

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Entrepreneurship & Innovation Program

Di tengah perkembangan globalisasi dan digitalisasi saat ini, kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka peluang kerja, serta menciptakan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Diandra dan Azmy (2020) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan bagian alami dari dunia bisnis, di mana sebuah organisasi dapat terus berkembang apabila mampu berinovasi, belajar secara berkelanjutan, serta menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis. Sejalan dengan itu, Vettik-Leemet dan Mets (2024) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses yang dinamis dan erat kaitannya dengan inovasi. Proses ini mencakup upaya menciptakan nilai baru melalui perubahan, pembelajaran, serta penerapan ide-ide kreatif yang dapat memberikan dampak, baik secara ekonomi maupun sosial.

Berdasarkan hal tersebut, pengembangan usaha di sektor makanan dan minuman atau Food and Beverage menjadi salah satu contoh nyata dari penerapan kewirausahaan. Industri makanan ringan di Indonesia memiliki peluang yang cukup besar karena minat masyarakat terhadap camilan terus meningkat, terutama di kalangan anak muda dan mahasiswa. Selain dipengaruhi oleh kebiasaan konsumsi, pilihan konsumen terhadap snack juga berkaitan dengan rasa, suasana hati, dan pengalaman emosional yang dirasakan saat mengonsumsinya. Duerlund et al. (2020) menjelaskan bahwa rasa tertentu seperti manis, asin, atau gurih dapat menimbulkan perasaan tertentu, misalnya rasa nyaman, semangat, atau bahagia, sehingga dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih camilan. Oleh karena itu, inovasi varian rasa yang mampu menciptakan pengalaman positif bagi konsumen menjadi strategi penting untuk menarik minat pasar, khususnya generasi muda.

Berdasarkan peluang tersebut, penulis bersama tim mengembangkan sebuah usaha rintisan di bidang kuliner bernama CHEERMOL (Cheerful Cimol), yaitu inovasi produk camilan berbahan dasar tepung tapioka (aci) yang dikembangkan dengan konsep *mood-based snack*. CHEERMOL hadir sebagai bentuk pengembangan produk tradisional yang disesuaikan dengan preferensi konsumen modern, khususnya generasi muda, yang tidak hanya mencari cita rasa, tetapi juga pengalaman konsumsi yang menyenangkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Lumbantobing, Suryani, dan Husain (2024) yang menyatakan bahwa tepung tapioka memiliki potensi tinggi sebagai bahan baku camilan karena ketersediaannya yang melimpah, fleksibilitas dalam pengolahan, serta tingkat penerimaan yang luas di masyarakat Indonesia.

Pengembangan CHEERMOL dilatarbelakangi oleh permasalahan yang ditemukan melalui observasi dan pengalaman langsung, di mana produk cimol yang beredar di pasaran masih memiliki kualitas yang belum konsisten, baik dari segi rasa, tekstur, maupun tampilan. Selain itu, sebagian besar produk sejenis belum mampu memberikan diferensiasi yang kuat serta pengalaman konsumsi yang menarik dan relevan dengan kondisi emosional konsumen. Padahal, dalam konteks perilaku konsumen saat ini, suasana hati (*mood*) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam kategori produk makanan ringan.

Di lain sisi, jajanan tradisional seperti cimol juga mulai mengalami penurunan eksistensi di tengah perkembangan industri makanan yang semakin modern dan kompetitif. Globalisasi telah mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, di mana makanan modern dan asing menjadi lebih dominan serta lebih diminati, khususnya oleh generasi muda. Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Dua et al. (2025), meningkatnya dominasi makanan modern, perubahan gaya hidup, serta berkurangnya minat generasi muda menyebabkan posisi makanan tradisional semakin terdesak dalam preferensi konsumsi masyarakat.

Selain itu, kurangnya inovasi dalam pengembangan produk tradisional, baik dari segi rasa, tampilan, maupun konsep pemasaran, membuat jajanan seperti cimol

cenderung dianggap monoton dan kurang relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini menyebabkan produk tradisional sulit bersaing dengan makanan modern yang lebih variatif, estetik, dan mengikuti tren pasar. Akibatnya, pengalaman konsumsi yang ditawarkan menjadi kurang memorable dan tidak mampu membangun keterikatan emosional dengan konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah inovasi yang mampu mengangkat kembali nilai dari jajanan tradisional dengan pendekatan yang lebih modern dan sesuai dengan preferensi konsumen masa kini, diperlukan sebuah inovasi yang mampu mengangkat kembali nilai dari jajanan tradisional dengan pendekatan yang lebih modern dan sesuai dengan preferensi konsumen masa kini. Oleh karena itu, CHEERMOL hadir sebagai inovasi dari cimol tradisional dengan menghadirkan varian rasa yang lebih beragam, konsep produk yang lebih fresh, serta pendekatan *emotional snacking* yang disesuaikan dengan mood konsumen. Untuk menjawab kebutuhan tersebut secara lebih spesifik, CHEERMOL merancang varian rasa berdasarkan konsep *mood-based snack*, yaitu camilan yang disesuaikan dengan suasana hati konsumen.

CHEERMOL menawarkan beberapa varian utama, yaitu “Nyantai” (rasa keju dengan crumbs dan isian keju lumer) untuk perasaan bahagia, “Galau” (rasa coklat dengan crumbs coklat dan isian coklat lumer) untuk perasaan sedih, “Ngamuk” (rasa balado daun jeruk dengan isian keju lumer) untuk perasaan marah, serta “Labil” (kombinasi rasa coklat dan rasa keju) untuk suasana hati yang fluktuatif. Melalui pengelompokan varian ini, CHEERMOL tidak hanya menawarkan keberagaman rasa, tetapi juga memberikan pengalaman konsumsi yang lebih personal dan relevan dengan kondisi emosional konsumen.

Selain itu, CHEERMOL juga mengembangkan inovasi pada aspek produk dan layanan, seperti penggunaan lapisan coating crumbs untuk menciptakan tekstur yang lebih renyah dan unik, serta konsep pelayanan “*Happy Seller*” yang mengedepankan interaksi yang ramah dan menyenangkan. Tidak hanya itu, pengalaman pembelian juga dirancang secara interaktif melalui pendekatan *mood-based selection*, sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai dengan kondisi

emosional yang dirasakan. Dengan menargetkan generasi muda, khususnya Gen Z, CHEERMOL diharapkan tidak hanya menjadi makanan ringan, tetapi juga mampu merepresentasikan perasaan dan menciptakan pengalaman konsumsi yang lebih personal.

Dengan demikian, CHEERMOL diharapkan dapat menjadi solusi yang mampu menjembatani antara nilai tradisional dan inovasi modern, sehingga jajanan tradisional seperti cimol tetap relevan, diminati, dan mampu bersaing di tengah perkembangan industri makanan yang semakin dinamis. Sejalan dengan tujuan tersebut, dilakukan validasi awal melalui survei terhadap target pasar yang menunjukkan bahwa konsep CHEERMOL dinilai relevan dan menarik, baik dari segi produk maupun pengalaman yang ditawarkan. Hasil ini mengindikasikan bahwa pendekatan *mood-based snack* yang diusung CHEERMOL memiliki potensi untuk diterima oleh konsumen, khususnya generasi muda yang cenderung mencari produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman emosional. Maka dari itu, CHEERMOL tidak hanya berperan sebagai produk camilan, tetapi juga sebagai media yang mampu memberikan nilai tambah melalui pengalaman konsumsi yang lebih personal dan bermakna.

Dalam konteks kegiatan magang, pengembangan usaha ini sekaligus menjadi sarana bagi penulis untuk mengimplementasikan pengetahuan di bidang kewirausahaan, pemasaran, dan perilaku konsumen secara langsung, mulai dari tahap identifikasi peluang hingga proses validasi pasar. Kegiatan magang ini dilaksanakan melalui program yang difasilitasi oleh Universitas Multimedia Nusantara dengan penempatan di Skystar Ventures sebagai inkubator bisnis. Skystar Ventures berperan penting dalam mendukung pengembangan CHEERMOL melalui pemberian bimbingan, arahan strategis, serta pendampingan secara intensif dari mentor yang berpengalaman di bidang kewirausahaan. Proses mentoring yang dilakukan secara rutin memungkinkan penulis dan tim untuk memperoleh insight yang mendalam terkait pengembangan produk, strategi pemasaran, hingga peningkatan daya saing bisnis di pasar. Selain itu, adanya fasilitas mentoring tambahan dari praktisi bisnis (*dedicated mentor*) turut

memberikan perspektif praktis dalam menghadapi tantangan nyata dalam membangun dan mengembangkan usaha.

Dengan adanya dukungan dari Skystar Ventures, diharapkan CHEERMOL tidak hanya mampu berkembang secara konseptual, tetapi juga dapat terealisasi secara optimal sebagai bisnis yang berkelanjutan, mampu mencapai target pasar yang tepat, serta memiliki potensi untuk terus bertumbuh di industri makanan ringan yang kompetitif. Selain itu, penulis juga menetapkan target capaian bisnis sebagai arah pengembangan usaha, yaitu memperoleh revenue sebesar Rp10.000.000 per bulan dan profit sebesar Rp5.000.000 per bulan. Target ini menjadi acuan bagi penulis dalam menyusun strategi pengembangan produk, pemasaran, serta pengelolaan keuangan agar CHEERMOL dapat berkembang secara lebih terukur dan berkelanjutan.

1.2 Maksud dan Tujuan Entrepreneurship & Innovation Program

Pelaksanaan kerja magang merupakan salah satu persyaratan akademik yang harus dipenuhi oleh seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara guna memperoleh gelar Sarjana (S1). Kegiatan ini dilaksanakan melalui program inkubasi bisnis di Skystar Ventures, yang berperan sebagai wadah pengembangan kewirausahaan bagi mahasiswa dengan pendekatan praktik langsung dalam membangun dan mengelola bisnis.

Selain sebagai pemenuhan kewajiban akademik, kerja magang ini juga memiliki maksud untuk melanjutkan dan mengembangkan bisnis yang telah dirintis sebelumnya, yaitu CHEERMOL, agar dapat berkembang secara lebih matang, terarah, dan berkelanjutan. Melalui program ini, penulis diharapkan dapat memperoleh pengalaman nyata dalam menghadapi dinamika dunia usaha, sekaligus meningkatkan pemahaman terhadap implementasi teori kewirausahaan dalam praktik bisnis.

Kegiatan kerja magang yang dilakukan di Skystar Ventures memberikan kesempatan kepada kelompok CHEERMOL untuk mendapatkan bimbingan langsung dari mentor profesional, mengakses ekosistem startup yang kolaboratif,

serta memperoleh wawasan industri yang lebih luas. Dengan demikian, program ini tidak hanya berfokus pada pengembangan bisnis, tetapi juga pada pembentukan kompetensi profesional yang dibutuhkan dalam dunia kerja maupun kewirausahaan.

Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan akademik sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengaplikasikan teori manajemen dan kewirausahaan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik bisnis nyata.
3. Mengembangkan dan menyempurnakan model bisnis CHEERMOL agar lebih kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
4. Meningkatkan kualitas produk melalui kegiatan riset dan pengembangan (Research and Development) yang berkelanjutan.
5. Menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan brand awareness CHEERMOL.
6. Memperoleh bimbingan langsung dari mentor dalam menyusun strategi pertumbuhan bisnis, baik dari sisi operasional, pemasaran, maupun keuangan.
7. Mengembangkan kemampuan manajerial dan kepemimpinan, termasuk dalam pengambilan keputusan, pengelolaan tim, serta koordinasi antar divisi.
8. Meningkatkan kemampuan problem solving dalam menghadapi berbagai tantangan yang muncul selama proses menjalankan bisnis.
9. Membangun relasi dan jaringan bisnis dengan pelanggan, mitra, serta pihak eksternal lainnya guna mendukung pengembangan usaha.
10. Memahami secara langsung dinamika industri Food and Beverage, khususnya dalam pengelolaan usaha camilan berbasis inovasi.

11. Mengembangkan keterampilan komunikasi dan kolaborasi tim dalam menjalankan operasional bisnis secara efektif.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Dalam Entrepreneurship & Innovation Program

Program inkubasi di Skystar Ventures berlangsung selama 4 (empat) bulan untuk setiap batch, di mana peserta mendapatkan pendampingan intensif dalam mengembangkan ide bisnis yang dirintis. Selama program berlangsung, peserta ditempatkan dalam tim yang terdiri dari beberapa mahasiswa dengan pembagian peran yang jelas untuk mendukung pengelolaan bisnis secara efektif.

Setiap tim dalam program ini memiliki pembagian peran yang jelas guna mendukung efektivitas pengelolaan bisnis. Kelompok CHEERMOL terdiri dari 4 (empat) anggota dengan struktur organisasi sebagai berikut: Chief Executive Officer (CEO) yang bertanggung jawab atas pengelolaan bisnis secara keseluruhan, Chief Operating Officer (COO) yang berfokus pada operasional dan proses produksi, Chief Marketing Officer (CMO) yang bertanggung jawab terhadap strategi pemasaran dan pengembangan brand, serta Chief Financial Officer (CFO) yang mengelola aspek keuangan usaha. Pembagian peran ini bertujuan untuk memastikan setiap fungsi dalam bisnis dapat berjalan secara optimal dan terstruktur.

Dalam program inkubasi Skystar Ventures, metode pembelajaran yang diterapkan terdiri dari pembelajaran sinkron dan asinkron. Pembelajaran sinkron dilakukan melalui workshop offline dan online yang dilaksanakan secara berkala, sedangkan pembelajaran asinkron dilakukan melalui platform pembelajaran yang telah disediakan. Selain itu, peserta juga mendapatkan bimbingan dari supervisor Skystar Ventures serta dedicated mentor yang berasal dari praktisi bisnis, yang dilakukan melalui pertemuan langsung maupun secara daring.

Pelaksanaan kerja magang sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara dilakukan dengan total durasi 640

(enam ratus empat puluh) jam atau setara dengan 4 (empat) bulan. Berdasarkan timeline Skystar Ventures Ideation Program tahun akademik 2025–2026, kegiatan inti dilaksanakan pada periode Februari hingga Mei 2026, setelah melalui tahap sosialisasi pada bulan November–Desember 2025 serta proses registrasi pada bulan Januari 2026. Program ini kemudian ditutup dengan kegiatan evaluasi akhir berupa exhibition dan pitching pada bulan Juni 2026.

Selama periode pelaksanaan magang, kegiatan operasional umumnya dilaksanakan pada hari kerja, yaitu Senin hingga Jumat, dengan jam kerja mulai pukul 09.00 hingga 17.00 yang disesuaikan dengan kebutuhan program inkubasi serta aktivitas bisnis CHEERMOL. Kegiatan yang dilakukan mencakup pengembangan produk (*research and development*), proses produksi, pemasaran, serta evaluasi bisnis secara berkala guna memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Pelaksanaan Kerja Magang dilaksanakan pada periode Februari 2026 hingga Juni 2026, yang merupakan bagian dari Skystar Ventures Ideation Program tahun akademik 2025–2026. Berikut merupakan data pelaksanaan kerja magang yang dilakukan:

Nama Perusahaan : Skystar Ventures
Bidang Usaha : Business Incubator
Periode Pelaksanaan : Februari 2026 – Juni 2026
Waktu Kerja : Senin – Jumat (09.00 – 17.00)
Posisi Magang : Chief Financial Officer (CFO)
Alamat : Universitas Multimedia Nusantara, Gading Serpong

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan program kerja magang di Skystar Ventures dengan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Prosedur pelaksanaan kerja magang ini terdiri dari beberapa tahapan yang sistematis, yaitu tahap pra-magang, tahap pelaksanaan magang, serta tahap pasca magang.

1.3.1.1 Tahap Pra-Magang

Tahap pra-magang merupakan tahap persiapan sebelum pelaksanaan program inkubasi dimulai. Pada tahap ini, penulis dan kelompok CHEERMOL melakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

1. Mengikuti kegiatan sosialisasi dan PRO-STEP Track 1 yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara bersama Skystar Ventures melalui media daring.
2. Melakukan pendaftaran program inkubasi dengan mengajukan ide bisnis CHEERMOL melalui sistem yang disediakan oleh Skystar Ventures, yang mencakup pengisian data bisnis, deskripsi usaha, serta rencana pengembangan awal.
3. Melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) dengan mengambil mata kuliah kerja magang sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku pada periode Januari 2026.
4. Mengikuti kegiatan **kick-off Ideation Program** yang dilaksanakan pada awal Februari 2026, yang berisi pemaparan mengenai alur program, timeline kegiatan, sistem penilaian, serta pengenalan ekosistem Skystar Ventures.
5. Menerima pembagian **supervisor** dari Skystar Ventures serta **dedicated mentor** yang akan membimbing selama proses inkubasi berlangsung.

1.3.1.2 Tahap Pelaksanaan Magang

Tahap pelaksanaan merupakan tahap utama dalam kegiatan kerja magang, di mana penulis bersama kelompok CHEERMOL menjalankan bisnis sekaligus mengikuti seluruh rangkaian program inkubasi.

1. Melakukan pembagian tugas dan tanggung jawab dalam tim sesuai dengan struktur organisasi CHEERMOL, yang terdiri dari CEO, COO, CMO, dan CFO, guna memastikan setiap fungsi bisnis berjalan secara efektif.
2. Menjalankan kegiatan operasional bisnis CHEERMOL yang meliputi:
 - Pengadaan bahan baku,
 - Proses produksi,
 - Pengembangan produk (*research and development*),
 - Pengemasan produk,
 - Pemasaran dan penjualan, baik secara online maupun offline,
 - Pengelolaan keuangan usaha.
3. Mengikuti rangkaian program inkubasi yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures, antara lain:
 - Workshop offline dan online terkait kewirausahaan,
 - Pembelajaran mandiri (*asynchronous learning*),
 - Sesi mentoring bersama supervisor dan dedicated mentor,
 - Progress review secara berkala untuk memantau perkembangan bisnis.
4. Melakukan pencatatan seluruh aktivitas kerja magang dalam bentuk *daily task* melalui sistem yang telah disediakan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebagai bentuk dokumentasi kegiatan.
5. Mengikuti evaluasi tengah program (UTS) pada minggu keempat bulan Maret 2026 dalam bentuk pitching untuk mempresentasikan perkembangan bisnis CHEERMOL.

6. Mengikuti evaluasi akhir (UAS) pada bulan Juni 2026 dalam bentuk exhibition dan pitching, sebagai bentuk penilaian akhir terhadap hasil pengembangan bisnis selama program berlangsung.
7. Mengimplementasikan berbagai strategi bisnis yang diperoleh selama program inkubasi, termasuk dalam pengambilan keputusan operasional, pengembangan produk, serta peningkatan penjualan CHEERMOL sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

1.3.1.3 Tahap Pasca Magang

Tahap pasca magang merupakan tahap akhir dari pelaksanaan kerja magang yang berfokus pada penyusunan dan evaluasi laporan.

1. Menyusun laporan kerja magang berdasarkan seluruh kegiatan dan pengalaman yang diperoleh selama mengikuti program inkubasi di Skystar Ventures.
2. Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing untuk memastikan laporan yang disusun telah sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku.
3. Melakukan revisi dan penyempurnaan laporan kerja magang berdasarkan masukan dari dosen pembimbing.
4. Mengumpulkan laporan kerja magang melalui sistem yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
5. Mengikuti sidang kerja magang sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh Program Studi Manajemen sebagai bentuk evaluasi akhir atas pelaksanaan kegiatan magang.