

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Program Wirausaha Merdeka adalah program yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Program ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengikuti Program Wirausaha Unggulan dari Perguruan Tinggi lainnya dan mengembangkan diri menjadi calon entrepreneur melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Program ini juga merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat Indonesia dengan mengajak para mahasiswa untuk berkolaborasi, beraksi, dan berbakti untuk negeri. Mahasiswa diharapkan dapat menjadi agen perubahan (*agent of change*) yang membantu meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat dan menjadi agen penggerak (*agent of driven*) dalam memberikan solusi inovasi untuk membuka lapangan pekerjaan melalui peluang dan perkembangan bisnis mahasiswa, serta menjadi agen pelopor (*agent of creator*) untuk menumbuhkan potensi kewirausahaan baru di Indonesia. Program ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengasah jiwa kewirausahaan, *soft skills*, dan manajerial, serta mendorong peningkatan pengalaman wirausaha mahasiswa dan peningkatan kemampuan daya kerja mahasiswa yang dapat diakui dan diterapkan dalam bentuk Satuan Kredit Semester (SKS).

Desa Wisata Organik Lombok Kulon adalah tempat wisata yang berfokus pada edukasi bagi wisatawan maupun pada masyarakat sekitar. Kawasan desa wisata ini memiliki potensi lokal yang menjadi unggulan yaitu sebagian besar hasil sumber daya alamnya berbasis organik seperti beras, sayur mayur dan ikan air tawar yang pada pengembangannya dibentuklah sebuah desa wisata organik berbasis pada masyarakat. Dalam usaha membangun branding dan meningkatkan pemasaran, Desa Wisata Lombok Kulon telah menggunakan media digital. Namun, cara ini belum mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Terlebih lagi, pandemi Covid-19 semakin menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lombok Kulon.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan keberlanjutan lingkungan, produk organik, khususnya yang berbasis beras organik, menjadi fokus perhatian. Pemanfaatan beras organik sebagai bahan dasar inovasi minuman *Rice Milk* dan Sereal Bubuk mencerminkan respon terhadap permintaan konsumen akan produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan.

Dalam upaya mengintegrasikan inovasi produk dengan pengembangan kewirausahaan mahasiswa, Program Wirausaha Merdeka yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengikuti Program Wirausaha Unggulan dari Perguruan Tinggi lainnya dan mengembangkan diri menjadi calon *entrepreneur* melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Mahasiswa yang terlibat diharapkan dapat menjadi agen perubahan, penggerak, dan pelopor dalam memberikan solusi inovatif untuk membuka lapangan pekerjaan dan mengembangkan bisnis, sejalan dengan visi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka.

Salah satu potensi pengembangan kewirausahaan adalah melibatkan mahasiswa dalam pengembangan Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Untuk mendorong perkembangan sektor pariwisata dan pemasaran produk, promosi menjadi hal yang penting. Promosi pariwisata berkaitan dengan kegiatan komunikasi dan publikasi untuk membangun citra mengenai destinasi dan atraksi wisata. Promosi adalah unsur dari bauran pemasaran organisasi yang bertujuan memberitahukan, menginformasikan, dan mengingatkan target pasar dari organisasi atau produk yang dipasarkan. Salah satu bentuk promosi yang mudah dan luas jangkauannya adalah dengan menggunakan sosial media.

Dalam melakukan pengembangan terhadap Desa Wisata Organik Lombok Kulon, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso, penggunaan *company profile* berbasis *web* dan optimasi sosial media juga dapat membantu meningkatkan pemasaran dan *branding* desa wisata. *Company profile* berbasis *web* memungkinkan promosi yang lebih personal dan sesuai dengan target yang diinginkan, sehingga pelaku wisata diharapkan dapat mengetahui demografi, psikografi, dan perilaku konsumen secara efektif. Selain itu, optimasi pada sosial

media dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan produk dan destinasi wisata lokal. Pengelolaan sosial media yang serius dapat menjadi ujung tombak dari kegiatan promosi. Dalam hal ini, optimasi sosial media dapat dilakukan dengan cara menentukan target *audience* yang tepat, menggunakan konten yang menarik, konsisten dalam memposting, menggunakan *hashtag* yang relevan, dan menggunakan *influencer* yang sesuai dengan target *audience*.

Dengan adanya *company profile* berbasis *web* dan optimasi sosial media akan lebih memudahkan untuk akses informasi dan lebih banyak merangkum informasi dibandingkan dengan brosur. Selain itu, kemudahan akses menjadi keuntungan tersendiri untuk *company profile* berbasis *web*, karena di era sekarang orang lebih banyak mencari sesuatu melalui internet. *Company profile* berbasis *web* lebih inovatif dibandingkan dengan *company profile* berbasis cetak sebab adanya *company profile* ini agar masyarakat pengguna internet dapat mudah mengakses kapan dan dimanapun selama terdapat jaringan internet sehingga lebih menguntungkan bagi pihak perusahaan.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

### **1.2.1 Tujuan Umum Magang**

- a. Melatih untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kewirausahaan, serta pengalaman kerja mengenai kegiatan perusahaan/industri/instansi/unit bisnis strategi lainnya yang layak dijadikan tempat magang.
- b. Memberikan pengalaman kepada mahasiswa mengenai penerapan teori yang dipelajari di perkuliahan pada permasalahan nyata yang ada di lapangan.
- c. Memantik minat dan semangat mahasiswa melalui program Wirausaha Merdeka.
- d. Meningkatkan pengalaman mahasiswa dalam berwirausaha

### **1.2.2 Tujuan Khusus Magang**

Secara khusus, Magang Wirausaha Merdeka ini bertujuan untuk melatih keterampilan dan melakukan pengembangan ilmu yang diperoleh di perkuliahan dan menalarkannya dalam dunia wirausaha. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan

mampu melatih diri dengan menyerap ilmu baru mengenai wirausaha, baik dari mentor maupun Dunia Usaha / Dunia Industri yang ditempati dan menerapkannya dalam usaha yang dilakukan sebagai luaran dari kegiatan yang diikiti. Salah satunya adalah ilmu mengenai Konsep Pengembangan *Company Profile* berbasis *Website*.

### 1.2.3 Manfaat Magang

#### a. Bagi Mahasiswa

- 1) Memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam kegiatan wirausaha dan mendapatkan kesempatan untuk dapat belajar di luar kampus untuk mengembangkan ilmu di bidang kewirausahaan.
- 2) Mahasiswa memperoleh kesempatan untuk memantapkan keterampilan dan pengetahuannya sehingga kepercayaan dan kematangan dirinya akan meningkat.
- 3) Mahasiswa terlatih untuk berpikir kritis dan menggunakan daya nalarnya dengan cara memberikan komentar logis terhadap kegiatan yang dikerjakan dalam bentuk laporan kegiatan yang sudah dilakukan.

#### b. Bagi Perguruan Tinggi Pelaksana Program

Perguruan Tinggi mampu melakukan berbagai kajian, inovasi, dan kreativitas dalam pengembangan wirausaha merdeka serta membantu pencapaian (IKU-1), yaitu aspek peningkatan kualitas lulusan dalam kesiapan kerja untuk mendapatkan perkerjaan yang layak / berwirausaha setelah menyelesaikan studi di Perguruan Tinggi dan pencapaian (IKU-2), yaitu aspek peningkatan kualitas mahasiswa berupa dukungan dan apresiasi terhadap mahasiswa untuk bisa belajar dan berprestasi dalam kegiatan di luar kampus.

#### c. Bagi Perguruan Tinggi Pelaksana Program

Mendapatkan manfaat melalui peningkatan kompetensi dan daya kerja mahasiswa terutama dalam pengembangan wirausaha mahasiswa serta membantu pencapaian (IKU-1), yaitu aspek peningkatan kualitas lulusan dalam kesiapan kerja lulusan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak / berwirausaha setelah menyelesaikan studi di Perguruan Tinggi dan pencapaian (IKU-2), yaitu aspek peningkatan kualitas mahasiswa berupa

dukungan dan apresiasi terhadap mahasiswa untuk bisa belajar dan berprestasi dalam kegiatan di luar kampus.

d. **Bagi Mitra Magang Tematik**

Mendapatkan manfaat melalui adanya tenaga kerja sementara sebagai sumber daya perusahaan dan mendapat kesempatan ikut serta menjadi salah satu pencetak mahasiswa yang mampu berwirausaha sesuai dengan ilmu yang diterapkan di dalam persusahaan itu sendiri.

### 1.3 Lokasi dan Waktu

Pelaksanaan Magang melalui program Wirausaha Merdeka ini dilaksanakan di Politeknik Negeri Jember dan Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang terletak di Desa Lombok Kulon, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Kegiatan magang dilaksanakan pada tanggal 5 September s/d 10 November 2023 dengan 20 SKS dan jangka waktu sekitar 4 bulan. Waktu dan tempat pelaksanaan Magang Wirausaha Merdeka di Politeknik Negeri Jember tertera dalam bentuk tabel sebagai berikut.

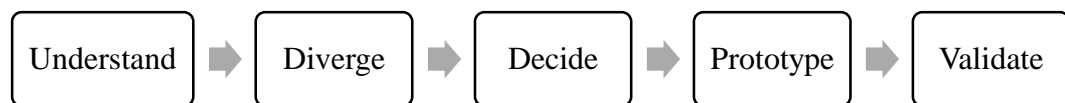
Tabel 1.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

No	Kegiatan	Waktu	Tempat
1	Kick Off (Pembukaan)	25 Agustus 2023	Auditorium Politeknik Negeri Jember
2	Entrepreneurship Development Class (EDC)	28 Agustus 2023-1 September 2023	Aula Politeknik Negeri Jember
3	Outbond	2 September 2023	Halaman Gor 45 Politeknik Negeri Jember
4	Mengantar Surat Pengantar Magang	4 September 2023	Desa Wisata Organik Lombok Kulon
5	Magang Tematik Kewirausahaan di Dunia Usaha/Dunia Industri (DUDI)	5 September 2023-10 November 2023	Desa Wisata Organik Lombok Kulon

6	Gelar Produk	16 November 2023	Gor 45 Politeknik Negeri Jember
7	Bootcamp, Coaching Clinic, dan Pendampingan Usaha	20 November 2023-30 November 2023	Aula Politeknik Negeri Jember
8	EXPO	9 Desember 2023	Aula Politeknik Negeri Jember
9	Rekognisi Program dan Sertifikasi Kompetensi Kewirausahaan	21 Desember 2023	Gedung Pascasarjana Politeknik Negeri Jember

#### 1.4 Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam merintis sebuah usaha atau bisnis salah satunya menggunakan metode *Design Sprint*. *Design Sprint* merupakan metodologi yang dikembangkan oleh google untuk memecahkan masalah pengguna dengan merancang, membuat *prototype*, dan menguji ide secara tepat. *Design Sprint* diartikan sebagai metode untuk menciptakan produk baru, suatu kerangka kerja desain produk yang fleksibel dan berguna dalam memaksimalkan peluang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan orang. Ini adalah upaya besar oleh tim kecil di mana hasilnya akan menentukan arah produk atau layanan. Dalam *Design Sprint* terdapat lima tahapan sebagai berikut (Haekal, 2021).



Gambar 1.1 Tahapan Metode Design Sprint

##### 1. Understand

Di hari pertama design sprint, pelaku usaha fokus untuk mengumpulkan informasi tentang masalah pada produk. Misalnya, tujuan produk, masalah yang dihadapi konsumen, memilih target pasar, hingga kapasitas perusahaan. Lalu tim perlunya membuat daftar pertanyaan yang relevan dengan masalah diatas.

## 2. Diverge

Metode Design Sprint di hari kedua adalah mengembangkan ide dengan menjawab semua pertanyaan di hari sebelumnya. Satu pertanyaan bisa memiliki banyak jawaban. Misalnya, pertanyaan “Ingin menggunakan sistem penjualan seperti apa?”. Jawabannya bisa “Online via aplikasi e-commerce atau Offline dengan membangun toko” Lalu, Anda bisa kembangkan lagi menjadi lebih spesifik mulai dari aplikasi apa yang diusulkan atau seperti apa toko yang dibutuhkan.

## 3. Decide

Dari berbagai jawaban yang dikumpulkan, kita bisa memilih jawaban terbaik. Di tahap ini, bisa dilakukan Speed Critique, yaitu upaya mengkritik setiap jawaban secara cepat (tiga menit). Tujuannya, membuat diskusi lebih efektif dengan menghindari debat kusir. Setelah memilih jawaban terbaik, jalankan keputusan yang dibuat. Contoh menggunakan toko online, maka kita bisa mulai membuat akun di aplikasi marketplace.

## 4. Prototype

Metode *Design Sprint* yang keempat adalah menciptakan produk menggunakan rancangan awal yang sudah diputuskan sebelumnya. Misalnya, dari sketsa yang sudah dibuat. Tahap *Design Sprint* di hari keempat ini memang akan lebih banyak fokus pada tugas dari pembuat produk. Semua aspek produk yang awalnya berupa ide akan diwujudkan secara nyata dan detail sesuai bahasan di hari-hari sebelumnya.

Sementara itu, anggota tim yang tidak membuat produk, bisa mengerjakan kegiatan lain untuk mendukung pengembangan produk. Misalnya, bagian pemasaran mulai menghubungi calon konsumen untuk mencoba produk setelah produk awal jadi.

## 5. Validate

Metode *Design Sprint* yang terakhir adalah menguji produk langsung ke calon konsumen melalui *interview*. Dan jangan lupa mencatat dan merekam interaksi dalam tahap pengujian tersebut sesuai kebutuhan review produk nantinya.