BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Entrepreneur adalah seseorang yang mempunyai ide bisnis lalu menciptakan, mengembangkan, serta mengambil risiko untuk usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan tanpa batas. Seorang *entrepreneur* menciptakan suatu bisnis dari masalah yang ada lalu memberikan Solusi terhadap masalah yang terjadi sehingga mampu membuka peluang usaha baru. Entrepreneur sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara, karena dengan banyaknya *entrepreneur* akan menciptakan peluang-peluang pekerjaan baru bagi orang yang masih kesulitan dalam mencari hal tersebut (Fahmi, 2013).

Saat ini Indonesia sangat membutuhkan keberadaan *entrepreneur* yang cukup banyak untuk mengembangkan perekonomian negara. Hal ini sesuai dengan dengan target pemerintah Indonesia untuk pengusaha khususnya pengusaha muda adalah meningkatkan rasio kewirausahaan menjadi 3,95% dengan target kewirausahaan baru 4%. Tingkat persentase tersebut masih sangat jauh jika dibandingkan dengan Cina dan Amerika Serikat. Mengingat pentingnya pencapaian tersebut, masyarakat Indonesia perlu menyadari bahwa kewirausahaan sangat penting dan bagaimana melakukannya dalam kehidupan sehari-hari (Waluyo, 2024).

Menurut Robbins & Coulter (2005), kewirausahaan adalah proses mencari peluang usaha dan menciptakan sesuatu yang baru dengan inovasi yang terencana atau terorganisir, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini sejalan dengan pandangan Harvey Leibenstein (1968) yang menyatakan bahwa kewirausahaan mencakup berbagai kegiatan yang diperlukan untuk mendirikan dan mengembangkan perusahaan pada saat pasar belum terbentuk atau komponen fungsinya belum sepenuhnya teridentifikasi. Berdasarkan pemahaman tersebut, penulis menyadari bahwa kewirausahaan memiliki peran yang sangat besar dalam pengembangan diri sendiri serta perekonomian negara.

Pola pikir penulis yang cenderung untuk menjadi pencipta lapangan pekerjaan, bukan pencari pekerjaan, mendorong penulis untuk memilih jalur sebagai seorang *entrepreneur*. Secara keseluruhan, kewirausahaan dapat disimpulkan sebagai upaya untuk menciptakan peluang bisnis dengan inovasi dan kreativitas dalam menghadapi tantangan pasar yang belum terbentuk sepenuhnya, serta memiliki karakteristik utama seperti keberanian mengambil risiko, kreativitas, serta kemampuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada.

Maka dari itu untuk mendukung tujuan penulis menjadi *entrepreneur,* penulis sebagai mahasiswa Manajemen UMN Angkatan 2022 memilih untuk mengambil peminatan *entrepreneurship* pada semester 5. Penulis juga mengikuti program Wirausaha Merdeka (WMK) pada 2024 dan setelah menyelesaikan program WMK 2024 mahasiswa yang lulus diwajibkan untuk menjalankan program MBKM Entrepreneurship Skystar Ventures yang dimana mereka bekerja pada startup yang telah dibangun selama program WMK.

PT Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis yang terlahir dari hasil kerjasama antara Universitas Multimedia Nusantara dan Kompas Gramedia Group, yang telah menetapkan reputasi tinggi sebagai salah satu inkubator di Indonesia. Skystar Ventures memiliki peran untuk membantu dan mendukung mahasiswa dalam pengembangan ide dari usaha mereka dengan program workshop ataupun mentoring yang diberikan. Skystar Ventures juga menjadi tempat untuk memperluas koneksi dengan berbagai pihak yang bersangkutan. Maka dari itu program Skystar Ventures ini sangat mendukung dalam peningkatan rasio kewirausahaan yang ada di Indonesia.

Penulis melalui PT Skystar Ventures berusaha untuk mewujudkan salah satu pencapaian untuk menjadi *entrepreneur*. Penulis melihat adanya peluang yang dapat membantu UMKM di Indonesia untuk mendapatkan *exposure* di kalangan masyarakat lainnya. Meskipun belum mencapai target pemerintah, UMKM di Indonesia sudah sangat banyak. Jumlah UMKM di Indonesia sudah mencapai 66 juta dan tersebar di berbagai sektor**,** banyak UMKM

memperkenalkan produk mereka melalui social media dan *ecommerce* tetapi hal itu tidak cukup untuk mengembangkan usaha mereka. Karena pembeli tidak cukup dengan hanya melihat produk secara digital, pembeli merasa harus melihat secara langsung produk dengan tujuan untuk bisa percaya dan yakin untuk membelinya. Oleh karena itu UMKM seringkali mengikuti acara bazaar dengan memenuhi keinginan pembeli. Akan tetapi informasi mengenai kegiatan bazaar masih sangat minim dan menjadi masalah bagi para UMKM untuk mengikuti acara bazaar.

Oleh karena itu Penulis berusaha untuk menjawab permasalahan para UMKM yang kesulitan mencari tahu tentang event bazaar yang sedang berlangsung dengan cara membuat platform digital yang bernama Bazzarku sebagai penengah antara EO Bazaar dan UMKM untuk menemukan satu sama lain. Bazzarku merupakan platform digital berbasis website dengan fitur-fitur pencari bazaar, rental barang- barang kebutuhan tenant, dan iklan event bazaar yang sedang berlangsung.

Gambar 1.1 Website Bazzarku

Penulis melihat peluang yang besar pada Bazzarku untuk bisa sukses, karena banyaknya event bazaar yang terjadi pada tahun 2024 dan jumlah UMKM yang terus bertambah. Penulis juga mendapatkan informasi dari UMKM bahwa mereka kesulitan mencari bazaar yang tepat untuk mengembangkan usaha mereka, karena banyak kejadian merugikan kepada pihak UMKM yang dilakukan

oleh EO event bazaar seperti contohnya yaitu event bazaar SHOPPING FESTIVE TELKOM LANDMARK TOWER yang diselenggarakan oleh EO BazaarJakarta.id, EO tersebut merugikan puluhan UMKM yang sudah mendaftar sebagai tenant dikarenakan adanya pengunduran secara terus menerus terhadap acara bazar yang diselenggarakan dan ditemukan informasi bahwa EO tersebut belum menekan kerja sama kepada pihak yang bersangkutan mengenai tanggal ketetapan acara (Novalia, 2023). Hal tersebutlah yang membuat penulis untuk yakin untuk membangun Bazzarku sebagai platform yang bisa diandalkan oleh UMKM dan EO Bazaar. Maka dari itu penulis memutuskan untuk mengikuti program yang diselenggarakan oleh Skystars Ventures untuk membantu dalam proses penyempurnaan mulai dari *market validation*, analisis *SWOT*, *prototyping, market opportunity, empathize map*, dan membuat BMC serta berinteraksi kepada calon pelanggan untuk meyakinkan jika Bazzarku mempunyai potensi tinggi untuk berkembang.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Keikutsertaan dalam program MBKM *Entrepreneurship* Skystar Ventures ini memiliki tujuan untuk bisa mendapatkan pengalaman berharga yang mendukung dalam kewirausahaan serta perkembangan pribadi dan profesional peserta magang. Maka dari itu setiap kegiatan MBKM Entrepreneurship Skystar Ventures dirancang untuk mencapai berbagai tujuan yaitu :

1) Memiliki pola pikir, konsep, dan terminologi pada kewirausahaan. Dengan penyampaian materi dan pengalaman yang diberikan, penulis diharapkan mampu mendapatkan wawasan yang lebih mendalam terhadap mendirikan suatu bisnis.
2) Mampu mengidentifikasi masalah dan menjadikan masalah tersebut sebagai Solusi untuk diubah menjadi bisnis yang memiliki peluang besar untuk bisa tumbuh dan berkembang.
3) Mengembangkan model bisnis kewirausahaan serta mampu mempresentasikannya kepada investor secara profesional.

4) Memahami lebih dalam tentang pengelolaan strategi pemasaran yang tepat dalam Bazzarku untuk mencapai pasar lebih luas sehingga mampu meningkatkan *brand awareness*.
5) Memahami tren pasar lebih dalam dan memanfaatkan peluang dengan cerdas untuk bisa bersaing dengan competitor
6) Mendalami strategi teknologi yang digunakan dalam pemasaran untuk bisa menciptakan *campaign* yang bisa diterima oleh pasar
7) Tujuan akhir dari kegiatan magang ini yaitu untuk bisa mendapatkan daya Tarik dan meningkatkan penjualan dalam Bazzarku sehingga bisa terus bertahan dan berkembang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang dilakukan sesuai dengan panduan Magang MBKM Track 1 dan arahan yang diberikan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan magang ini berlangsung dari tanggal 3 februari hingga 28 mei 2025. Aktivitas magang ini mencakup total 80 hari kerja dengan total 640 jam kerja yang dilakukan dengan *supervisor*, dan kemudian dilanjutkan dengan 207 jam kerja bersama *advisor*. Pada periode tersebut, Penulis yang menjabat sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* melaksanakan kegiatan magang selama 8 jam dan dimulai dari jam 08.00 hingga 18.00 pada hari Senin sampai Sabtu.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang harus dijalankan oleh penulis, sebagai berikut:

1) Penulis mengikuti sosialisasi terhadap pelaksanaan program MBKM *Track* 1 dan pengarahan yang diberikan oleh Skystar Ventures yang diadakan via online melalui Zoom Meeting. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi dan pemahaman secara mendalam

mengenai program MBKM Track 1 agar dapat memudahkan dalam menjalani kegiatan magang.

2) Pada tahap selanjutnya merupakan proses seleksi ide bisnis yang dilakukan dengan cara mengisi formulir pendaftaran. Hal ini penting untuk menjadi Langkah awal dalam mempersiapkan bisnis untuk program magang. Proses ini terdiri dari pengisian data pribadi dan menjelaskan secara rinci mengenai proyek bisnis.
3) Ketika sudah melewati proses seleksi, setiap peserta akan mendapatkan *Letter of Acceptance (LoA).* Lalu Langkah selanjutnya setiap kelompok akan mendapatkan dosen pembimbing yang sesuai dengan ide bisnis tersebut. hal ini bertujuan untuk membantu penulis mendapatkan arahan yang baik untuk mengembangkan bisnis mereka. Kegiatan ini berjalan setiap 2 kali dalam sebulan.
4) Michelle Greysianti dan Hoky Nanda, yang bertanggung jawab langsung terhadap penugasan dan informasi terkait. Pembimbing tersebut akan selalu membantu dalam pemberian informasi dalam menjalani suatu bisnis.
5) Selama aktivitas magang berlangsung, penulis bekerja sebagai *Chief Marketting Officer (CMO)* pada bisnis Bazzarku untuk membantu dalam proses pemasaran dan pengembangan proyek bisnis Bazzarku