

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Magang adalah kegiatan yang dirancang sebagai bagian dari kurikulum pembelajaran untuk memberikan pengalaman langsung di dunia industri dan kerja. Program ini tidak hanya bertujuan untuk membangun keterampilan teknis dan teoritis mahasiswa tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana dunia usaha beroperasi secara nyata. Magang membantu mahasiswa memahami konsep bisnis dari segi pemasaran, keuangan, hingga operasional, sekaligus mengasah soft skills seperti disiplin, tanggung jawab, kerja tim, pemecahan masalah, serta berpikir kritis dan kreatif (Melati & Dewi, 2024).

Di sisi lain, kewirausahaan merupakan ilmu dan keterampilan dalam membangun serta mengelola bisnis dengan mempertimbangkan risiko dan peluang yang ada. Seorang wirausaha harus memiliki keberanian dalam mengambil keputusan serta kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar. Dalam konteks bisnis, kewirausahaan berperan penting dalam menciptakan inovasi, mengembangkan produk baru, serta memperluas kesempatan kerja. Menurut Menteri Koperasi dan Pengembangan Pengusaha Kecil dalam Keputusan 961/M/XI/1995, kewirausahaan mencakup semangat, sikap, dan perilaku dalam menciptakan serta mengembangkan usaha yang mampu bersaing dan berinovasi di pasar (Thalia & Rahma, 2024).

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat sehingga para pengusaha perlu memiliki strategi yang tepat untuk bertahan dan berkembang. Keputusan bisnis harus diambil dengan bijak, dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti teknologi, kebutuhan pelanggan, dan tren industri. Dalam hal ini, strategi kompetitif menjadi kunci utama dalam mengelola dan mengembangkan bisnis secara berkelanjutan (Saputra & Ramli, 2024).

Untuk mendukung penerapan strategi kompetitif tersebut, manajemen strategis menjadi aspek penting dalam pengelolaan bisnis jangka panjang. Strategi adalah serangkaian tindakan yang diarahkan pada tujuan dan terpadu yang diambil oleh perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan kinerja yang unggul dibandingkan dengan pesaing. Strategi adalah hasil dari proses manajemen strategis. Strategi yang baik memungkinkan perusahaan untuk mencapai kinerja yang unggul dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dibandingkan dengan pesaingnya dalam situasi persaingan apa pun (Rothaermel, 2024). Strategi Kompetitif Generik yang dikemukakan oleh Michael Porter pada tahun 1980 merupakan pendekatan strategis yang digunakan perusahaan untuk memperoleh keunggulan dibandingkan pesaing dalam industri yang sama. Strategi ini berfokus pada upaya untuk mencapai posisi yang kuat dan kompetitif di dalam pasar (Aditya, 2024).

Salah satu bentuk strategi kompetitif yang banyak diterapkan adalah strategi diferensiasi. Strategi ini bertujuan untuk menambahkan nilai atau ciri khas pada produk atau layanan yang tidak dimiliki pesaing, sehingga konsumen melihatnya sebagai sesuatu yang unik dan bernilai tinggi. Perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi berupaya menciptakan persepsi positif di benak konsumen melalui inovasi produk, desain, kualitas, atau pelayanan yang unggul. Fokus dari strategi ini bukan pada harga yang rendah, melainkan pada nilai tambah yang membuat konsumen bersedia membayar lebih. Dalam penerapannya, perusahaan akan lebih menekankan pada keunikan fitur produk, layanan pelanggan, peluncuran produk baru, serta promosi yang kreatif, dengan tujuan menciptakan posisi pasar yang sulit disaingi oleh kompetitor (Putra et al., 2022).

Untuk mendukung penerapan strategi kompetitif tersebut, manajemen strategis menjadi aspek penting dalam pengelolaan bisnis jangka panjang. Manajemen strategis mencakup proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan yang memungkinkan perusahaan mencapai tujuan bisnisnya secara efektif. Dengan manajemen strategis, pelaku usaha dapat menganalisis lingkungan eksternal dan internal secara menyeluruh untuk merancang strategi yang adaptif

terhadap perubahan pasar. Pendekatan ini membantu bisnis dalam menyusun visi yang jelas, menetapkan tujuan, serta menentukan langkah-langkah taktis guna mencapai keunggulan kompetitif secara berkelanjutan (Porter, 1985) dalam (Putra et al., 2022).

Sebagai bagian dari upaya mengembangkan keterampilan kewirausahaan, magang di Skystar Ventures menjadi kesempatan bagi penulis untuk mendapatkan pengalaman praktis dalam dunia bisnis, khususnya dalam aspek pemasaran, keuangan, dan operasional. Melalui program ini, penulis dapat menerapkan teori yang telah dipelajari di kampus ke dalam praktik bisnis nyata. Lebih dari itu, pengalaman ini memungkinkan penulis untuk lebih memahami tantangan dalam menjalankan bisnis serta menemukan solusi inovatif untuk menghadapinya (Wahyudi, 2020).

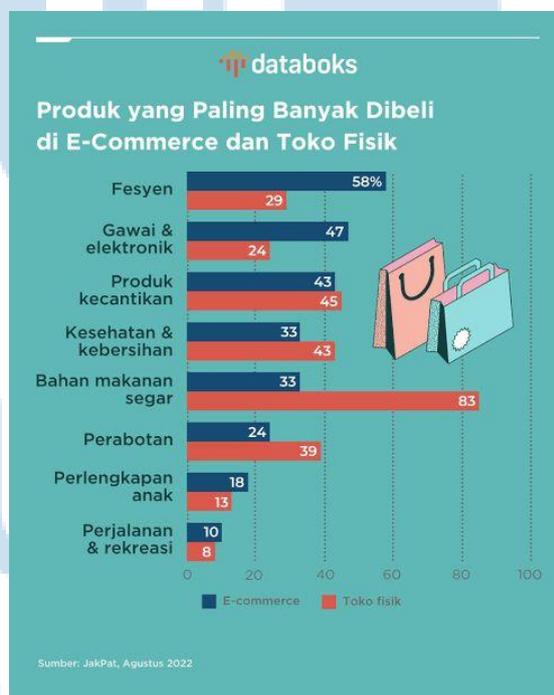
Penulis memilih bidang kewirausahaan karena memiliki impian untuk meraih kesuksesan dengan membangun bisnis sendiri. Dengan memiliki bisnis sendiri, penulis tidak hanya dapat memperoleh penghasilan secara mandiri tetapi juga berkontribusi dalam membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Melalui peminatan di bidang entrepreneur ini, penulis berkesempatan mendapatkan bimbingan langsung dari mentor-mentor berpengalaman yang dapat membantu dalam merancang strategi bisnis yang lebih efektif.

Salah satu industri yang memiliki potensi besar di Indonesia adalah industri fashion, yang terus berkembang dengan tren yang dinamis dan persaingan yang semakin ketat. Dalam industri ini, strategi diferensiasi menjadi pendekatan yang relevan untuk menciptakan keunggulan bersaing. LhafCloths hadir sebagai brand fashion lokal yang berfokus pada pakaian batik modern untuk wanita aktif Indonesia. Keunikan LhafCloths terletak pada desain yang menggabungkan motif batik khas dengan sentuhan modern dan kasual, sehingga menghasilkan produk yang tidak hanya stylish tetapi juga nyaman dan fungsional.

Dalam membangun LhafCloths, penulis menerapkan strategi diferensiasi melalui berbagai cara, seperti pemilihan bahan berkualitas, desain eksklusif, serta

citra merek yang kuat sebagai simbol cinta terhadap budaya Indonesia. Fokus LhafCloths tidak terletak pada bersaing harga rendah, tetapi pada penciptaan nilai yang dirasakan konsumen yaitu kebanggaan memakai batik dalam bentuk yang lebih modern, praktis, dan sesuai gaya hidup masa kini. Strategi ini diyakini dapat menciptakan loyalitas pelanggan sekaligus membedakan LhafCloths dari brand lain di pasar fashion lokal.

Melalui pengalaman magang dan praktik kewirausahaan ini, penulis semakin memahami pentingnya strategi bisnis yang terstruktur—termasuk penerapan strategi diferensiasi dan manajemen strategis dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan dan mampu bersaing di industri yang kompetitif.



Gambar 1. 1 Data pembelian terbesar di Indonesia

Source: <https://databoks.katadata.co.id/>

Selain itu, tren belanja online yang semakin meningkat membuka peluang besar bagi industri *fashion*, termasuk LhafCloths, untuk berkembang melalui e-commerce. Berdasarkan survei JakPat pada Agustus 2022, kategori *fashion* menjadi produk yang paling banyak dibeli secara online dengan persentase 58%, dibandingkan dengan hanya 29% yang dibeli di toko fisik. Hal ini menunjukkan

bahwa konsumen lebih memilih membeli pakaian secara daring karena berbagai kemudahan, seperti banyaknya pilihan, kenyamanan bertransaksi, serta penawaran promo yang menarik. Dengan melihat tren ini, LhafCloths dapat memanfaatkan platform e-commerce secara optimal untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, serta mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif. Melalui program magang ini, penulis dapat memahami lebih dalam mengenai strategi diferensiasi produk serta cara mengoptimalkan penjualan *fashion* melalui e-commerce dalam industri yang kompetitif.

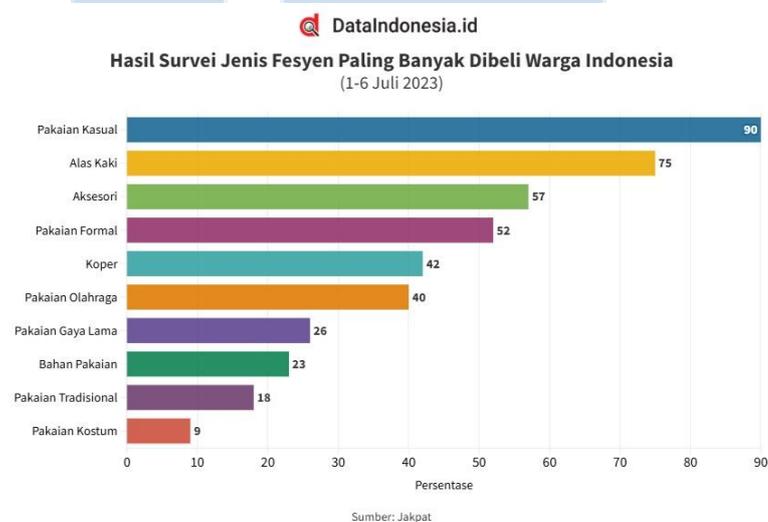
Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki sejarah panjang dan nilai budaya yang sangat penting. Kata "Batik" berasal dari bahasa Jawa, yaitu *amba* yang berarti "menulis" dan *tik* yang berarti "titik" atau "tetes". Teknik batik telah dikembangkan selama berabad-abad dan menjadi bagian dari identitas budaya Indonesia, khususnya di Jawa. Batik diyakini telah ada sejak abad ke-13, tepatnya pada masa Kerajaan Majapahit. Bukti historis menunjukkan bahwa teknik batik digunakan untuk membuat kain yang dikenakan oleh keluarga bangsawan dan rakyatnya. Pada saat itu, pola dan motif batik mencerminkan status sosial seseorang dan memiliki makna filosofis yang mendalam.

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya batik sebagai warisan budaya, pemerintah Indonesia menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional. Penetapan ini dilakukan setelah UNESCO mengakui batik sebagai warisan budaya tak benda pada tahun 2009. Hari Batik Nasional menjadi momentum penting bagi masyarakat Indonesia untuk lebih menghargai dan melestarikan batik. Selain itu, banyak perusahaan, instansi pemerintah, dan sekolah mewajibkan penggunaan batik pada hari tertentu untuk menunjukkan kebanggaan terhadap budaya lokal.

Meskipun demikian, masih terdapat berbagai tantangan dalam melestarikan batik, salah satunya adalah persaingan dengan produk tekstil bermotif batik yang diproduksi secara massal dengan teknik sablon atau printing. Produk-produk ini sering kali dijual dengan harga lebih murah, sehingga mengancam keberlangsungan

industri batik tradisional yang dibuat dengan teknik tulis dan cap. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi dalam desain dan strategi pemasaran agar batik tetap diminati oleh generasi muda tanpa kehilangan nilai budayanya.

Seiring perkembangan industri *fashion*, batik mengalami inovasi yang lebih luas dan mulai diintegrasikan ke dalam berbagai model pakaian yang lebih modern dan bergaya. Banyak desainer mengembangkan batik dengan mengombinasikannya dengan kain lain serta membuat desain yang lebih kasual. Hal ini memungkinkan batik diterima oleh berbagai kalangan, terutama anak muda yang ingin tetap tampil modis sambil mempertahankan budaya tradisional. Batik terus berkembang sebagai identitas bangsa Indonesia dan menjadi kebanggaan nasional yang memiliki daya tarik di luar negeri.



Gambar 1.2 Data jenis fesyen yang banyak dibeli

Source: https://assets.dataindonesia.id/2024/08/13/1723540446361-36-PPT-Report_Kumpulan-Data-Seputar-E-Commerce-di-Indonesia.pdf

Berdasarkan data survei dari Jakpat diatas, pakaian kasual menjadi jenis fesyen yang paling banyak dibeli oleh warga Indonesia dengan persentase 90%, disusul oleh alas kaki (75%) dan aksesoris (57%). Sementara itu, pakaian tradisional hanya memiliki persentase 18%, menunjukkan bahwa minat terhadap pakaian tradisional lebih rendah dibandingkan kategori lainnya.

Dalam konteks bisnis LhafCloths yang berfokus pada pakaian batik modern untuk wanita, data ini memberikan wawasan penting. Dengan dominasi pakaian kasual dalam tren belanja fesyen, LhafCloths dapat mengarahkan strategi produknya ke batik dengan desain kasual yang tetap mempertahankan sentuhan budaya. Mengingat pakaian tradisional memiliki permintaan yang lebih rendah, LhafCloths perlu melakukan inovasi agar batik lebih relevan bagi pasar, seperti mengombinasikan batik dengan desain modern yang fleksibel untuk berbagai aktivitas.

Selain itu, tren ini juga menegaskan bahwa pemasaran harus menyoroti aspek kenyamanan dan gaya dari pakaian batik modern agar bisa bersaing dengan pakaian kasual lainnya. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan pemanfaatan e-commerce, LhafCloths dapat menarik lebih banyak konsumen yang mencari pakaian stylish, fungsional, dan tetap mencerminkan budaya Indonesia.

LhafCloths merupakan usaha dibidang *fashion* yang baru saja berjalan. Melalui riset mendalam yang dilakukan dengan wawancara langsung dan survei, LhafCloths menemukan bahwa perempuan berusia 20-45 tahun dengan mobilitas tinggi memiliki kebutuhan akan pakaian yang nyaman, stylish, dan cocok untuk berbagai acara formal maupun non-formal. Banyak dari mereka menghadapi tantangan dalam mencari pakaian yang fungsionalitas untuk berbagai aktivitas tanpa harus membawa atau mengganti pakaian tambahan.

Sebagai salah satu bentuk validasi, seorang responden berbagi pengalaman harus menghadiri rapat kantor di pagi hari dan dilanjutkan dengan acara santai di sore hari. Ia merasa kesulitan karena harus membawa pakaian tambahan untuk menjaga penampilannya tetap sesuai. Hal ini menjadi dasar pengembangan produk LhafCloths, yang dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut. Dengan menggabungkan desain modern yang menonjolkan fungsionalitas serta sentuhan budaya lokal melalui aksen batik, produk LhafCloths tidak hanya menawarkan solusi praktis tetapi juga memberikan nilai estetika yang relevan bagi target pasar.



Gambar 1. 3 Data mengenai negara tujuan ekspor batik terbesar dari Indonesia

Source: <https://dataindonesia.id/varia/detail/ini-deretan-produk-fesyen-terfavorit-warga-indonesia-pada-2023>

Gambar ini menampilkan data mengenai negara tujuan ekspor batik terbesar dari Indonesia pada tahun 2021. Amerika Serikat menjadi pasar utama dengan nilai ekspor mencapai 24,7 juta USD, diikuti oleh Inggris (1,2 juta USD), Malaysia (1,1 juta USD), serta beberapa negara lain seperti Fiji, Thailand, Kanada, Jerman, Australia, Turki, dan Jepang.

Bagi LhafCloths, data ini menunjukkan bahwa batik memiliki potensi pasar yang luas, tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di tingkat internasional. Dengan dominasi ekspor ke Amerika Serikat, ini bisa menjadi peluang bagi LhafCloths untuk menargetkan pasar global, terutama di negara-negara yang sudah memiliki permintaan tinggi terhadap batik.

Sebagai bisnis yang berfokus pada batik modern untuk wanita, LhafCloths dapat memanfaatkan tren ini dengan memperluas pemasaran digital ke negara-negara potensial, menggunakan e-commerce sebagai platform utama. Selain itu, strategi diferensiasi dengan menggabungkan elemen modern dan kasual dalam

desain batik bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen internasional yang menginginkan batik dengan gaya yang lebih fleksibel dan sesuai dengan tren global.

Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran masyarakat dunia terhadap sustainable *fashion*, LhafCloths bisa mengangkat nilai budaya dan keberlanjutan dalam produksi batik, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan atau pewarna alami, yang dapat meningkatkan daya tarik bagi pasar internasional yang peduli terhadap etika dan keberlanjutan dalam industri *fashion*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud dan Tujuan Kerja Magang pada UMN

Magang di Skystar Ventures UMN menjadi kesempatan yang sangat berharga bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan memahami lebih dalam dunia bisnis, khususnya di industri *fashion*. Dengan mengikuti program ini, penulis memiliki beberapa maksud dan tujuan yang ingin dicapai:

1. Mengembangkan Wirausaha di Indonesia - Penulis ingin berkontribusi dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan di Indonesia dengan memahami strategi bisnis yang efektif, terutama dalam industri *fashion*. Melalui magang ini, penulis berharap dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai manajemen bisnis, pemasaran, dan inovasi produk.
2. Membantu UMN dalam Mendorong Pertumbuhan *Startup* Lokal - Sebagai bagian dari komunitas wirausaha di Skystar Ventures UMN, penulis ingin berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan *startup* lokal dengan berbagi pengalaman serta berkolaborasi dalam menciptakan inovasi baru yang dapat berdampak positif bagi perekonomian Indonesia.

1.2.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang pada Skystar

Maksud dari program magang ini adalah untuk berkontribusi dalam ekosistem kewirausahaan di Skystar Ventures, khususnya dalam bidang *fashion* dan strategi pemasaran digital. Dengan latar belakang bisnis di industri *fashion* melalui LhafCloths, penulis ingin memberikan perspektif baru serta praktik nyata dalam mengembangkan brand *fashion* berbasis batik modern yang relevan dengan tren pasar saat ini. Adapun tujuan magang ini untuk Skystar Ventures adalah:

1. Mendukung pengembangan ekosistem *startup* dan UMKM – Berbagi pengalaman serta wawasan dalam membangun bisnis *fashion* berbasis e-commerce, sehingga dapat menjadi referensi bagi *startup* lain di Skystar.
2. Menyumbangkan ide kreatif dalam pemasaran digital – Memberikan insight terkait strategi pemasaran online yang efektif, termasuk branding, social media marketing, dan strategi diferensiasi di industri *fashion*.
3. Meningkatkan pemahaman tentang potensi ekspor *fashion* lokal – Membantu dalam riset dan analisis pasar global untuk melihat peluang ekspor bagi brand *fashion* berbasis budaya lokal seperti batik.
4. Mengembangkan strategi bisnis yang inovatif Berkontribusi dalam diskusi serta inisiatif yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis *startup* di Skystar Ventures, khususnya dalam sektor *fashion* dan ekonomi kreatif.
5. Mempromosikan kolaborasi antar *startup* – Membangun jejaring dan membuka peluang kerja sama dengan berbagai *startup* yang memiliki visi sejalan dalam mengembangkan produk berbasis budaya Indonesia.

Melalui magang ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi nyata bagi Skystar Ventures dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inovatif serta mendorong pertumbuhan bisnis lokal yang berdaya saing tinggi.

1.2.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang pada LhafCloths

Magang ini bertujuan untuk memberikan kontribusi langsung dalam pengembangan LhafCloths sebagai brand *fashion* batik modern. Dengan mengikuti program magang, penulis ingin memperoleh wawasan serta pengalaman yang dapat diterapkan dalam strategi bisnis LhafCloths, terutama dalam hal pemasaran, inovasi produk, dan ekspansi bisnis.

1. Meningkatkan Strategi Pemasaran Digital – Mempelajari dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan LhafCloths, baik di pasar domestik maupun internasional.
2. Mengembangkan Produk yang Lebih Kompetitif – Menganalisis tren *fashion* dan preferensi pelanggan untuk menciptakan koleksi batik modern yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Meningkatkan Efisiensi Operasional – Memahami cara mengelola bisnis *fashion* secara lebih efektif, termasuk manajemen stok, produksi, hingga distribusi.
4. Memperluas Jaringan Bisnis – Membangun relasi dengan komunitas bisnis, mentor, dan calon mitra potensial yang dapat mendukung pertumbuhan LhafCloths.
5. Memahami Tren E-Commerce – Mengoptimalkan platform e-commerce sebagai kanal utama penjualan, dengan strategi pemasaran yang relevan untuk meningkatkan daya saing brand.
6. Meningkatkan Branding dan Positioning – Mempelajari strategi branding agar LhafCloths dapat lebih dikenal sebagai brand *fashion* batik modern yang stylish dan nyaman bagi perempuan aktif.

Dengan adanya program magang ini, diharapkan LhafCloths dapat semakin berkembang sebagai brand *fashion* yang inovatif, relevan dengan tren pasar, serta memiliki daya saing tinggi di industri *fashion* Indonesia.

1.2.4 Maksud dan Tujuan Kerja Magang pada Diri Sendiri

Maksud dari program magang ini adalah untuk mengembangkan keterampilan, pengalaman, dan wawasan penulis dalam dunia bisnis dan industri *fashion*, khususnya dalam membangun dan mengelola brand pakaian batik modern. Magang ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk belajar langsung dari praktik bisnis yang nyata, sehingga dapat meningkatkan kompetensi penulis sebagai seorang wirausaha. Adapun tujuan magang ini bagi diri penulis adalah:

1. Meningkatkan pemahaman tentang strategi bisnis dan kewirausahaan – Memahami bagaimana membangun, mengelola, dan mengembangkan bisnis *fashion* agar dapat bersaing di industri yang kompetitif.
2. Memperdalam ilmu pemasaran digital – Mempelajari teknik pemasaran berbasis digital, seperti social media marketing, SEO, dan strategi e-commerce untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan.
3. Mengembangkan kemampuan riset pasar – Menganalisis tren *fashion*, preferensi pelanggan, dan strategi kompetitor untuk menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.
4. Memperluas jaringan profesional – Membangun koneksi dengan para pelaku industri, mentor, serta komunitas bisnis untuk membuka peluang kolaborasi dan pengembangan bisnis di masa depan.
5. Menambah pengalaman dalam manajemen bisnis *fashion* – Memahami bagaimana mengelola operasional bisnis, mulai dari produksi, distribusi, hingga pemasaran secara efektif dan efisien.

6. Meningkatkan inovasi dan kreativitas – Mengembangkan ide-ide baru dalam desain dan strategi bisnis untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual tinggi.

Melalui program magang ini, penulis berharap dapat memperoleh pengalaman nyata dan keterampilan praktis yang akan membantu penulis dalam membangun dan mengembangkan bisnis *fashion* penulis ke level yang lebih tinggi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan program magang yang dilakukan oleh penulis sesuai dengan prosedur yaitu Magang Track 1 WAJIB selama minimal 640 jam kerja. Penilaiannya setara dengan 20 SKS dengan mata kuliah yang ditempuh meliputi *Professional Business Ethics* (3 SKS); *Industry Experience* (7 SKS); *Industry Model Validation* (7 SKS) dan *Evaluation and Reporting* (3 SKS). Penulis mengikuti program magang di SkyStar Ventures yang dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai dari tanggal 3 Februari 2025 hingga 30 Mei 2025. Berikut merupakan waktu pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures (LhafCloths) yang telah disetujui oleh pihak Skystar Ventures sebagai pembimbing magang.

- Nama Perusahaan: Skystar Ventures
- Bidang Usaha: LhafCloths (*Fashion*)
- Hari Kerja: Senin – Sabtu (Jika perlu)
- Waktu Kerja: 08.00 – 17.00
- Periode Magang: 640 Jam
- Periode Bimbingan: 207 Jam
- Posisi Magang: Chief Executive Officer (CEO)

- Alamat Perusahaan: New Media Tower Lv. 11 & 12, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Curug Sangereng, Kec. Kip. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 1581.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Saat menerapkan praktik pekerjaan magang, tentu saja ada tahapan prosedural yang harus diterapkan oleh penulis sesuai dengan ketentuan Program Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Prosedur Pelaksanaan Magang di skystar sebagai berikut:

1. Tahap Pendaftaran

- Semua mahasiswa dari manajemen dengan peminatan entrepreneur diwajibkan untuk magang di Skystar Ventures agar bisnis yang sudah dijalankan sebelumnya lebih berjalan dengan baik.

2. Orientasi dan Pembekalan

- Peserta yang diterima mengikuti sesi orientasi atau KickOff pada tanggal 03 Februari 2024 untuk memahami visi, misi, dan operasional SkyStar Ventures.
- Pengenalan sistem kerja, peraturan, serta pembagian divisi sesuai dengan bidang yang diminati, seperti pemasaran, keuangan, atau operasional bisnis.

3. Pelaksanaan Tugas Magang

- Peserta menjalankan tugas sesuai dengan divisi masing-masing, termasuk pengembangan bisnis LhafCloths melalui riset pasar, strategi pemasaran, dan inovasi produk.
- Kolaborasi dengan mentor dan tim SkyStar Ventures untuk memahami strategi *startup* serta implementasi bisnis berbasis teknologi dan digital.

4. Monitoring dan Evaluasi

- Setiap peserta magang mendapatkan bimbingan dari supervise, mentor, dan dosen pembimbing secara berkala.

- Evaluasi dilakukan melalui laporan kerja, presentasi perkembangan proyek, serta umpan balik dari pembimbing.
- 5. Penyusunan Laporan dan Presentasi Akhir
- Peserta diwajibkan menyusun laporan magang yang mendokumentasikan pengalaman, pembelajaran, serta pencapaian selama program berlangsung.
- Presentasi akhir dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan refleksi terhadap hasil yang telah dicapai selama magang.

Dengan prosedur ini, peserta magang diharapkan dapat memperoleh pengalaman yang komprehensif, mengembangkan keterampilan profesional, serta mengaplikasikan wawasan dari SkyStar Ventures dalam pengembangan bisnis LhafCloths.

