

BAB I

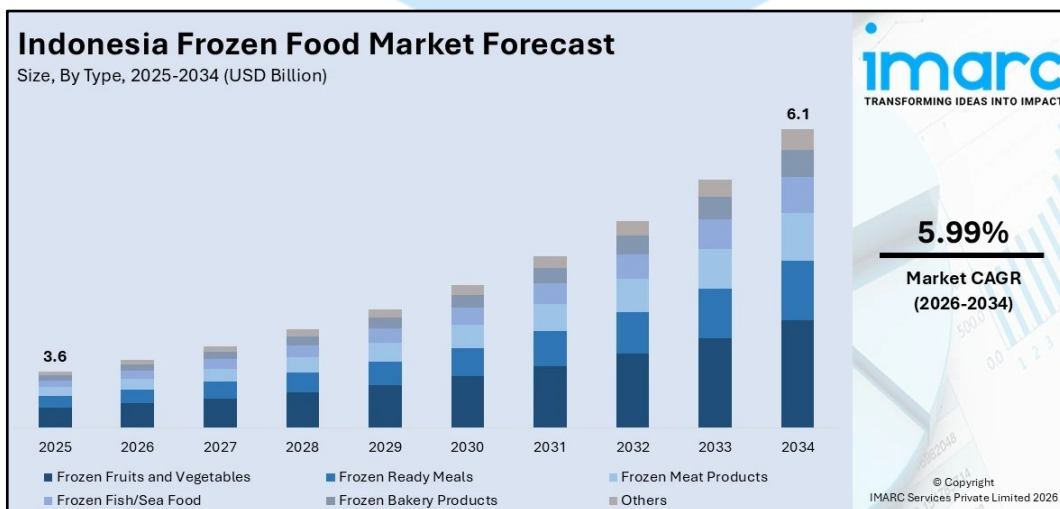
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Entrepreneurship & Ideation Program

Tujuan penulis memilih program Entrepreneurship & Ideation berangkat dari keinginan dan tekad untuk menjadikan proyek bisnis ini sebagai langkah awal dalam merintis usaha sekaligus sebagai pengalaman dalam berdagang dan membangun sebuah usaha. Melalui program ini, penulis berkesempatan untuk mempelajari berbagai tahapan penting dalam pengembangan bisnis, seperti riset pasar, penelitian dan pengembangan produk, uji responden, dan tahapan lainnya yang berkaitan dengan proses penciptaan usaha. Diharapkan dengan mengikuti program ini penulis bisa mendapat pengalaman yang dapat menjadi bekal berharga setelah menyelesaikan pendidikan, baik untuk mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan maupun untuk memulai usaha lain yang dapat bertahan secara berkelanjutan dalam perekonomian. Sejalan dengan itu, Ratten (2023) menjelaskan bahwa kewirausahaan tidak hanya terbatas pada pendirian usaha baru, tetapi juga mencakup proses identifikasi peluang, pengembangan ide, inovasi, serta pengorganisasian sumber daya dengan tujuan menciptakan nilai yang dapat berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi maupun sosial di masyarakat.

Dalam proyek bisnis ini, bidang usaha yang dipilih oleh penulis adalah bidang kuliner. Alasan utama pemilihan bidang ini adalah karena bidang kuliner berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok manusia yaitu makan, sehingga pasar kuliner memiliki potensi yang sangat besar. Selain itu, kecenderungan usaha bidang kuliner yang terus berkembang mengikuti perubahan selera masyarakat, memberikan ruang yang luas untuk menghadirkan ide-ide baru. Pada proyek bisnis kali ini bidang usaha kuliner yang difokuskan adalah pada produk makanan beku (frozen food). Fokus ini dipilih karena produk makanan beku merupakan solusi praktis yang sangat sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern yang penuh

dengan kesibukan, hal ini membuat konsumen semakin mencari makanan siap saji yang mudah disimpan dan disiapkan. Pasar frozen food di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan dari IMARC Group, nilai pasar frozen food Indonesia mencapai sekitar USD 3,6 miliar pada tahun 2025 dan diproyeksikan akan meningkat menjadi USD 6,1 miliar pada tahun 2034 dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 5,99%. Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor utama, seperti meningkatnya urbanisasi, berkembangnya kelas menengah dengan daya beli yang lebih tinggi, serta perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin membutuhkan makanan praktis dan mudah disiapkan. Frozen food sendiri merupakan produk makanan yang diawetkan melalui proses pembekuan untuk menjaga kualitas, rasa, serta kandungan nutrisinya dalam jangka waktu yang lebih lama. Proses ini juga mampu menghambat pertumbuhan mikroorganisme, sehingga memperpanjang masa simpan produk.

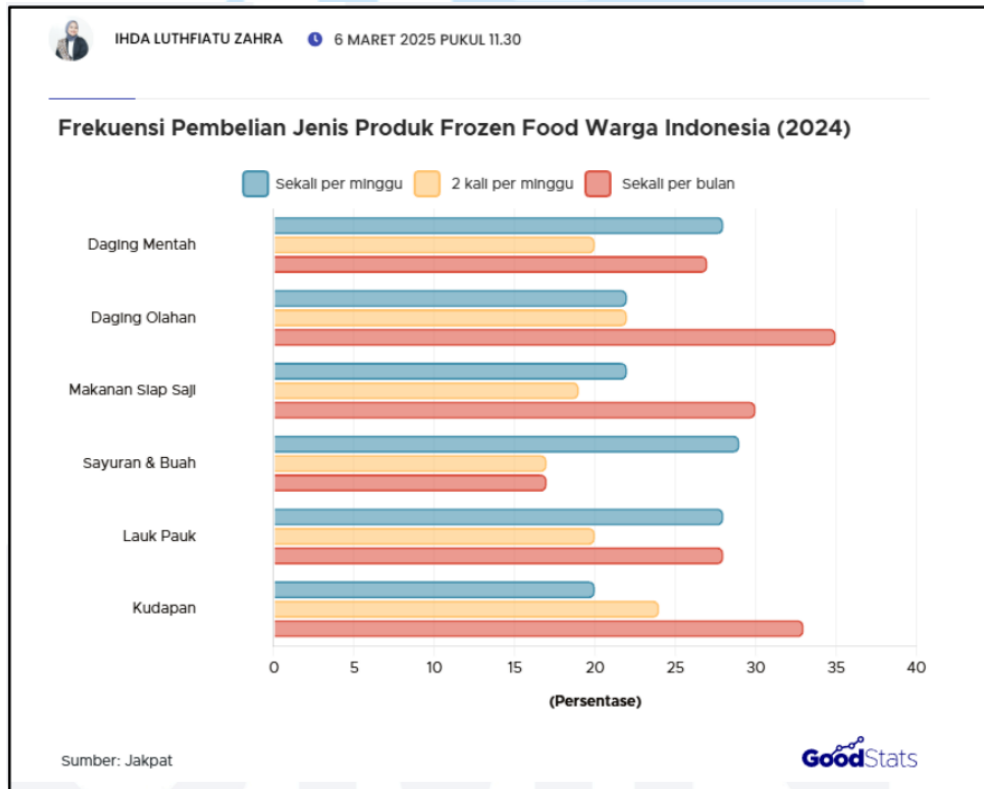


Gambar 1.1 Indonesia Frozen Food Market Size, Share, Trends and Forecast by Type 2026-2034

Sumber: [www.imarcgroup.com/\(2025\)](http://www.imarcgroup.com/(2025))

Selain itu dilansir dari artikel website data.goodstats.id (Zahra, 2025), survei yang dilakukan terhadap 1.245 responden mengungkapkan bahwa peminatan publik terhadap produk frozen food di Indonesia semakin meningkat, ditandai dengan nilai pasar yang mencapai lebih dari Rp 200 triliun pada 2024. Sebanyak 35% responden

melaporkan membeli daging olahan beku sekitar sekali dalam sebulan, sementara 24% membeli kudapan beku dengan frekuensi dua kali per minggu, dan sayur serta buah beku menjadi kategori yang paling sering dibeli sekitar satu kali setiap minggu.

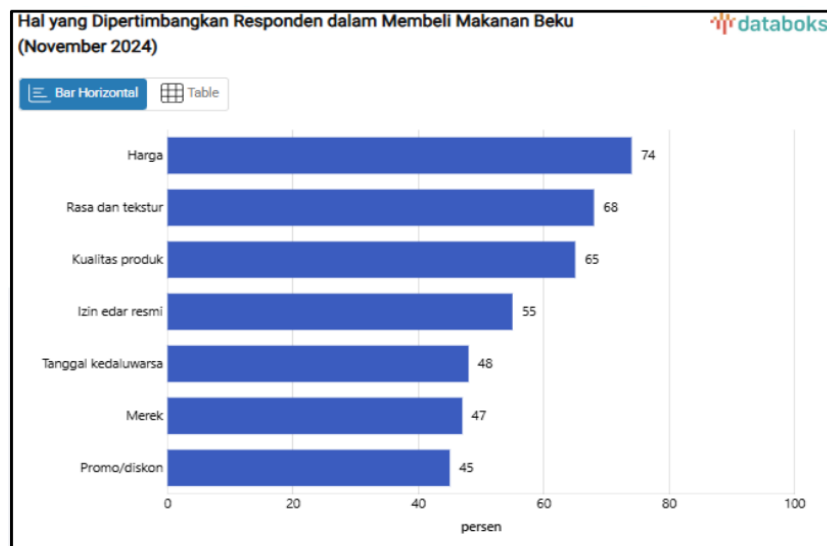


Gambar 1.2 Frekuensi Pembelian Jenis Produk Frozen Food Warga Indonesia (2024)
 Sumber: data.goodstats.id (2025).

Selain memiliki peluang pasar yang luas, dari segi produksi bisnis bakso frozen juga tergolong relatif sederhana dan tidak memerlukan proses yang rumit. Secara umum, pembuatan bakso hanya melibatkan tahapan produksi yang mudah dengan penggunaan peralatan dasar seperti kompor, panci, dan cetakan, serta penyimpanan yang cukup menggunakan freezer dengan biaya operasional listrik yang masih terjangkau. Kondisi ini menjadikan usaha bakso frozen relevan untuk dijalankan sebagai usaha rintisan, khususnya bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan modal. Disisi lain, dari aspek pemasaran, produk bakso memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi dan relatif cepat diserap pasar karena telah dikenal

luas oleh masyarakat Indonesia. Pemasaran bakso frozen dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti toko online, toko khusus frozen food, hingga kemitraan dengan pedagang sayur untuk memperluas distribusi. Meskipun demikian, bisnis bakso frozen juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti adanya kekhawatiran konsumen terhadap penggunaan bahan pengawet, kualitas kesegaran produk, serta cita rasa yang kurang sesuai.

Berdasarkan data yang dilansir dari artikel website *databoks.katadata.co.id* (Muhamad, 2024), sebanyak 58% dari 1.245 responden menyatakan pernah mengonsumsi makanan beku dalam enam bulan terakhir, yang menunjukkan bahwa produk frozen telah menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat Indonesia. Dalam memilih produk makanan beku, konsumen mempertimbangkan beberapa faktor utama, diantaranya harga (74%), rasa dan tekstur (68%), serta kualitas produk (65%). Selain itu, faktor lain seperti izin edar (55%), tanggal kedaluwarsa (48%), merek (47%), serta promo atau diskon (45%) juga turut mempengaruhi keputusan pembelian. Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun peluang pasar bakso frozen cukup besar, pelaku usaha tetap perlu memperhatikan kualitas produk dan strategi pemasaran agar mampu bersaing dan memenuhi ekspektasi konsumen.



Gambar 1.3 Hal yang Dipertimbangkan Responden dalam Membeli Makanan Beku (2024)
Sumber: *databoks.katadata.co.id* (2024).

Data tersebut sejalan dengan hasil Focus Group Discussion (FGD) yang telah dilakukan oleh penulis bersama tim terhadap calon konsumen produk bakso

kemasan. Hasil FGD menunjukkan bahwa konsumen, khususnya ibu rumah tangga, cenderung menjadikan harga sebagai pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan untuk berhemat serta tuntutan dalam mengelola kebutuhan rumah tangga agar tetap seimbang. Selain faktor harga, konsumen juga menyampaikan beberapa keluhan terkait kualitas produk, terutama pada aspek rasa dan tekstur bakso beku yang dinilai tidak konsisten. Bahkan, sebagian responden memiliki pengalaman kurang baik, seperti menemukan produk yang berbau asam akibat sistem rantai pendingin (*cold chain*) yang tidak optimal. Di sisi lain, kekhawatiran terhadap penggunaan bahan tambahan, seperti pengawet, juga menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen, terutama pada produk yang tidak memiliki merek yang jelas dan terpercaya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penulis berupaya mengembangkan produk bakso frozen dengan kualitas yang lebih baik melalui penekanan pada tiga aspek utama, yaitu kualitas produk, penggunaan bahan alami tanpa bahan pengawet, serta kemasan yang praktis dan tetap ekonomis sesuai dengan kebutuhan keluarga modern. Dengan pendekatan ini, diharapkan produk yang dikembangkan mampu menjawab kebutuhan dan kekhawatiran konsumen, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar.

1.2 Maksud dan Tujuan

1.2.1 Maksud

Pelaksanaan kegiatan ideation program ini adalah sebagai upaya untuk mengembangkan bisnis bakso frozen Basoya yang telah mulai dijalankan pada semester sebelumnya dalam mata kuliah Product Development. Kegiatan ini difokuskan pada proses eksplorasi ide, pengembangan konsep produk, serta validasi awal terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen.

1.2.2 Tujuan

Secara lebih mendalam, kegiatan ini bertujuan untuk menghasilkan konsep produk yang tidak hanya inovatif, tetapi juga layak secara teknis dan memiliki potensi pasar yang jelas. Proses ini dilakukan melalui identifikasi permasalahan

nyata yang dialami oleh konsumen, kemudian dilanjutkan dengan pengujian solusi dalam bentuk produk. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup pengujian terhadap sistem produksi dan distribusi secara langsung guna memastikan bahwa produk yang dihasilkan dapat diimplementasikan secara nyata di pasar.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Ideation Program

Ideation Program Skystar Ventures berlangsung selama 6 (enam) bulan, selama 6 bulan tersebut peserta *Ideation Program* akan mendapatkan pendampingan intensif dalam mengembangkan ide bisnis yang dirintis. *Ideation Program* berlangsung dengan anggota tim yang sudah ditentukan sejak semester 5 sebelumnya, bergitu juga dengan peran dan tanggung jawab dari setiap anggota tim juga masih mengikuti seperti pada semester 5. Penulis berada pada kelompok Basoya, kelompok Basoya memiliki 4 anggota tim sudah termasuk penulis, yang memiliki peran masing-masing yang krusial dalam proses pengembangan dan inovasi bisnis Basoya. Tujuan dari pembagian peran yang jelas dari sejak awal adalah untuk memastikan setiap fungsi dalam bisnis dapat berjalan secara optimal dan terstruktur dengan baik.

Dalam program *Ideation Skystar*, metode pembelajaran yang diterapkan terdiri dari workshop, pembelajaran asinkron melalui Google Classroom, sesi mentoring dengan mentor profesional, serta progress review bersama supervisor. Program ini dirancang untuk membekali peserta dengan pemahaman dan keterampilan dalam mengembangkan ide bisnis mulai dari tahap identifikasi masalah, validasi solusi, hingga pembuatan prototipe produk. Materi yang diberikan mencakup pengembangan mindset kewirausahaan, analisis akar masalah, riset pasar, pemetaan kompetitor, penyusunan value proposition, pembuatan business model, strategi pemasaran, perhitungan model pendapatan, pengujian produk, dan teknik pitching bisnis.

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Ideation Program

Program Ideation Skystar Ventures Tahun Akademik 2025–2026 dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan yang berlangsung dari November 2025 hingga Juni 2026. Kegiatan diawali dengan sosialisasi program pada bulan November–Desember 2025 yang bertujuan memberikan informasi mengenai program kepada mahasiswa. Selanjutnya, proses pendaftaran peserta dan pengumuman peserta terpilih dilaksanakan pada Januari 2026, bersamaan dengan penunjukan dosen pembimbing dan supervisor. Pelaksanaan kegiatan inti program berlangsung pada Februari hingga Mei 2026 yang mencakup workshop, pembelajaran asinkron melalui Google Classroom, sesi mentoring dengan mentor profesional, serta progress review bersama supervisor. Selama periode ini, peserta mengembangkan ide bisnis, melakukan validasi pasar, menyusun model bisnis, serta membuat prototipe produk sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan. Evaluasi tengah program (UTS) dilaksanakan pada minggu keempat bulan Maret 2026 melalui sesi pitching untuk menilai perkembangan ide bisnis dan hasil validasi pasar yang telah dilakukan peserta. Selanjutnya, peserta melanjutkan pengembangan bisnis dan penyempurnaan prototipe hingga akhir program. Program ditutup dengan evaluasi akhir (UAS) dan Demo Day yang diselenggarakan pada minggu pertama bulan Juni 2026. Kegiatan ini berupa pameran produk dan sesi pitching di hadapan mentor maupun evaluator untuk menilai kesiapan produk, perkembangan bisnis, serta potensi pengembangan usaha ke tahap inkubasi atau kompetisi bisnis berikutnya.

1.3.2. Tahapan Pra-Program

1. Mengikuti kegiatan sosialisasi dan PRO-STEP Track 1 yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara bekerja sama dengan Skystar Ventures secara

daring untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai pelaksanaan program dan ketentuan akademik yang berlaku.

2. Melakukan pendaftaran ke dalam Ideation Program dengan mengajukan ide bisnis Basoya melalui sistem yang disediakan oleh Skystar Ventures. Proses pendaftaran mencakup pengisian data usaha, deskripsi bisnis, serta rencana pengembangan bisnis pada tahap 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. Kegiatan ini berisi penjelasan mengenai alur program, jadwal pelaksanaan, sistem evaluasi, serta pengenalan ekosistem kewirausahaan yang dikembangkan oleh Skystar Ventures.
5. Menerima penunjukan supervisor dari Skystar Ventures dan dedicated mentor yang akan memberikan pendampingan selama program berlangsung.
6. Mengikuti kegiatan sosialisasi dan PRO-STEP Track 1 yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara bekerja sama dengan Skystar Ventures secara daring untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai pelaksanaan program dan ketentuan akademik yang berlaku.
7. Melakukan pendaftaran ke dalam Ideation Program dengan mengajukan ide bisnis Basoya melalui sistem yang disediakan oleh Skystar Ventures. Proses pendaftaran mencakup pengisian data

usaha, deskripsi bisnis, serta rencana pengembangan bisnis pada tahap awal.

8. Melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) dengan mengambil mata kuliah kerja magang sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku pada periode Januari 2026.
9. Mengikuti kegiatan kick-off Ideation Program yang dilaksanakan pada awal Februari 2026. Kegiatan ini berisi penjelasan mengenai alur program, jadwal pelaksanaan, sistem evaluasi, serta pengenalan ekosistem kewirausahaan yang dikembangkan oleh Skystar Ventures.
10. Menerima penunjukan supervisor dari Skystar Ventures dan dedicated mentor yang akan memberikan pendampingan selama program berlangsung.

1.3.3. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap pelaksanaan merupakan tahap utama dalam kegiatan kerja magang, di mana penulis bersama tim Basoya menjalankan aktivitas bisnis sekaligus mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dalam Ideation Program yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures.

1. Melakukan pembagian tugas dan tanggung jawab dalam tim sesuai dengan struktur organisasi Basoya guna memastikan seluruh kegiatan bisnis dapat berjalan secara efektif dan terkoordinasi. Sebagai CEO, penulis bertanggung jawab dalam mengarahkan strategi bisnis, melakukan koordinasi antar anggota tim dan juga harus memastikan setiap kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

2. Mengikuti berbagai kegiatan yang diselenggarakan dalam Ideation Program, antara lain:
 - Workshop online dan offline terkait kewirausahaan
 - Pembelajaran mandiri melalui platform Google Class Room
 - Sesi mentoring bersama supervisor dan dedicated mentor
3. Melakukan pencatatan seluruh aktivitas kerja magang dalam bentuk daily task melalui sistem PRO-STEP yang disediakan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebagai bentuk dokumentasi dan pelaporan kegiatan selama program berlangsung.
4. Mengikuti evaluasi tengah program (UTS) pada minggu keempat bulan Maret 2026 dalam bentuk pitching untuk mempresentasikan perkembangan bisnis Basoya, termasuk validasi pasar, pengembangan produk, serta strategi bisnis yang telah dijalankan.
5. Mengikuti evaluasi akhir program (UAS) pada bulan Juni 2026 dalam bentuk business exhibition dan pitching*sebagai sarana untuk menunjukkan hasil pengembangan bisnis, mempresentasikan prototipe produk, serta memperoleh masukan dari mentor dan evaluator.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan utama yang menjadi fokus dalam program ini. Permasalahan tersebut meliputi bagaimana menciptakan produk bakso frozen yang praktis namun tetap memiliki kualitas rasa yang baik, bagaimana menjaga konsistensi produk dari segi rasa dan bahan, serta

bagaimana menentukan target pasar yang tepat untuk produk yang dikembangkan. Selain itu, penulis juga menghadapi tantangan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk produk baru, serta bagaimana mencapai target penjualan yang telah ditetapkan dalam program. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi dasar dalam pengembangan solusi melalui produk Basoya.

1.5 Tujuan Program

Tujuan dari dilaksanakannya program ini adalah untuk membantu penulis dalam membangun dan mengembangkan bisnis secara nyata. Melalui program ini, penulis dibimbing untuk memahami proses dalam menentukan target pasar yang tepat, mengembangkan produk yang memiliki nilai jual, serta menyusun strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, dalam program ini penulis diberikan target pendapatan sebesar Rp2.500.000 per individu. Penetapan target tersebut bertujuan untuk mendorong penulis agar mampu berpikir secara strategis dan kreatif dalam menjual produk. Dengan adanya target ini, penulis tidak hanya berfokus pada aspek teori, tetapi juga pada implementasi nyata dalam dunia bisnis.

1.6 Manfaat

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dari sisi teoritis, pelaksanaan program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk data empiris mengenai preferensi konsumen terhadap produk frozen food, khususnya bakso. Selain itu, hasil dari program ini juga dapat menjadi referensi dalam memahami hubungan antara kualitas produk dan harga yang diterima oleh konsumen. Lebih lanjut, data yang diperoleh dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan standar mutu produk olahan daging beku, baik oleh pelaku usaha maupun pihak terkait lainnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, program ini diharapkan mampu menghasilkan produk bakso frozen yang memiliki kualitas rasa dan tekstur yang konsisten. Selain itu, penerapan standar operasional produksi serta pengelolaan rantai dingin diharapkan dapat meningkatkan keamanan dan kualitas produk. Produk Basoya juga diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menyiapkan makanan sehari-hari, terutama bagi keluarga yang membutuhkan solusi makanan yang praktis dan ekonomis. Di sisi lain, program ini juga membuka peluang bagi penulis untuk mengembangkan usaha di bidang makanan beku secara berkelanjutan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA