

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* dapat dipahami sebagai usaha individu dalam merintis, menciptakan, dan mengelola sebuah bisnis dengan tujuan meraih keuntungan. Seorang *entrepreneur* tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif dan nilai tambah terhadap orang lain melalui inovasi, kreativitas, dan solusi yang ditawarkan dalam menciptakan suatu hal yang berbeda. *Entrepreneur* dikenal dengan keberaniannya dalam mengambil resiko, kemampuan menghadapi tantangan, serta cara menemukan peluang dalam berbagai tantangan yang terjadi. Generasi muda yang memiliki ide kreatif dan inovatif memiliki kesempatan yang luas untuk menjadi seorang pengusaha. Seorang *entrepreneur* juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Meskipun memiliki banyak tantangan, namun dengan mental seorang pengusaha yang pantang menyerah akan menjadi kunci utama untuk meraih kesuksesan.

Menurut Siswanto Sudomo (1989), *entrepreneurship* adalah kemampuan seorang wirausahawan yang memiliki semangat kerja keras, berusaha dengan segala upaya, serta berani mengambil resiko untuk mewujudkan idenya. Robin (1997) menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah suatu tahapan yang dijalani oleh individu untuk mengejar peluang yang ada dengan tujuan memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan melakukan inovasi, tanpa memperhatikan sumber daya yang ada.

Food and Beverage atau yang lebih sering dikenal sebagai F&B merupakan industri yang menyediakan makanan dan minuman untuk dikonsumsi. Bisnis F&B seringkali kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Ini meliputi berbagai macam bisnis, mulai dari restoran dan kafe hingga layanan makanan di hotel. Industri ini memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari karena merupakan kebutuhan dasar manusia untuk makanan dan minuman. F&B di era modern bukan hanya tentang menyajikan makanan dan minuman yang lezat,

melainkan juga harus beradaptasi mengikuti perubahan tren serta memahami keinginan konsumen yang semakin beragam. Terdapat banyak peluang bisnis yang bisa di kembangkan dalam sektor F&B, mengingat semakin banyak permintaan terhadap makanan dan minuman dalam perubahan tren. Namun, keberhasilan dalam bisnis F&B tidak hanya didasarkan pada keterampilan dalam mengolah makanan dan minuman, tetapi juga kemampuan dalam mengelola bisnis serta pemahaman pasar.

Minat masyarakat terhadap industri makanan dan minuman (F&B) terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Gapmmi (Gabungan Produsen Makanan dan Minuman Indonesia) memperkirakan bahwa industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2024, dengan pertumbuhan yang diperkirakan mencapai 5,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Tahun 2024 menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap makanan dan minuman (F&B) meningkat pesat, yang membuka peluang besar bagi industri ini di tahun 2025. Tren F&B di tahun 2025 diprediksi akan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah perubahan gaya hidup.

Salah satu perubahan gaya hidup itu adalah masyarakat semakin sadar akan kesehatannya dan pentingnya gaya hidup yang sehat. Hal ini membuat meningkatnya permintaan terhadap makanan dan minuman sehat. Tren ini akan mendorong industri F&B untuk berinovasi dalam menciptakan produk-produk yang memenuhi kebutuhan konsumen. Menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan berkesan juga menjadi tren saat ini dan memiliki minat yang tinggi terhadap masyarakat. Hal ini akan mendorong industri F&B untuk menciptakan produk-produk yang unik dan inovatif.

Sarapan di pagi hari penting karena merupakan sumber energi untuk melakukan aktivitas berat dan memulai hari dengan baik. Sarapan dapat membantu dalam meningkatkan fungsi otak sehingga dapat berkonsentrasi dan fokus. Sebaliknya, apabila tidak sarapan tentunya akan mudah lapar sehingga dapat mengganggu aktivitas yang sedang dilakukan dan mempengaruhi mood menjadi buruk. Kebiasaan tidak sarapan juga dapat menimbulkan berbagai penyakit seperti, asam lambung, maag, bahkan GERD. Menurut data dari laman

Kemenkes, sebanyak 31,2% orang dewasa tidak memiliki kebiasaan untuk sarapan pagi. Kebiasaan tidak sarapan pagi tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, namun juga pada anak-anak dan remaja. Berdasarkan hasil penelitian Pakar Gizi dan Pangan Indonesia, mengungkapkan bahwa sebanyak 60% anak di Indonesia tidak memiliki kebiasaan untuk sarapan. Pakar gizi dari Universitas Gadjah Mada mengingatkan masyarakat tentang pentingnya sarapan pagi. Mereka menekankan bahwa kebiasaan melewatkan sarapan tidak hanya berdampak negatif pada tubuh dan otak dalam jangka pendek, tetapi juga dapat memicu risiko kesehatan yang lebih serius di masa depan. Banyak orang yang mengabaikan sarapan pagi dengan alasan terburu-buru atau waktu yang terbatas. Selain tidak memiliki waktu yang cukup untuk sarapan, alasan lainnya adalah karena malas menyiapkan sarapan. Kebanyakan orang yang melewatkan sarapan pagi membutuhkan makanan yang praktis dan cepat untuk dikonsumsi serta mudah dibawa kemana saja.

Dalam upaya menyempurnakan ide bisnisnya, penulis memutuskan untuk berpartisipasi dalam program Wirausaha Merdeka (WMK) yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara. WMK atau Wirausaha Merdeka adalah program dari pemerintah yang bertujuan membantu memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bisnis mereka sebagai calon wirausahawan. Mahasiswa diberikan fasilitas seperti, mentor dan pembimbing yang berpengalaman, yang dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan bisnis mereka secara optimal dan mempersiapkan diri untuk terjun ke dunia bisnis. Penulis memutuskan bergabung dalam program Wirausaha Merdeka (WMK) dengan tujuan untuk mengenal dunia bisnis lebih dalam serta mendapatkan bimbingan dari para ahli yang berpengalaman. Melalui program ini, penulis mendapatkan wawasan serta bimbingan dalam mengembangkan ide bisnis dan mengarahkannya ke arah yang lebih terstruktur.

Dari program WMK, penulis mendirikan bisnis yang bernama GoBall. GoBall merupakan *riceball* yang dikemas dalam bentuk bulat sehingga memudahkan kita mengkonsumsinya dimana saja dan kapan saja. GoBall diambil dari dua kata berbahasa Inggris, yaitu “Go” yang berarti pergi “Ball” yang berarti

bulat dan memiliki tagline “*One Hap That’s All*” yang mencerminkan makanan praktis sekali lahap. GoBall menginovasikan produknya melalui makanan-makanan berat menjadi dalam satu bulatan yang praktis dan memiliki 3 varian rasa, yaitu *Chicken Rendang*, *Salmon Mentai*, dan *Chicken Teriyaki*. Hal ini berawal mula dari permasalahan penulis dan anggota tim yang jarang sarapan karena sering terburu-buru dan membutuhkan makanan praktis. Oleh karena itu, penulis dan anggota tim melakukan proses *emphatize map* hingga *ideation* karena menyadari masih banyak orang yang memiliki permasalahan serupa. Sehingga, GoBall terinspirasi dari kebiasaan banyak orang yang sering melewatkan sarapan karena keterbatasan waktu dan kesibukan di pagi hari. Tetapi tetap membutuhkan makanan yang praktis, banyak varian rasa, mudah dikonsumsi, mengenyangkan serta bergizi. Dalam pengetahuan yang diterima selama program WMK, penulis mampu mengembangkan GoBall sebagai bisnis yang tidak hanya menarik dari segi produk, tetapi juga memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

GoBall berada dibawah naungan Skystar Ventures yang merupakan sebuah inkubator bisnis yang didirikan oleh UMN (Universitas Multimedia Nusantara) dan didukung oleh Kompas Gramedia Group. Pada tahun 2016, Kemenristekdikti telah menetapkan Skystar Ventures sebagai inkubator terbaik yang mendukung ekosistem *startup* di Indonesia. Penulis dan anggota tim mendapatkan banyak wawasan dari mentor profesional yang sudah berpengalaman di bidangnya dari Skystar Ventures. Dengan adanya dukungan dan bimbingan dari Skystar Ventures, GoBall dapat mengembangkan idenya serta memanfaatkan fasilitas yang tersedia untuk mendorong pertumbuhan bisnis GoBall sebagai *startup*. Inkubator ini berperan dalam membantu GoBall menciptakan inovasi serta membangun brand yang lebih dikenal oleh masyarakat.

Sebagai bisnis yang baru berkembang, meningkatkan *brand awareness* menjadi langkah awal agar GoBall dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Penulis memiliki peran sebagai CMO atau *Chief Marketing Officer* dalam pemanfaatan media sosial untuk pemasaran bisnis GoBall. Dengan strategi pemasaran yang tepat melalui media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok*, diharapkan GoBall dapat

membangun *image* yang kuat serta dapat menarik perhatian konsumen. Melalui citra *brand* yang menarik, GoBall dapat tertanam pada benak masyarakat sebagai pilihan utama ketika mencari makanan praktis dengan berbagai varian rasa dan mudah dikonsumsi serta dibawa kemana saja. Penulis berharap agar GoBall dapat semakin berkembang dan berkelanjutan dengan memanfaatkan dukungan serta fasilitas dari Skystar Ventures.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Salah satu syarat kelulusan untuk memenuhi kewajiban akademis dan mendapatkan gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara adalah dengan mengikuti program kerja magang. Penulis dan anggota tim magang berharap untuk mendapatkan pengalaman kerja yang nyata serta dapat mengembangkan keterampilan yang dapat mendukung karir setelah lulus dari studi di PT Skystar Ventures. Adapun tujuan kerja magang penulis di perusahaan Skystar Ventures untuk mencapai beberapa hal, diantaranya:

1. Memperoleh pengetahuan tentang dunia bisnis lebih dalam melalui bimbingan para mentor profesional yang berpengalaman di bidangnya. Dengan adanya bimbingan ini, penulis dapat mengembangkan bisnisnya lebih efektif dan terstruktur.
2. Menyempurnakan ide bisnis yang inovatif dari permasalahan yang ada, penulis belajar mengidentifikasi masalah dan mengubahnya menjadi solusi bisnis yang bermanfaat bagi masyarakat.
3. Membuat strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok* untuk meningkatkan *brand awareness* GoBall agar dapat lebih dikenal masyarakat.
4. Belajar mengelola bisnis serta memperkuat keterampilan dalam mengatur strategi pemasaran, keuangan, dan operasional untuk mendapatkan pengalaman yang dapat mendukung karir di masa depan.
5. Membangun *image* GoBall yang kuat agar dapat tertanam di benak masyarakat sebagai produk makanan yang praktis.

6. Mengetahui cara yang efektif dalam menghasilkan dan meningkatkan *revenue* melalui strategi pemasaran digital untuk keberlanjutan bisnis.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang dilakukan berdasarkan panduan Magang MBKM Track 1 serta mengikuti arahan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Program magang ini berlangsung dari tanggal 3 Februari hingga 28 Mei 2025. Penulis mengikuti kegiatan magang dengan durasi selama 640 jam kerja dengan *supervisor* atau setara dengan 80 hari dan 207 jam kerja dengan *advisor* atau dosen pembimbing magang. Selama periode tersebut, penulis bertugas sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* dan melaksanakan kegiatan praktik magang ini selama 8 jam mulai dari jam 08.00 hingga 18.00 setiap harinya dari hari Senin sampai Sabtu.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang diikuti oleh penulis, sebagai berikut:

1. Penulis ikut serta dalam Sosialisasi Program MBKM Track 1 dan pembekalan terkait kewirausahaan yang diadakan oleh PT Skystar Ventures secara online melalui Zoom Meeting. Sosialisasi ini dilakukan agar penulis mendapatkan pemahaman lebih mendalam terkait informasi Program MBKM Track 1, sehingga dapat menjalani magang dengan lebih terarah dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Tahap berikutnya, penulis dan anggota tim mengikuti proses pendaftaran dan seleksi ide bisnis melalui tautan yang disediakan oleh PT Skystar Ventures dalam program MBKM Track 1. Pada

tahap ini, penulis tidak hanya diminta untuk mengisi data pribadi, namun juga menjelaskan terkait ide bisnis yang akan penulis dan anggota tim jalani yang mencakup konsep bisnis, tujuan, target market, serta solusi yang diberikan. Hal ini dilakukan agar ide bisnis yang diajukan oleh penulis dapat dipahami oleh penyelenggara program.

3. Setelah melewati proses seleksi proposal kewirausahaan, setiap peserta yang lolos akan mendapatkan *Letter of Acceptance (LoA)* dari Program Studi Manajemen. Surat penerimaan ini menjadi bukti bahwa peserta lolos dan diterima dalam program magang MBKM Track 1 dan berhak untuk lanjut ke tahap berikut. Setiap kelompok akan mendapatkan pembimbing lapangan dari PT Skystar Ventures yang bertugas untuk memberikan bimbingan, informasi serta arahan yang diperlukan selama menjalani program. Proses bimbingan ini berlangsung setiap 2 kali dalam sebulan.
4. Dalam upaya mengembangkan bisnisnya lebih optimal, setiap kelompok juga difasilitasi mentor profesional dari luar yang sudah berpengalaman dalam bidangnya. Dengan adanya mentor, penulis mendapatkan wawasan lebih luas mengenai dunia bisnis.
5. Penulis dan anggota tim menghadiri acara *Kick Off* yang diadakan sebagai tahap awal memulai kegiatan magang. Selain itu, penulis juga mengikuti *workshop* yang diadakan baik secara sinkron maupun asinkron. Dalam kegiatan *workshop* ini, penulis mendapatkan banyak wawasan dari materi yang disampaikan serta tugas yang diberikan.
6. Selama proses magang berlangsung, penulis bekerja sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* pada bisnis GoBall yang berperan dalam pengelolaan media sosial, pemasaran digital, serta meningkatkan *brand awareness* produk.