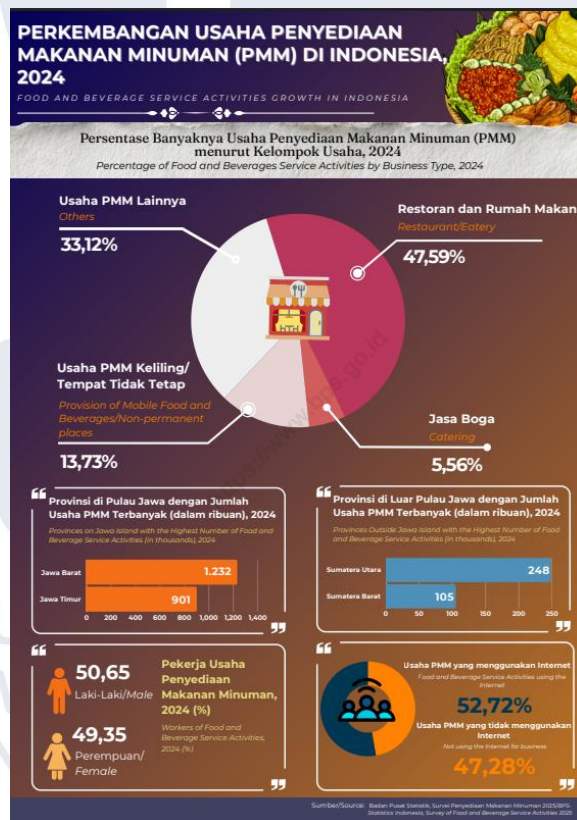


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri makanan dan minuman (food and beverage) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), sektor industri makanan dan minuman merupakan kontributor terbesar dalam industri pengolahan dengan kontribusi lebih dari 30% terhadap total sektor tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki potensi pasar yang besar serta peluang yang luas untuk terus berkembang di Indonesia.



Gambar 1. 1 Perkembangan Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman di Indonesia Tahun 2024

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan Gambar 1.1, terlihat bahwa usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia didominasi oleh sektor restoran dan rumah makan sebesar 47,59%, diikuti oleh usaha lainnya serta usaha berskala kecil seperti usaha keliling atau tidak menetap. Data ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki struktur yang beragam, mulai dari usaha berskala besar hingga usaha kecil dan menengah, termasuk bisnis rumahan dan penjualan melalui bazaar. Hal ini membuka peluang bagi pelaku usaha baru untuk memasuki industri dengan skala yang lebih fleksibel tanpa memerlukan modal yang besar di tahap awal.

Seiring dengan pertumbuhan industri tersebut, terjadi perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada gaya hidup sehat. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa dalam memilih makanan, tetapi juga memperhatikan kandungan serta dampaknya terhadap keseharian mereka. Tren ini didukung oleh laporan dari *Global Wellness Institute* yang menunjukkan bahwa nilai ekonomi global pada industri *wellness* mencapai USD 6,3 triliun pada tahun 2023. Dalam laporan tersebut, sektor *healthy eating, nutrition, and weight loss* menjadi salah satu kontributor terbesar dengan nilai lebih dari USD 1 triliun, yang menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap konsumsi makanan yang lebih sehat.



Gambar 1. 2 Global Wellness Economy Tahun 2023

Salah satu konsep yang berkembang dari tren tersebut adalah *mindful eating*, yaitu pola konsumsi yang menekankan keseimbangan antara kenikmatan dan kesehatan. Konsumen saat ini tetap ingin menikmati makanan seperti *dessert*, namun dengan pilihan yang terasa lebih ringan dan tidak menimbulkan rasa bersalah (*guilty feeling*). Hal ini mendorong munculnya berbagai inovasi dalam produk *dessert* yang tidak hanya berfokus pada rasa, tetapi juga pada pengalaman konsumsi yang lebih seimbang.

Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola makan yang lebih sehat juga mendorong minat terhadap berbagai alternatif *dessert* yang lebih *mindful*, seperti *gluten free*, *dairy free*, maupun penggunaan bahan yang lebih seimbang. Konsumen kini tidak lagi terpaku pada satu jenis pola makan tertentu, melainkan mencari fleksibilitas dalam menikmati makanan yang tetap lezat namun terasa lebih nyaman setelah dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap *dessert* mulai bergeser ke arah yang lebih modern dan berorientasi pada keseimbangan.

Namun demikian, pada praktiknya masih banyak produk *dessert* di pasaran yang cenderung tinggi gula, menggunakan bahan yang kurang seimbang, serta belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan konsumen akan *dessert* yang lebih sehat tanpa mengorbankan rasa. Hal ini menciptakan kesenjangan antara keinginan konsumen untuk menikmati *dessert* secara lebih *mindful* dengan ketersediaan produk yang benar-benar sesuai dengan ekspektasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dikembangkan sebuah bisnis bernama **Butter Joy**, yang berfokus pada produk *bakery dan dessert* sehat dengan konsep *mindful dessert*. Produk pertama yang dikembangkan adalah *cookies* dengan pendekatan *gluten free* sebagai langkah awal dalam menciptakan alternatif *dessert* yang lebih seimbang. Bisnis ini dikembangkan dalam skala awal sebagai usaha rumahan dan diuji melalui penjualan secara langsung di bazaar sebagai bentuk validasi pasar terhadap minat konsumen.

Pengembangan bisnis ini dilakukan dalam rangka mengikuti program inkubasi di Skystar Ventures melalui program Professional Skill Enhancement Program (PRO-STEP) Universitas Multimedia Nusantara. Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide bisnis secara langsung melalui proses riset, pengembangan produk, serta validasi pasar secara nyata.

Melalui program tersebut, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis mengenai kewirausahaan, tetapi juga pengalaman praktis dalam membangun bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, **Butter Joy** tidak hanya menjadi sebuah ide bisnis, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran dalam memahami proses pengembangan usaha dari tahap awal hingga pengujian kelayakan di pasar.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud

Maksud dari pelaksanaan kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan di bidang kewirausahaan melalui pengalaman langsung dalam mengembangkan bisnis di bawah program inkubasi. Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari program Professional Skill Enhancement Program (PRO-STEP) Universitas Multimedia Nusantara yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar secara praktik melalui pengembangan usaha nyata.

Selain itu, kerja magang ini bertujuan untuk memahami dinamika pengembangan bisnis secara langsung, mulai dari proses identifikasi peluang, pengembangan produk, hingga validasi pasar. Melalui keterlibatan dalam program inkubasi di Skystar Ventures yang mendukung berbagai kategori industri, mahasiswa diharapkan dapat mengasah kemampuan dalam membangun bisnis yang adaptif serta relevan dengan kebutuhan pasar.

1.2.2 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan mengimplementasikan ide bisnis Butter Joy sebagai produk bakery dan dessert dengan konsep mindful dessert yang menyeimbangkan antara rasa dan kesehatan.
2. Melakukan validasi pasar terhadap produk melalui penjualan langsung, seperti bazaar, untuk mengetahui tingkat penerimaan serta minat konsumen.
3. Memahami perilaku konsumen dalam memilih produk dessert, khususnya yang berkaitan dengan preferensi terhadap makanan yang lebih sehat dan seimbang.
4. Mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, baik dari segi rasa, kualitas bahan, maupun konsep yang ditawarkan.
5. Menguji kelayakan bisnis secara operasional dalam skala awal, termasuk proses produksi, pemasaran, dan penjualan.
6. Mengasah kemampuan kewirausahaan, seperti kemampuan problem solving, pengambilan keputusan, serta adaptasi terhadap perubahan dan respon pasar.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan dalam rangka mengikuti program Professional Skill Enhancement Program (PRO-STEP) Universitas Multimedia Nusantara yang berlangsung selama satu semester. Kegiatan magang dilaksanakan pada periode Februari 2026 hingga Juni 2026.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan melalui program inkubasi bisnis di Skystar Ventures, yang merupakan fasilitas bagi mahasiswa untuk mengembangkan usaha secara nyata. Dalam program ini, mahasiswa tidak hanya melakukan observasi, tetapi terlibat langsung dalam proses pembangunan bisnis dari tahap awal hingga evaluasi.

Adapun prosedur pelaksanaan kerja magang terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Mengikuti Program PRO-STEP

Mahasiswa mendaftar dan mengikuti program PRO-STEP sebagai bagian dari kurikulum pembelajaran berbasis praktik yang berfokus pada pengembangan keterampilan profesional dan kewirausahaan.

2. Bergabung dalam Inkubator Bisnis

Mahasiswa menjalankan kegiatan magang di bawah bimbingan Skystar Ventures sebagai inkubator bisnis yang mendukung pengembangan usaha dari berbagai kategori industri.

3. Pengembangan Ide Bisnis

Mahasiswa mengembangkan ide bisnis Butter Joy dengan melakukan identifikasi peluang pasar serta menentukan konsep produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Pengembangan Produk (MVP)

Mahasiswa mengembangkan produk awal berupa cookies sebagai Minimum Viable Product (MVP) dengan konsep mindful dessert untuk diuji ke pasar.

5. Validasi Pasar

Mahasiswa melakukan pengujian pasar melalui penjualan langsung, seperti bazaar, guna mengetahui respon, minat, serta feedback dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

6. Evaluasi dan Pengembangan

Mahasiswa melakukan evaluasi terhadap hasil penjualan dan feedback konsumen untuk melakukan perbaikan serta pengembangan produk ke tahap berikutnya.

Selama periode tersebut, mahasiswa menjalankan kegiatan pengembangan bisnis secara aktif, mulai dari tahap perencanaan, pengembangan produk, hingga validasi pasar melalui berbagai aktivitas seperti produksi dan penjualan langsung.