BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor kewirausahaan memegang peranan krusial sebagai katalisator utama dalam memacu akselerasi pertumbuhan ekonomi, menekan angka pengangguran, serta memperkuat daya saing makro di tingkat nasional. Menilik data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), angka pengangguran terbuka di Indonesia yang menyentuh 7,28 juta jiwa mengindikasikan masih minimnya jumlah wirausahawan yang mampu mengabsorpsi tenaga kerja. Hal ini dipertegas oleh laporan Kumparan Plus (2024) yang menyatakan rasio usahawan pemula di Indonesia baru mencapai 3,47% dari total populasi, sebuah angka yang tertinggal jauh jika dikomparasikan dengan negara-negara maju yang idealnya berada di kisaran 10% hingga 12%. Hambatan ini umumnya berakar dari keterbatasan penetrasi modal, kendala perizinan, hingga rendahnya motivasi masyarakat untuk beralih dari orientasi pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*).

Di sisi lain, pergeseran gaya hidup masyarakat urban saat ini memunculkan fenomena yang bertolak belakang di sektor pemenuhan pangan harian. Tren konsumsi produk *bakery* di Indonesia terus menunjukkan grafik pertumbuhan yang masif, di mana data Statista (2024) memproyeksikan pertumbuhan pasar industri ini mencapai 6,8% per tahun. Namun, urgensi kepraktisan masyarakat urban sering kali mengabaikan aspek kesehatan pencernaan yang merupakan fondasi vital imunitas tubuh. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), Indonesia kini menduduki peringkat keempat secara global dalam akumulasi kasus dispepsia tertinggi. Data Kementerian Kesehatan (2023) juga memvalidasi bahwa gangguan pencernaan kronis seperti Gastroesophageal Reflux Disease (GERD) dan gastritis telah menjadi keluhan utama bagi mayoritas masyarakat usia produktif.

Salah satu determinan utama dari degradasi kesehatan pencernaan ini adalah maraknya konsumsi roti komersial yang diproduksi secara massal menggunakan ragi instan serta zat pengembang kimia buatan. Proses fermentasi yang dipangkas terlalu singkat mengakibatkan struktur protein gluten dan asam fitat di dalam tepung gagal terurai dengan sempurna. Konsekuensinya, produk bakery tersebut sulit dicerna oleh lambung, sehingga memicu efek samping berupa perut kembung (begah), iritasi dinding lambung bagi konsumen sensitif, hingga lonjakan indeks glikemik secara mendadak.

Menanggapi disparitas tersebut, dilakukanlah sebuah riset pasar mandiri pada 28 Agustus 2025 dengan melibatkan 35 responden yang merepresentasikan klaster mahasiswa dan pekerja produktif di kawasan Tangerang. Hasil studi tersebut memaparkan anomali pasar yang signifikan: sebanyak 95% responden sangat mengandalkan produk roti sebagai menu sarapan harian karena faktor efisiensi waktu, namun 80% di antaranya secara konsisten mengeluhkan gangguan pencernaan pasca-konsumsi. Di samping itu, terdapat 65% responden yang secara eksplisit mengekspresikan preferensi dan minat beli tinggi terhadap produk roti sehat berbasis bahan organik tanpa kontaminasi zat kimia buatan. *Gap* pasar antara kebutuhan pangan instan dan jaminan kesehatan jangka panjang inilah yang melandasi urgensi kelahiran **PANIVIELAB**.

PANIVIELAB hadir sebagai sebuah inovasi *artisan bakery* ramah pencernaan (*GERD-friendly*) yang mengintegrasikan aspek pemenuhan nutrisi harian dengan keaslian cita rasa kuliner modern. Mengusung komitmen mutu tinggi, seluruh varian produk PANIVIELAB diolah menggunakan metode fermentasi alami jangka panjang (*sourdough*) berkisar antara 12 hingga 24 jam. Durasi fermentasi biologis yang optimal ini secara ilmiah mampu merombak struktur gluten menjadi senyawa yang jauh lebih sederhana, bebas dari pengawet sintetis, serta tanpa zat pengembang buatan. Guna mengonversikan konsep bisnis ini menjadi

sebuah entitas usaha yang *scalable*, legal, dan komersial, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) memfasilitasi mahasiswa melalui *Professional Skill Enhancement Program* (Pro-Step). Program berbasis *experiential learning* ini dipilih oleh penulis dengan menempatkan lokus kerja magang di Skystar Ventures, sebuah inkubator bisnis teknologi dan *startup* di bawah naungan UMN. Melalui ekosistem inkubasi di Skystar Ventures, penulis mendapatkan platform strategis di Semester 6 ini untuk menguji validasi pasar riil, mengelola komersialisasi produk, serta mengasah kompetensi manajerial tingkat eksekutif dalam mengakselerasi pertumbuhan industri pangan sehat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang melalui skema *Professional Skill Enhancement Program* (Pro-Step) di Skystar Ventures ini dilakukan agar penulis bisa mempraktikkan langsung ilmu manajemen perkuliahan ke dalam ekosistem *startup* yang sesungguhnya. Mengikuti *Ideation Program* di Skystar Ventures menjadi jembatan penting bagi penulis untuk mengubah teori bisnis menjadi aksi nyata dalam mengelola sebuah bisnis rintisan.

Sebagai mahasiswa yang menjalankan peran ganda sebagai *Chief Operating Officer* (COO) di PANIVIELAB, penulis memiliki beberapa tujuan utama yang ingin dicapai selama masa magang di Semester 6 ini, yaitu:

1. Melatih kemampuan memimpin, mengoordinasikan anggota tim, dan mengambil keputusan penting bagi bisnis berdasarkan kondisi nyata di lapangan.
2. Mempraktikkan fungsi dasar manajemen secara langsung (POAC), mulai dari merencanakan operasional, membagi tugas tim, mengeksekusi rencana jualan, hingga mengontrol kualitas produk *artisan bakery*.

3. Menyusun arah perkembangan PANIVIELAB agar bisa tumbuh dari tahap ideasi awal menjadi bisnis makanan sehat yang siap bersaing, memiliki daya saing kuat, dan berkelanjutan.
4. Menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat untuk meningkatkan penjualan, menggerakkan promosi harian, dan mengenalkan brand ke masyarakat luas.
5. Memahami proses inovasi produk secara mendalam lewat kegiatan *Research and Development* (R&D) menu baru (seperti *Salt Bread Sourdough*) dan uji coba langsung ke konsumen.
6. Mengasah kemampuan kerja sama, komunikasi, dan cara menyelesaikan masalah lintas divisi (Produksi, Keuangan, Operasional, Pemasaran) di dalam tim kerja *startup*.
7. Memperluas jaringan profesional (*networking*) dengan para praktisi dan pelaku industri kuliner melalui ekosistem inkubasi di Skystar Ventures.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas kerja magang pada Semester 6 ini berjalan intensif selama kurun waktu 640 jam kerja, yang terhitung sejak 2 Februari hingga 4 Juni 2026. Seluruh jadwal bimbingan operasional dan perkembangan *startup* dikoordinasikan secara berkala di dalam ekosistem inkubator Skystar Ventures UMN di bawah arahan Ibu Cinthya Tania selaku supervisor lapangan, serta bimbingan akademis dari Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing internal.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Alur kerja dan tahapan yang dijalani penulis selama mengikuti *deation Program* di Skystar Ventures disusun secara runtut melalui langkah-langkah berikut:

1. **Tahap Pendaftaran dan Pembekalan:** Penulis mengikuti prosedur pendaftaran resmi untuk program Pro-Step Semester 6 di UMN, lalu menghadiri sesi orientasi mengenai aturan magang, mekanisme bimbingan asinkron via Google Classroom, dan target indikator kinerja utama (KPI) *startup*.
2. **Tahap Penyelarasan Tim dan Pembagian Peran:** Anggota tim berkumpul untuk menyatukan visi bisnis jangka panjang. Penulis didelegasikan sebagai COO, serta berkoordinasi dengan Stefany Elnick Ohello (CFO), Jolin Stefanie (CPO), dan Maulana Rivai Mustapa (CEO & CMO) untuk memastikan setiap fungsi dalam tim bekerja secara harmonis.
3. **Tahap Riset dan Pengembangan Produk (*R&D*):** Mengubah data riset pasar menjadi bentuk produk nyata. Penulis berkoordinasi dengan divisi produksi (CPO) dan *marketing* (CEO & CMO) untuk melakukan 5 kali percobaan formula dalam seminggu guna mematangkan menu *Salt Bread Sourdough* rasa *Original* agar lembut dan aman di lambung.
4. **Tahap Launching dan Validasi Pasar Komersial:** Meluncurkan produk dari tahap uji coba ke tahap jualan komersial yang sesungguhnya. Proses ini diwujudkan lewat *official launching* produk, penjualan harian, serta membuka *booth* komersial di event besar seperti *Bazaar* SQP HUB dan Open House UMN.
5. **Tahap Eksekusi Strategi Pemasaran:** Selaku COO, penulis memimpin pembuatan identitas visual brand (dominan warna merah maroon dan krem), mendesain kemasan produk, menyusun kalender konten, dan memproduksi konten edukasi kesehatan di media sosial untuk menarik minat pembeli secara digital.
6. **Tahap *Mentoring*, Evaluasi, dan Laporan Akhir:** Menjalankan sesi progress review minimal dua kali sebulan secara tatap muka dengan Ibu Cinthya Tania, serta bimbingan industri minimal tiga kali bersama Bapak Rico Tungadi. Seluruh hasil evaluasi

operasional, analisis keuangan (seperti target BEP 238 unit), dan kendala lapangan dirangkum menjadi draf laporan akhir Pro-Step di bulan Juni 2026.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA