

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Program magang merupakan salah satu bagian dari kurikulum yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata bagi mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja. Melalui program ini, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilannya, memahami industri tertentu, dan juga dapat menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik bisnis yang sesungguhnya. Penelitian oleh Nuraeni et al. (2024) menunjukkan bahwa pengalaman magang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kesiapan kerja *fresh graduates*, meningkatkan kepercayaan diri, dan kompetensi mereka dalam menghadapi tantangan dunia kerja. Pengalaman magang secara langsung di dunia kerja dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap praktik industri dan ikut mendukung kesiapan dalam memasuki dunia profesional (Pambajeng et al., 2023). Selain itu, kesiapan kerja seseorang juga dipengaruhi oleh kombinasi antara pengalaman lapangan selama magang dan keterampilan non-teknis atau *soft skills* yang mereka miliki. Maka, melalui program kerja magang ini, penulis juga berupaya untuk meningkatkan keterampilannya, terutama di bidang *marketing*.

Dalam rangka memenuhi program magang, penulis memilih Skystar Ventures sebagai tempat pelaksanaan magang. Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis yang berfokus pada pengembangan *startup* melalui *mentoring*, *networking*, dan berbagai program pendukung lainnya. Melalui bimbingan dari Skystar Ventures, penulis dan tim dapat mengembangkan bisnisnya, memperoleh wawasan bisnis yang lebih luas, memperkuat strategi pemasaran, meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan penjualan, serta meningkatkan daya saing bisnis di pasar. Penelitian oleh Sari et al. (2023) mengatakan bahwa inkubator bisnis di Indonesia memiliki peran dalam meningkatkan kinerja organisasi usaha mikro melalui program pendampingan yang terstruktur. Maka, melalui bimbingan dari Skystar Ventures, *startup* yang sedang dibangun oleh penulis dan tim dapat

mengembangkan bisnisnya, memperoleh wawasan bisnis yang lebih luas, memperkuat strategi pemasaran, meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan penjualan, serta meningkatkan daya saing bisnis di pasar.

Menurut Sudaryono (2022), pemasaran (*marketing*) tidak hanya mengenai penjualan produk, tetapi juga tentang membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan agar bisnis dapat memperoleh laba maksimal. Dalam konteks FITNFULL, pemasaran bertujuan untuk membangun *brand awareness*, menarik pelanggan potensial, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Selama program magang ini, penulis berperan sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) di FITNFULL, sebuah bisnis yang sedang dikembangkan di bawah naungan *Skystar Ventures*. FITNFULL adalah *startup* di bidang kuliner yang menawarkan produk makanan bergizi, khususnya menu sarapan yang tinggi protein dan serat serta praktis untuk dikonsumsi oleh masyarakat dengan gaya hidup sibuk.

Dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya, penulis menerapkan teori koordinasi. Husin (2022) pada jurnalnya menyatakan bahwa koordinasi formal dan pola interaksi yang jelas dapat mendukung efektivitas struktur organisasi dan melancarkan proses organisasi. Pada FITNFULL, koordinasi yang dijalankan yaitu koordinasi antar tim internal, koordinasi antara tim dengan *mentor*, dan koordinasi antara tim dan *supervisor*. Koordinasi ini dilakukan untuk membahas dan menjalankan strategi pemasaran, operasional, keuangan, dan lainnya. Koordinasi yang banyak dilakukan oleh penulis sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) FITNFULL yaitu koordinasi dengan CEO dan COO mengenai strategi pemasaran, strategi meningkatkan *brand awareness*, serta pembuatan konten poster dan video.

Semua kegiatan ini dilakukan oleh penulis dalam strategi pengembangan FITNFULL melalui penerapan *digital marketing*. *Digital marketing* sendiri adalah salah satu pendekatan utama bagi sebuah bisnis untuk memperkenalkan produknya secara luas dengan biaya promosi yang lebih efisien (Amalia et al., 2023). Sementara itu, penulis juga menggunakan strategi pemasaran 4P. Menurut

Taufikurrohman (2023), penerapan strategi pemasaran 4P yang dilakukan dengan efektif dapat meningkatkan kinerja pemasaran pada usaha kecil dan menengah. Maka, untuk mendukung strategi pemasaran FITNFULL, penulis menerapkan konsep *Marketing Mix* (4P) yang mencakup empat elemen utama:

- **Product** (Produk): FITNFULL menawarkan produk sarapan bergizi dengan nilai tambah berupa kandungan protein dan serat yang tinggi serta kemudahan konsumsi.
- **Price** (Harga): Produk-produk FITNFULL dijual dengan harga yang terjangkau sesuai dengan *budget* mahasiswa dan pekerja.
- **Place** (Tempat): Produk FITNFULL dijual secara *online* melalui media sosial dan secara langsung (*offline*).
- **Promotion** (Promosi): Strategi pemasaran FITNFULL yaitu menggunakan *digital promotion* karena penjualan dan promosi untuk meningkatkan kesadaran merek dilakukan melalui akun media sosial FITNFULL.

## 1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

PT Skystar Ventures memiliki tujuan untuk mendorong mahasiswa dalam mengembangkan wawasan kewirausahaan serta meningkatkan keterampilan pribadi dan profesional. Oleh karena itu, program magang di PT Skystar Ventures dirancang untuk mencapai beberapa tujuan utama, yaitu:

- Memahami pola pikir dan konsep dalam kewirausahaan. Melalui pengalaman praktik langsung, penulis diharapkan dapat memperoleh pemahaman mendalam mengenai berbagai aspek dalam membangun dan mengelola bisnis.
- Mengidentifikasi permasalahan di pasar dan mengubahnya menjadi solusi bisnis yang inovatif. Dengan demikian, penulis dapat mengasah

kemampuan analisis serta menciptakan peluang usaha yang relevan dengan kebutuhan industri.

- Mengembangkan ide bisnis yang berkelanjutan serta memiliki potensi untuk bersaing dalam pasar. Magang ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk melatih kreativitas dalam menciptakan produk atau layanan yang bernilai jual tinggi.
- Merancang dan menyusun model bisnis yang dapat dipresentasikan secara profesional kepada calon investor atau mitra bisnis.
- Mengoptimalkan strategi pemasaran *digital* untuk meningkatkan penjualan, jangkauan pasar, dan *brand awareness* FITNFULL, khususnya melalui kampanye pemasaran yang relevan dengan target konsumen.
- Meningkatkan traction dan penjualan FITNFULL sebagai langkah awal dalam membangun citra merek yang kuat serta mendukung pertumbuhan bisnis ke depannya.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Program magang ini dilaksanakan berdasarkan panduan Magang MBKM Track 1 dan arahan dari Program Studi Manajemen. Program kerja magang ini dimulai dari 3 Februari 2025 hingga 30 Mei 2025 dengan total durasi 80 hari kerja atau 640 jam dengan *supervisor* dan 270 jam dengan dengan *advisor*.

Berikut adalah waktu pelaksanaan magang dengan *supervisor* dan *advisor*:

1. Periode : 30 Februari 2025 hingga 30 Mei 2025
2. Jam Kerja dengan *supervisor*: Pukul 08:00 - 17:00
3. Jam Kerja dengan *advisor*: Pukul 17:30 - 23:30
4. Hari Kerja : Senin hingga Sabtu (tidak termasuk lembur)

5. Tempat : Skystar Venture
6. Posisi Jabatan : *Chief Marketing Officer (CMO)*

### **1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **A. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

1. Penulis mengikuti sosialisasi dan pembekalan program kewirausahaan yang diadakan oleh PT Skystar Ventures, Program Studi Manajemen, dan Kemahasiswaan melalui *Zoom Meeting*. Dalam sesi ini, penulis mendapatkan informasi lebih lanjut tentang program Magang MBKM Track 1.
2. Setelah sosialisasi, penulis mengisi formulir pendaftaran proyek bisnis di website MBKM. Dalam formulir ini, tidak hanya data pribadi yang dimasukkan, tetapi juga penjelasan detail tentang konsep bisnis yang diajukan. Tujuannya adalah agar pihak penyelenggara dapat memahami potensi bisnis tersebut.
3. Setelah pengisian formulir, setiap proyek bisnis yang telah mendaftar di website MBKM akan mendapatkan dosen pembimbing dan *mentor* khusus dari Skystar Ventures. Hal ini bertujuan agar peserta magang mendapatkan bimbingan yang terarah dalam mengembangkan bisnisnya. Dengan pendampingan ini, penulis dapat lebih siap menghadapi tantangan dan peluang bisnis kedepannya.
4. Selama magang, Ibu Michelle Greysianti Mutak dan Bapak Hoky Nanda dari Skystar Ventures menjadi pembimbing yang memberikan arahan serta informasi penting terkait pengelolaan bisnis. Mereka membantu penulis dalam memahami dinamika menjalankan bisnis di dunia nyata.
5. Dalam program magang ini, penulis berperan sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* di PT Skystar Ventures untuk mengembangkan proyek bisnis FITNFULL.

6. Pada masa magang ini, penulis dan tim FITNFULL juga diberikan *dedicated mentor* oleh Skystar Ventures. *Mentor* yang diberikan yaitu Ibu Novita Rizky yang membimbing dalam pengembangan bisnis ini

#### **B. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang**

1. Laporan praktik kerja magang dibuat di bawah bimbingan langsung dari dosen pembimbing (*Advisor*), Ibu Purnamaningsih. Bimbingan dilakukan secara *online* agar lebih fleksibel dan mudah diakses oleh mahasiswa.
2. Setelah laporan selesai dibuat, penulis mengajukannya kepada kepala program studi manajemen untuk mendapatkan persetujuan. Proses ini penting untuk memastikan bahwa laporan telah sesuai dengan standar akademik dan tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan.
3. Setelah mendapatkan persetujuan, laporan praktik kerja magang dikumpulkan secara resmi melalui platform Merdeka UMN. Langkah ini merupakan bagian dari persiapan sidang, di mana penulis akan mempresentasikan pengalaman serta hasil yang diperoleh selama program magang.

