimalisir pemborosan bahan baku. Hal ini pada akhirnya mendukung peningkatan daya saing usaha di pasar yang dinamis dan semakin memperkuat posisi merek di benak konsumen.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam menjalankan praktik magang di Skystar Ventures, penulis bertujuan untuk mengembangkan bisnis yang sedang dirintis, yaitu Grombi, sebuah inovasi camilan berbasis umbi singkong yang diolah dengan cara kekinian. Program ini memberikan kesempatan untuk mengaplikasikan teori kewirausahaan dalam praktik nyata, mendapatkan wawasan industri, serta membangun jaringan bisnis yang lebih luas. Program magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis rintisan di bawah bimbingan mentor profesional serta ekosistem bisnis yang mendukung. Dengan adanya program ini, bisnis Grombi diharapkan dapat berkembang lebih matang

dalam aspek operasional, pemasaran, serta strategi bisnis. Berikut adalah beberapa tujuan dari kegiatan kerja magang:

1. Memenuhi syarat akademik sebagai mahasiswa Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengaplikasikan teori bisnis dan kewirausahaan yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, dan inovasi produk.
3. Menganalisis dan mengembangkan model bisnis Grombi agar lebih kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pasar, khususnya di segmen camilan berbasis umbi-umbian.
4. Mendapatkan bimbingan langsung dari mentor bisnis dalam menyusun strategi pertumbuhan, optimasi produksi, dan perencanaan keuangan yang berkelanjutan.
5. Mengasah keterampilan manajerial dan kepemimpinan, termasuk dalam pengambilan keputusan bisnis, manajemen tim, dan negosiasi dengan mitra atau investor.
6. Mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk Grombi melalui media sosial dan platform *e-commerce*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan program magang dengan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Berdasarkan prosedur tersebut, penulis mencari peluang magang di beberapa tempat dan menjalankan kegiatan magang sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures sebagai bagian dari program inkubasi bisnis berlangsung selama 640 jam atau 4 bulan, dimulai dari 3 Februari 2025 hingga 28 Mei 2025. Program ini dijalankan dengan jadwal kerja Senin hingga Jumat, dengan jam kerja mulai pukul 08.00 hingga

17.00 yang disesuaikan berdasarkan kebutuhan program inkubasi serta kegiatan bisnis yang dijalankan oleh tim. Selama periode magang, peserta akan menjalani berbagai aktivitas yang mencakup pengembangan produk, strategi pemasaran, serta evaluasi bisnis guna memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan *start-up* yang sedang dikembangkan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang penulis lalui terdiri dari beberapa tahap yang tersusun secara bertahap, yaitu sebagai berikut:

A. Tahap Pra-Magang

1. Melakukan sosialisasi dan mengikuti pembekalan terkait Magang MBKM Track 1. Pembekalan magang dibawakan oleh PT. Skystar Ventures, Program Studi Manajemen, dan Kemahasiswaan secara online melalui Zoom Meeting.
2. Melakukan registrasi ide bisnis pada website Skystar Ventures. Pada tahap ini, seluruh informasi terkait ide bisnis, mulai dari nama ide bisnis hingga deskripsi singkatnya, akan diserahkan kepada Skystar Ventures.
3. Menghadiri kegiatan *kick off* magang bersama Skystar pada minggu pertama awal Februari. Pada tahap ini, mahasiswa diinformasikan mengenai *timeline* yang akan dijalani, pembagian mentor Skystar, *dedicated mentor*, pengisian administrasi, seperti *daily task*, serta informasi mengenai perusahaan Skystar Ventures dan struktur organisasinya.

B. Kegiatan Magang

Melakukan pembagian peran divisi, tugas, dan tanggung jawab bagi setiap anggota kelompok selama periode magang berlangsung.

Penulis berperan sebagai *Chief Product Officer* (CPO) dalam proyek Grombi, di mana kegiatan magang berlangsung sejak 3 Februari 2024 hingga 28 Mei 2024, dengan total durasi 60 hari kerja dan 640 jam kerja. Pada tahap ini, penulis juga mencatat setiap tugas dan tanggung jawab yang dikerjakan ke dalam *daily*

task pada website merdeka.umn.ac.id selama proses magang. Secara spesifik, penulis mendokumentasikan aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan produk (*development product*) dalam proyek Grombi.

C. Pasca Magang

1. Melakukan penyusunan laporan magang. Dalam menyusun laporan magang, penulis memasukkan segala bentuk pembelajaran yang diberikan terhadap kegiatan magang yang dilakukan.
2. Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing terkait. Pada tahap ini, bimbingan yang dilakukan terhadap laporan magang akan dibantu oleh dosen pembimbing
3. Melakukan sidang magang terkait magang yang dilakukan, dan akan dievaluasi untuk membuktikan bahwa penulis benar melakukan kegiatan magang.

