

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan memiliki peran yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta menciptakan peluang kerja baru di masyarakat. Melalui aktivitas kewirausahaan, individu tidak hanya belajar untuk mengembangkan ide kreatif, tetapi juga dituntut untuk mampu mengidentifikasi peluang pasar, mengambil risiko, serta memberikan solusi terhadap kebutuhan konsumen (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Oleh karena itu, mahasiswa tidak hanya perlu memahami konsep kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga perlu memiliki pengalaman langsung dalam mengembangkan dan menjalankan suatu usaha.

Universitas Multimedia Nusantara menyediakan sebuah program *tech incubator* yang bernama Skystar Ventures yang bertujuan untuk mendukung mahasiswa dalam mengembangkan usaha yang mereka rintis. Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis sekaligus *coworking space* yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan berada di bawah naungan Kompas Gramedia Group. Melalui program ini, mahasiswa yang menjalankan startup memperoleh berbagai bentuk dukungan untuk membantu proses pengembangan bisnis mereka melalui program inkubasi yang komprehensif. Selain menyediakan program pembinaan, Skystar Ventures juga menyediakan fasilitas ruang kerja yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk menjalankan kegiatan operasional bisnis maupun melakukan pertemuan dengan tim atau mentor. Bagi mahasiswa program studi Manajemen dengan peminatan entrepreneurship di Universitas Multimedia Nusantara, partisipasi dalam program magang yang dilaksanakan di Skystar Ventures merupakan salah satu kewajiban akademik. Selama mengikuti program magang tersebut, mahasiswa juga mendapatkan pendampingan serta sesi mentoring dari para mentor profesional yang berpengalaman di bidangnya untuk membantu mengarahkan dan membimbing proses pengembangan bisnis yang sedang dijalankan.

Salah satu sektor bisnis yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah industri makanan dan minuman, khususnya pada kategori dessert atau makanan penutup. Berdasarkan data dari Statista (2024), pasar dessert secara global menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk makanan yang tidak hanya memiliki rasa yang baik, tetapi juga memiliki tampilan visual yang menarik serta pengalaman konsumsi yang unik. Produk dessert yang menarik secara visual juga memiliki potensi lebih besar untuk dipromosikan melalui media sosial, sehingga semakin meningkatkan daya tariknya di kalangan konsumen.

Di Indonesia, perkembangan tren dessert modern juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah meningkatnya popularitas budaya Korea atau yang dikenal dengan fenomena Hallyu Wave. Pengaruh budaya tersebut tidak hanya terlihat dalam bidang hiburan, tetapi juga dalam gaya hidup dan preferensi kuliner masyarakat, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Berbagai produk dessert seperti boba drink, soft serve, serta Korean dessert semakin banyak diminati karena menawarkan pengalaman konsumsi yang berbeda serta tampilan produk yang menarik secara visual (Katadata.co.id, 2023).

Sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dengan peminatan *entrepreneurship*, penulis mengikuti program magang di Skystar Ventures. Dalam program magang ini, penulis bersama rekan lainnya yang totalnya terdiri dari 4 orang dalam satu tim, mengembangkan bisnis dessert bernama Shave Space yang berfokus pada penjualan Korean shaved ice dengan konsep modern dan harga yang relatif terjangkau. Produk utama yang ditawarkan berupa es serut premium dengan beberapa varian rasa, seperti matcha, coklat, dan taro. Selain itu, konsumen juga diberikan kebebasan untuk menambahkan berbagai topping sesuai preferensi mereka, seperti oreo crumbs, pudding, jelly, maupun boba. Produk disajikan dalam kemasan cup transparan yang dirancang agar terlihat menarik secara visual serta cocok untuk dibagikan melalui media sosial.

Dalam praktiknya, penulis juga mengidentifikasi adanya kesenjangan dalam pasar dessert yang ada saat ini. Di satu sisi, terdapat produk dessert premium seperti

Korean Bingsoo atau dessert café modern yang menawarkan kualitas produk yang tinggi serta pengalaman konsumsi yang nyaman, namun dengan harga yang relatif tinggi sehingga tidak selalu terjangkau bagi kalangan pelajar dan mahasiswa. Di sisi lain, terdapat produk dessert dengan harga yang lebih murah tetapi sering kali memiliki keterbatasan dalam hal inovasi produk, kualitas bahan, maupun konsep penyajian.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya peluang untuk menghadirkan produk dessert yang mampu menjembatani kedua segmen tersebut, yaitu produk yang memiliki kualitas baik, tampilan menarik, serta harga yang tetap dapat terjangkau oleh target pasar utama. Oleh karena itu, keberadaan ShaveSpace diharapkan dapat memberikan alternatif pilihan dessert bagi konsumen, khususnya kalangan pelajar dan mahasiswa yang menginginkan produk dessert dengan konsep modern namun tetap terjangkau.

Selama proses pengembangan bisnis ShaveSpace, Skystar Ventures memberikan dukungan melalui program pembinaan dan pendampingan oleh mentor yang membantu tim dalam menjalankan serta mengembangkan usaha. Para mentor tidak hanya memberikan arahan terkait strategi bisnis, tetapi juga memberikan berbagai masukan yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan bisnis ShaveSpace di masa mendatang. Dalam pelaksanaan program magang tersebut, penulis dipercaya untuk menempati posisi sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* dalam tim ShaveSpace yang bertanggung jawab atas pengelolaan seluruh aspek pemasaran bisnis. Tanggung jawab tersebut meliputi merancang strategi pemasaran, membangun identitas brand, serta memastikan semua aktivitas pemasaran tidak hanya menghasilkan *likes* atau *followers*, tetapi mampu mendatangkan prospek berkualitas yang berujung pada pembelian nyata. Peran ini memiliki kontribusi penting dalam menjaga stabilitas operasional serta mendukung keberlanjutan bisnis ShaveSpace.

Pemilihan posisi Chief Marketing Officer (CMO) didasari oleh keinginan penulis untuk menjadi jembatan utama antara inovasi produk dan kebutuhan konsumen. Melalui peran ini, penulis mendapatkan kesempatan berharga untuk

mengasah kemampuan analisis data serta kreativitas dalam berkomunikasi secara strategis. Menjadi seorang CMO memberikan pembelajaran mendalam mengenai perilaku manusia dan dinamika pasar, di mana penulis belajar untuk tidak hanya melihat angka, tetapi juga memahami emosi dan preferensi yang menggerakkan keputusan seorang pelanggan. Pengalaman ini membentuk pola pikir yang tajam dalam memetakan peluang bisnis yang relevan dengan tren masa kini.

Nilai tambah yang didapatkan dari posisi ini adalah kemampuan untuk mengintegrasikan visi besar bisnis ke dalam pesan yang sederhana dan menarik bagi audiens. Sebagai CMO, penulis memiliki sudut pandang strategis dalam mengelola reputasi perusahaan dan membangun loyalitas jangka panjang. Keahlian ini memberikan keunggulan kompetitif karena penulis mampu memastikan bahwa setiap produk yang dikembangkan memiliki nilai jual yang unik. Selain itu, peran ini melatih kepemimpinan dalam mengoordinasikan ide-ide kreatif agar selaras dengan tujuan finansial dan operasional perusahaan, sehingga tercipta pertumbuhan bisnis yang seimbang.

Kontribusi sebagai CMO juga memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat melalui penyampaian informasi yang edukatif dan transparan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang jujur, penulis membantu masyarakat dalam membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas dan bernilai. Pemasaran yang bertanggung jawab juga berperan dalam menciptakan standar industri yang lebih sehat, di mana bisnis tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga mengedepankan kualitas dan kepercayaan publik. Hal ini secara tidak langsung mendorong terciptanya ekosistem usaha yang lebih profesional dan berorientasi pada kepuasan pelanggan secara luas.

Efektivitas peran ini didukung oleh keunggulan pemasaran di era digital saat ini. Pemasaran modern menawarkan kemudahan dalam menjangkau target pasar secara spesifik, cepat, dan dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode tradisional. Penggunaan media sosial dan alat analisis data memungkinkan penulis untuk memantau hasil kampanye secara langsung dan akurat. Keunggulan ini memastikan bahwa setiap langkah pemasaran yang diambil didasarkan pada data

yang nyata, sehingga strategi yang dijalankan mampu menghasilkan dampak ekonomi yang signifikan dan mendukung keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang ketat.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang dilaksanakan sebagai salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di Universitas Multimedia Nusantara. Proses pelaksanaan magang diawali dengan pengisian serta pengajuan data kepada Skystar Ventures yang berada di lingkungan Universitas Multimedia Nusantara. Setelah seluruh data yang diajukan diterima dan dinyatakan memenuhi persyaratan oleh pihak Skystar Ventures, mahasiswa diperbolehkan untuk memulai program kerja magang di institusi tersebut. Pelaksanaan kegiatan magang ini bertujuan untuk menambah pengetahuan serta memperluas wawasan penulis, khususnya dalam bidang kewirausahaan. Melalui kegiatan ini, penulis diharapkan dapat memperoleh pengalaman praktis yang berkaitan dengan proses pengelolaan dan pengembangan bisnis. Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bertujuan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk bisa menarik lebih banyak pelanggan serta memperluas jangkauan pasar
2. Bertujuan untuk memperoleh pengetahuan tambahan dan juga keterampilan dalam menjalankan dan mengelola bisnis khususnya di bidang F&B dari berbagai aspek, seperti dalam aspek operasional, keuangan, marketing, dan juga strategi bisnisnya
3. Bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan juga memperluas *brand awareness* ShaveSpace dari aktivitas promosi digital yang ada
4. Bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 Program Studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan regulasi akademik yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, setiap mahasiswa diwajibkan menyelesaikan program magang atau Prostep dengan akumulasi waktu minimal 640 jam kerja, yang umumnya ditempuh dalam durasi empat bulan. Penulis sendiri melaksanakan program Prostep peminatan *entrepreneurship* ini di inkubator bisnis Skystar Ventures, yang berlangsung sejak tanggal 2 Februari 2026 hingga 5 Juni 2026. Selama periode tersebut, seluruh proses pengembangan bisnis dipantau secara berkala. Adapun prosedur sistematis yang penulis lalui untuk merampungkan program ini terbagi menjadi beberapa tahapan utama, yaitu:

#### 1. Tahap Registrasi dan Pendaftaran Administrasi

Proses awal ini diikuti oleh penulis pada bulan Desember, bertepatan dengan dibukanya gerbang pendaftaran magang oleh pihak Skystar Ventures bagi mahasiswa Manajemen yang mengambil fokus kewirausahaan dan telah memiliki rintisan usaha (*startup*).

#### 2. Tahap Pelaksanaan Inkubasi dan Kegiatan Operasional

Fase operasional magang resmi berjalan pada hari Senin, 2 Februari 2026, yang diawali dengan agenda *Kick-Off* resmi di area kampus Universitas Multimedia Nusantara. Acara pembukaan ini berfungsi sebagai pembekalan awal bagi seluruh tim mengenai aturan main, batas pencapaian (*milestone*), serta jadwal kegiatan yang wajib diikuti sepanjang program berlangsung.

Berikut lampiran data yang dilakukan selama pelaksanaan kerja magang:

Nama Perusahaan	: Skystar Ventures
Bidang Usaha	: <i>Incubator Business</i>
Pelaksanaan	: 2 Februari 2026 – 5 Juni 2026
Waktu Kerja	: Senin-Jumat
Posisi Magang	: CMO ( <i>Chief Marketing Officer</i> ) pada ShaveSpace
Alamat	: Universitas Multimedia Nusantara, New Media Tower, Jl. Scientia Boulevard, Summarecon Gading Serpong, Tangerang, Banten, Indonesia, 15811