

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Makanan dan Minuman (F&B) di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang positif dalam beberapa tahun terakhir, terutama di sektor minuman modern. Perkembangan ini sejalan dengan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis—konsumen kini tidak hanya mencari rasa yang lezat, tetapi juga mulai mempertimbangkan nilai tambah seperti aspek kesehatan dan pengalaman saat menikmati produk. Pergeseran selera ini tentu membuat persaingan bisnis semakin ketat. Agar dapat bertahan dan berkembang, pelaku usaha dituntut untuk merumuskan strategi yang matang, terutama dalam hal pengelolaan keuangan. Bagaimanapun juga, manajemen keuangan adalah urat nadi perusahaan yang sangat menentukan keberlangsungan usaha. Pengelolaan yang teratur akan sangat membantu bisnis dalam mengatur arus kas, mengendalikan biaya operasional, menentukan harga jual yang tepat, hingga mengambil keputusan strategis. Sejalan dengan pandangan Brigham dan Houston (2019), tujuan utama manajemen keuangan pada dasarnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan melalui efisiensi sumber daya. Dengan kata lain, produk yang berkualitas saja tidak akan cukup jika tidak didukung oleh fondasi keuangan yang sehat.

Di tengah ketatnya persaingan, minuman berbasis matcha semakin diminati dan mendorong banyak pelaku usaha untuk berinovasi. Namun, bisnis ini menghadapi tantangan tersendiri, terutama terkait bahan baku. Bubuk matcha berkualitas biasanya harus diimpor dari Jepang, yang mengakibatkan biaya produksi yang cukup tinggi. Akibatnya, harga jual produk menjadi mahal dan umumnya hanya dapat diakses oleh kalangan menengah ke atas. Sebaliknya, produk matcha yang ditawarkan dengan harga rendah sering kali mengorbankan kualitas, baik dari segi rasa maupun keaslian bahan. Di sinilah kemampuan manajemen keuangan diuji. Perusahaan dituntut untuk berpikir kreatif dalam menekan biaya produksi seefisien mungkin tanpa mengorbankan kualitas produk, sambil memastikan harga jual tetap kompetitif dan dapat dijangkau oleh berbagai lapisan konsumen.

Melihat peluang dan kondisi tersebut, MatchaDeh hadir dengan solusi melalui konsep "Rasa Premium Harga Sehari-hari". Bisnis minuman ini dirancang khusus untuk menyajikan

matcha berkualitas tinggi dengan harga yang lebih terjangkau, terutama bagi mahasiswa, pekerja muda, dan masyarakat umum. Untuk mewujudkan hal ini, MatchaDeh menerapkan disiplin manajemen keuangan yang ketat dalam operasional sehari-harinya. Mulai dari penyusunan anggaran bahan baku, pemantauan arus kas, kontrol pengeluaran operasional, hingga evaluasi margin keuntungan. Langkah-langkah ini diambil untuk memastikan bisnis tetap stabil dan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Selain menjaga kualitas, MatchaDeh juga memanfaatkan ekosistem digital untuk mengurangi biaya. Alih-alih mengeluarkan modal besar untuk membuka banyak gerai fisik, penjualan difokuskan secara online melalui platform seperti GoFood, GrabFood, serta promosi melalui media sosial. Strategi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang jauh lebih efisien, sehingga dana perusahaan dapat dialokasikan untuk kebutuhan yang lebih penting seperti pengembangan produk dan pemasaran.

Ketertarikan penulis terhadap dinamika penerapan manajemen keuangan dalam bisnis startup F&B menjadi alasan utama pemilihan MatchaDeh sebagai subjek penelitian. Melalui keterlibatan langsung dalam operasional harian perusahaan, penulis memiliki kesempatan untuk mengamati praktik nyata dari teori-teori pengelolaan keuangan di lapangan. Pengalaman yang dimulai dari proses pencatatan pengeluaran, penyusunan anggaran bulanan, hingga analisis profitabilitas bisnis, memberikan gambaran menyeluruh bahwa keuangan benar-benar memegang kendali atas arah strategis suatu usaha. MatchaDeh bukan hanya sekadar merek minuman kekinian, tetapi juga sebuah laboratorium nyata yang menunjukkan bagaimana tata kelola bisnis dan manajemen keuangan diterapkan dalam dunia kewirausahaan. Diharapkan, dengan sistem pengelolaan keuangan yang kuat, MatchaDeh dapat terus mempertahankan kualitasnya, beroperasi dengan stabil, dan semakin berkembang di tengah persaingan ketat industri F&B saat ini.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan magang merupakan bagian dari kurikulum yang bertujuan untuk menghubungkan teori akademis dengan praktik di dunia industri. Melalui program ini, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan kompetensi baik secara teknis maupun non-teknis.

Secara khusus, tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini adalah:

- Memahami peran dan fungsi **Chief Financial Officer (CFO)** dalam suatu bisnis
- Mengimplementasikan konsep manajemen keuangan dalam situasi nyata
- Mengembangkan kemampuan analisis keuangan dan pengambilan keputusan berbasis data
- Meningkatkan keterampilan dalam perencanaan anggaran dan pengendalian biaya
- Mengidentifikasi risiko keuangan serta strategi mitigasinya dalam operasional bisnis



1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan magang merujuk pada jadwal yang telah ditentukan sesuai dengan kebijakan instansi. Kegiatan ini dilaksanakan dari tanggal 11 Maret 2026 hingga [...], dengan total durasi selama []. Selama periode tersebut, mahasiswa diberikan tugas untuk melaksanakan berbagai aktivitas dan tanggung jawab yang berkaitan dengan divisi atau bidang kerja masing-masing.

Mengenai jam operasional, mahasiswa mengikuti standar perusahaan, yaitu dari pukul 09.00 sampai 17.00, dengan jumlah hari kerja efektif sebanyak 2 hari dalam seminggu. Di samping itu, kepatuhan terhadap regulasi internal perusahaan juga menjadi prioritas, yang mencakup aspek penjadwalan, sistem kehadiran, serta prosedur operasional standar.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan magang disusun berdasarkan alur kerja yang telah disepakati antara Universitas Multimedia Nusantara dan perusahaan mitra. Berikut adalah rincian prosedur yang harus dilalui oleh mahasiswa selama program magang berlangsung:

1. Partisipasi dalam Pembekalan Magang. Mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti sesi orientasi yang diadakan oleh jurusan Manajemen melalui

platform Zoom Meeting. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai prosedur administratif dan etika kerja.

2. Administrasi Akademik (KRS MBKM Track 1). Mahasiswa melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) MBKM Track 1 melalui sistem akademik myumn.ac.id pada periode yang telah ditentukan.

3. Proses Seleksi Peserta. Mahasiswa mengisi formulir pendaftaran yang telah disediakan. Formulir ini mencakup data diri, pernyataan motivasi, serta spesifikasi bidang kerja yang diminati sebagai bahan seleksi.

4. Verifikasi Tempat Magang. Pendaftaran perusahaan dilakukan melalui platform merdeka.umn.ac.id. Setelah pengajuan, mahasiswa harus menunggu persetujuan resmi dari pihak universitas sebelum kegiatan magang dapat dimulai.

5. Pelaporan Harian dan Evaluasi. Mahasiswa diwajibkan untuk mengisi laporan harian (daily task) serta mengikuti evaluasi (exam) setelah menyelesaikan sesi magang. Hal ini berfungsi sebagai dokumentasi progres kerja yang objektif.

6. Pelaksanaan Praktik Kerja. Mahasiswa menjalankan peran sebagai Chief Executive Officer (CEO) di MatchaDeh. Tanggung jawab utama dalam posisi

7. Tugas dan Tanggung Jawab yang Ditekankan. Sebagai CEO, mahasiswa memiliki tanggung jawab terhadap aspek-aspek strategis perusahaan, yang mencakup:

- a. Mengawasi rantai pasok (supply chain) dan memastikan produk memenuhi standar kualitas.
 - b. Merencanakan strategi produksi dan distribusi dalam skala makro.
 - c. Mengembangkan strategi bisnis dan pemasaran untuk memperluas pasar.
 - d. Melakukan analisis terhadap laporan keuangan dan operasional untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis.
 - e. Memimpin tim dalam pengambilan keputusan strategis serta koordinasi antar divisi.
8. Pendampingan oleh Supervisor dan Mentor. Selama program berlangsung, mahasiswa mendapatkan bimbingan dari Hoky Nanda dan Adriant Gemiarto. Bimbingan ini berfokus pada arahan manajemen strategis serta pendalaman pengetahuan tentang industri kuliner

