

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat, semakin banyak orang mulai berupaya menambahkan buah-buahan dalam pola makan mereka secara rutin. Namun, kebiasaan ini seringkali terhambat oleh berbagai faktor. Banyak individu merasa malas atau tidak memiliki waktu untuk menyiapkan buah secara manual, seperti mengupas atau memotongnya terlebih dahulu. Di sisi lain, konsumen juga cenderung menganggap bahwa makanan organik memiliki rasa yang lebih enak dan kandungan gizi yang lebih baik dibandingkan produk biasa. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa berbagai faktor eksternal turut memengaruhi motivasi konsumen dalam mengonsumsi makanan organik (Smith & Paladino, 2010).

Meskipun permintaan terhadap buah dan produk berbasis buah semakin tinggi, tidak semua orang mampu mengonsumsinya secara teratur. Beberapa kendala utama yang sering dihadapi adalah kurangnya waktu untuk mengolah buah, keterbatasan dalam penyimpanan, serta sulitnya menemukan produk yang benar-benar sehat dan rendah gula. Di pasaran, sebagian besar minuman buah mengandung gula tambahan atau bahan pengawet yang pada akhirnya mengurangi manfaat kesehatannya (Setyowati et al., 2022).

Selain itu, bagi individu yang fokus pada kesehatan atau tengah menjalani program penurunan berat badan, sering kali kesulitan menemukan produk berbasis buah yang tidak hanya rendah kalori tetapi juga tinggi nilai gizi. Pilihan produk di pasaran kerap kali mengandung gula berlebih atau bahan tambahan yang mengurangi nilai kesehatannya. Akibatnya, konsumen dihadapkan pada dilema antara mengutamakan manfaat kesehatan atau memilih rasa yang memuaskan. Idealnya, kedua aspek tersebut dapat dihadirkan dalam satu produk yang praktis dan berkualitas.

Adapun mayoritas masyarakat Indonesia masih memiliki kebiasaan mengonsumsi makanan dan minuman manis dalam frekuensi yang cukup tinggi. Gambar 1.1 menunjukkan persentase frekuensi warga Indonesia dalam mengonsumsi makanan dan minuman manis.



Gambar 1.1 Bukti Persentase Konsumsi Minuman Manis Harian di Indonesia

Sumber: Katadata.co.id, 2023

Berdasarkan Survei Kesehatan Indonesia (SKI) oleh Kementerian Kesehatan, sekitar 56,2% responden mengonsumsi makanan manis sebanyak 1 hingga 6 kali dalam seminggu, dan 33,7% lainnya mengonsumsinya lebih dari satu kali per hari. Sementara itu, hanya 10,1% yang tergolong jarang mengonsumsi makanan manis. Adapun makanan manis yang dimaksud meliputi produk-produk tinggi gula dan cenderung lengket.

Bahkan konsumsi minuman manis justru lebih tinggi. Sebanyak 47,7% responden mengonsumsi minuman manis lebih dari sekali sehari, dan 43,3% lainnya mengonsumsinya 1–6 kali per minggu. Minuman seperti teh manis dan minuman kemasan yang tinggi gula menjadi penyumbang utama. Hal ini sangat memprihatinkan, mengingat konsumsi gula berlebih secara terus-menerus dapat menyebabkan resistensi insulin, yang meningkatkan risiko diabetes dan hipertensi.

Menurut Dr. Eva Susanti dari Kementerian Kesehatan, masyarakat perlu membatasi asupan gula maksimal 50 gram per hari, sesuai anjuran WHO.

Masalah ini semakin kompleks bagi individu dengan kebutuhan khusus, seperti penderita diabetes atau mereka yang menjalani diet rendah kalori. Hasil survei dari Kementerian Kesehatan pada 2023 menyatakan bahwa 62% masyarakat Indonesia ingin mengurangi konsumsi gula, namun masih sulit menemukan produk yang sehat dan tetap nikmat. Kebanyakan produk masih bergantung pada rasa manis buatan agar tetap enak dikonsumsi.

Berdasarkan kondisi tersebut, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) turut memperlihatkan besarnya peluang bisnis di sektor makanan dan minuman.



Gambar 1.2 Bukti Kontribusi Industri Makanan dan Minuman terhadap PDB

Sumber: Indonesia.go.id, 2024

Pada tahun 2023, industri ini menyumbang 6,55% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan 39,10% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas. Angka ini menunjukkan bahwa sektor ini tidak hanya memiliki potensi ekonomi besar, tetapi juga ruang inovasi untuk produk-produk sehat yang bisa menjawab tantangan konsumsi masyarakat modern.

Beberapa merek sudah berhasil menjawab kebutuhan ini melalui inovasi produknya. Salah satunya adalah *Boost Juice*, sebuah toko jus asal Australia yang telah berekspansi ke berbagai negara. Brand ini menawarkan jus segar tanpa gula

maupun pengawet, sehingga menjadi pilihan utama bagi konsumen yang ingin mendapatkan manfaat buah tanpa mengkhawatirkan kandungan gula berlebih (Johnson & Smith, 2021).

Di Indonesia, brand seperti *Re.juve* dan *Jus Kode* menjadi pemain dominan di industri minuman sehat. *Re.juve* dikenal melalui konsep *cold-pressed juice*, yaitu metode ekstraksi tanpa panas sehingga kandungan enzim dan nutrisi tetap terjaga. Produk mereka juga menggunakan bahan baku organik dan tanpa tambahan gula maupun pengawet (Rahmawati & Putra, 2020). Sementara itu, *Jus Kode* hadir dengan konsep “Jus Jumbo” yang memberikan porsi lebih besar dengan harga terjangkau, sebagai strategi nilai tambah bagi pelanggan (Putri & Santoso, 2021).

Melihat dari berbagai permasalahan tersebut, penulis terinspirasi untuk menciptakan solusi melalui sebuah bisnis yang tidak hanya menawarkan produk sehat dan lezat, tetapi juga praktis. Ketertarikan penulis di dunia bisnis telah tumbuh sejak lama dan akhirnya dikembangkan lebih lanjut melalui peminatan *entrepreneurship* atau kewirausahaan. Maulidiyan (2024) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan kunci dalam menciptakan peluang usaha yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Kesempatan mengikuti program Wirausaha Merdeka UMN 2024 dimanfaatkan penulis untuk mengembangkan ide bisnis yang kemudian diwujudkan dalam bentuk brand bernama “*Dolce Dicha*”.

Program magang merupakan salah satu bagian penting dalam dunia pendidikan yang bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa mengenai lingkungan kerja profesional. Dalam era persaingan global, mahasiswa dituntut untuk memiliki keterampilan praktis yang dapat menunjang kesiapan mereka dalam memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, Universitas Multimedia Nusantara bekerja sama dengan berbagai perusahaan dan organisasi untuk memberikan kesempatan magang kepada mahasiswa.

Dengan adanya program Magang, mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengidentifikasi permasalahan konsumen, menggali peluang pasar, dan menciptakan solusi nyata melalui produk atau jasa yang relevan. Maka dari itu,

penulis berinisiatif membuat bisnis berbasis minuman sehat dari buah-buahan yang disebut sebagai “*Dolce Dicha*”, dengan harapan dapat membuka peluang pasar baru yang menjanjikan, sekaligus menjadi solusi atas kebutuhan konsumen yang menginginkan makanan dan minuman sehat yang praktis, lezat, dan menyenangkan. Melalui upaya ini, penulis juga berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pola konsumsi masyarakat yang lebih sehat, dan penulis telah membangun merek atau nama *brand* yang kuat sesuai visi dan misi yang akan berkelanjutan di pasar makanan dan minuman sehat.

Sebagai bagian dari program MBKM Magang, penulis memilih *Skystar Ventures* Universitas Multimedia Nusantara sebagai tempat magang. *Skystar Ventures* merupakan inkubator bisnis yang mendukung *startup* untuk berkembang melalui bimbingan dan akses ke ekosistem kewirausahaan yang luas. Magang di *Skystar Ventures* memberikan penulis kesempatan untuk terlibat langsung dalam lingkungan yang dinamis dan inovatif. Selama program ini, penulis mendapatkan pengalaman dalam mengelola pengembangan bisnis, strategi pemasaran, serta manajemen operasional yang relevan dengan dunia *startup*. Dengan demikian, penulis dapat memperdalam pemahaman tentang kewirausahaan serta menerapkan ilmu yang telah penulis pelajari dalam pengembangan bisnis *Dolce Dicha* agar lebih kompetitif di pasar.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Skystar Ventures adalah inkubator bisnis yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan *Kompas Gramedia Group*. Tujuannya adalah untuk mengembangkan *startup* tahap awal di berbagai bidang, seperti teknologi, *e-commerce*, pendidikan, dan gaya hidup sehat. Dengan akreditasi Kelas A dari Kementerian Koperasi dan UKM RI, *Skystar Ventures* menawarkan program inkubasi selama enam bulan yang memberikan bimbingan langsung dari mentor-mentor bisnis dan peluang untuk mengembangkan bisnis mereka sendiri. *Skystar Ventures* tidak hanya berfungsi sebagai inkubator tetapi juga sebagai tempat kerja kolaboratif di mana pengusaha muda dapat berbagi ide, bekerja sama, dan

membangun bisnis mereka dalam lingkungan yang mendukung inovasi dan kemajuan.

Sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN), penulis mendapatkan kesempatan untuk magang di perusahaan *Skystar Ventures* dan merasakan langsung bagaimana ekosistem inkubasi ini membantu *startup* bertumbuh. Melalui program magang ini, penulis tidak hanya belajar bagaimana inkubator bisnis bekerja, tetapi juga memahami strategi pengembangan *startup*, mulai dari validasi ide, pengelolaan keuangan, hingga strategi pemasaran digital. Penulis memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan mentor, *founder startup* lain, serta profesional di berbagai bidang yang memberikan wawasan tentang tantangan nyata dalam dunia bisnis. Pengalaman ini memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana sebuah *startup* bisa berkembang melalui program inkubasi yang tepat. Namun, magang ini bukan hanya sekadar pembelajaran bagi penulis sebagai mahasiswa. Penulis juga memiliki peran ganda di sini dan lain bukan hanya sebagai peserta magang, tetapi juga sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* dari *Dolce Dicha*, *brand* minuman sehat berbasis buah yang sedang penulis kembangkan. *Skystar Ventures* menjadi tempat ideal bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang dipelajari langsung ke dalam bisnis *Dolce Dicha*.

Sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* *Dolce Dicha*, penulis bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi bisnis, memastikan operasional berjalan secara efisien, serta mengarahkan pengembangan produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Penulis mengelola berbagai aspek bisnis, mulai dari perencanaan produk, pemilihan bahan berkualitas, hingga strategi pemasaran yang menarik dan efektif. Melalui bimbingan bersama para mentor di perusahaan *Skystar Ventures*, penulis mendapatkan wawasan tentang bagaimana membangun brand yang kuat, mengoptimalkan rantai pasokan, serta mengembangkan strategi ekspansi yang lebih terstruktur.

Dolce Dicha hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang ingin mengonsumsi minuman sehat berbasis buah yang praktis, lezat, dan tetap bergizi. Penuli

menyadari bahwa di industri ini, tantangan terbesar adalah bagaimana menciptakan produk yang sehat tetapi tetap memiliki rasa yang disukai oleh banyak orang. Oleh karena itu, penulis memanfaatkan ilmu yang ia dapatkan selama magang untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, membangun relasi dengan mitra bisnis, serta mengelola operasional secara lebih efisien agar *Dolce Dicha* bisa bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Salah satu keuntungan terbesar dari magang di Perusahaan *Skystar Ventures* adalah akses ke jejaring profesional yang luas, di mana penulis bisa bertemu dengan *startup* lain, berdiskusi dengan investor, dan mendapatkan insight langsung dari para pelaku bisnis sukses. Hal ini sangat membantu sang penulis dalam merancang strategi ekspansi untuk *Dolce Dicha*, baik dalam aspek pemasaran, operasional, maupun pendanaan. Penulis juga mendapatkan kesempatan untuk menghadiri berbagai *workshop* dan *networking session* yang memberikan wawasan tambahan mengenai bagaimana membangun bisnis yang dapat berkembang dalam jangka panjang.

Magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dalam mengelola bisnis *Dolce Dicha* serta meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Adapun tujuan spesifik dari kerja magang ini yang dilakukan oleh penulis di Perusahaan *Skystar Ventures* adalah sebagai berikut:

- 1) Memahami strategi pemasaran yang efektif dalam industri makanan sehat.
- 2) Mengembangkan inovasi produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.
- 3) Memperluas jaringan bisnis dan peluang kolaborasi dengan pihak lain.
- 4) Mengoptimalkan manajemen operasional dan produksi untuk meningkatkan efisiensi bisnis.
- 5) Mengevaluasi potensi pengembangan skala bisnis agar dapat terus berkelanjutan.
- 6) Mengasah keterampilan kepemimpinan dan manajemen dalam mengelola tim bisnis.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalani kerja magang sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* di perusahaan Dolce Dicha pada inkubator bisnis *Skystar Ventures*, yang berlokasi di Universitas Multimedia Nusantara, New Media Tower, Jl. Scientia Boulevard, Summarecon Gading Serpong, Tangerang, Banten, Indonesia. Magang ini merupakan bagian dari upaya pengembangan bisnis *Dolce Dicha* melalui program inkubasi yang diselenggarakan oleh *Skystar Ventures*. Selama periode magang, penulis mengikuti serangkaian kegiatan yang dirancang untuk memperdalam pemahaman tentang strategi pengembangan *startup*, termasuk validasi model bisnis, pemasaran digital, manajemen operasional, seperti dibawah ini:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1.1 Periode Magang

- 1) Magang di *Skystar Ventures*, Universitas Multimedia Nusantara dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai dari tanggal 3 Februari 2025 - 30 Mei 2025. Dalam periode ini, penulis menjalani berbagai tugas yang berkaitan dengan pengembangan bisnis, manajemen operasional, dan strategi pemasaran untuk bisnis Dolce Dicha.
- 2) Total durasi magang adalah 640 jam.
- 3) Magang dilaksanakan selama 8 jam sehari dari hari Senin – Jum'at.
- 4) Pada hari Sabtu, magang dilaksanakan selama 5-8 jam.
- 5) Hari Minggu merupakan hari libur.

1.3.1.2 Jam Kerja

- 1) Jam kerja harian dari hari Senin - Jumat adalah dari pukul 08:00 - 17:00.
- 2) Jam kerja pada hari Sabtu adalah dari pukul 08:00 - 14:00.
- 3) Jam istirahat harian dari hari Senin - Jumat adalah dari pukul 12:00 - 13:00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.2.1 Persiapan dan Pendaftaran

- 1) Mahasiswa mengajukan pendaftaran magang melalui *website online* yaitu <http://merdeka.umn.ac.id>
- 2) Persyaratan pendaftaran meliputi nama lengkap, nomor induk mahasiswa, alamat tempat tinggal, nomor hp, surat pengantar dari universitas, nama perusahaan tempat magang, dan dokumen pendukung lainnya.
- 3) Setelah proses seleksi, mahasiswa yang diterima akan menerima surat penugasan magang.

1.3.2.2 Tahap Orientasi dan Pengenalan Program Secara Langsung atau Kick-Off (Minggu Ke 1-2)

- 1) Pada hari pertama magang, mahasiswa mengikuti acara Kick-Off Ideation Program klaster Kewirausahaan yang diselenggarakan oleh *Skystar Ventures*.
- 2) Mahasiswa diberikan pembekalan dan juga sesi briefing untuk menjelaskan rincian kegiatan selama program serta informasi penting yang harus diperhatikan dan diikuti selama mengikuti Ideation Program Klaster Kewirausahaan bersama *Skystar Ventures UMN*.Pengenalan struktur dan ekosistem inkubator bisnis *Skystar Ventures*.
- 3) Memahami peran dan tanggung jawab sebagai peserta magang serta bagaimana program ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan *Dolce Dicha*.
- 4) Mengikuti sesi mentoring awal dengan para pembimbing di *Skystar Ventures*.

1.3.2.3 Tahap Pengembangan Strategi Bisnis Melalui Bimbingan dan Penugasan (Minggu Ke-3)

- 1) Setiap mahasiswa magang akan mendapatkan seorang pembimbing magang atau *supervisor* yang akan memberikan arahan dan bimbingan selama masa magang di *Skystar Ventures*.
- 2) Prosedur bimbingan magang yaitu setiap kelompok bisnis harus melakukan minimal 2 kali sesi bimbingan bersama *supervisor* sebelum Ujian Tengah Semester berlangsung.
- 3) Setiap kelompok bisnis diberikan tugas pertama yaitu untuk membuat pitch deck Perusahaan.
- 4) Melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi peluang ekspansi *Dolce Dicha*.
- 5) Mempelajari strategi pemasaran digital dan branding yang efektif untuk bisnis *F&B*.
- 6) Mengikuti pelatihan dan diskusi terkait model bisnis *startup* serta validasi produk.
- 7) Mengembangkan strategi harga dan distribusi untuk meningkatkan daya saing produk.

1.3.2.4 Tahap Implementasi dan Pengujian Pasar (Minggu Ke-4)

- 1) Melakukan pengujian produk kepada calon pelanggan dan mengumpulkan *feedback*.
- 2) Mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital dan *offline*.
- 3) Memperbaiki kelemahan dalam proses operasional, manajemen tim, serta pengelolaan stok bahan baku.
- 4) Memanfaatkan platform media sosial dan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan.
- 5) Praktek berjualan langsung di Kebon Nanas, Panunggan Utara, Pinang, Tangerang.

1.3.2.5 Tahap Evaluasi dan Laporan Kemajuan (Minggu Ke-5)

- 1) Menganalisis data penjualan dan efektivitas strategi pemasaran.
- 2) Mengevaluasi keberhasilan program penjualan langsung.
- 3) Menyusun laporan akhir mengenai perkembangan bisnis selama magang.
- 4) Mempresentasikan hasil magang dan rencana pengembangan bisnis ke depannya.
- 5) Membuat laporan keuangan selama penjualan di minggu ke 3-7.
- 6) Bimbingan dengan *supervisor*, *advisor*, dan *mentor* mengenai penjualan berlangsung selama magang.

1.3.2.6 Kegiatan Demo Day Ideation Program (4 & 5 Juni 2025)

- 1) Demo Day merupakan kegiatan penutup dari tahapan Ideation Program dalam program MBKM Magang.
- 2) Mahasiswa wajib menampilkan hasil prototype dan produk yang telah dikembangkan selama program Magang berlangsung.
- 3) Selain menampilkan produk, mahasiswa juga diwajibkan melakukan user testing kepada pengunjung secara langsung pada saat Demo Day.
- 4) Demo Day dibagi menjadi dua kegiatan utama, yaitu:
 - Exhibition: Menampilkan produk (showcase) dan melakukan user testing kepada publik.
 - Pitching: Presentasi ide dan produk sebagai bagian dari penilaian akhir mahasiswa.
- 5) Kegiatan Demo Day dilaksanakan selama dua hari, yaitu:
 - Hari & Tanggal: Rabu dan Kamis, 4 & 5 Juni 2025
 - Waktu Exhibition: 08.00 – 17.00 WIB
 - Waktu Pitching:
 - Batch pagi: 10.00 – 12.00 WIB
 - Batch siang: 13.00 – 14.30 WIB

- Lokasi: Lobby utama Universitas Multimedia Nusantara (UMN).

1.3.2.7 Penilaian Akhir dan Sertifikasi

- 1) Pada akhir periode magang, mahasiswa akan menjalani sidang magang yaitu menjelaskan kegiatan apa saja yang dilakukan selama program magang berlangsung, proses, dan hasil akhir.
- 2) Mahasiswa yang berhasil menyelesaikan program magang akan menerima sertifikat magang.