

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi, persaingan industri manufaktur semakin mengalami peningkatan. Banyaknya penambahan perusahaan industri yang didirikan serta kondisi perekonomian saat ini menjadikan persaingan dalam industri semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi dan menyusun strategi yang tepat agar mampu bertahan dan terhindar dari risiko kebangkrutan. Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang terdiri dari beberapa orang untuk mencapai visi dan misi secara bersama, di mana peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari peningkatan kemakmuran manajer, pemegang saham, maupun stakeholder lainnya, serta harus diimbangi dengan peningkatan profit perusahaan (Triyonowati, 2022).

Kondisi persaingan yang ketat tersebut tidak hanya terjadi pada industri manufaktur, tetapi juga dirasakan pada industri Food and Beverage (F&B). Perkembangan gaya hidup masyarakat, perubahan preferensi konsumen, serta kemajuan teknologi digital mendorong pelaku usaha F&B untuk terus beradaptasi melalui inovasi produk, layanan, dan strategi pemasaran. Perusahaan yang

tidak mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar berpotensi kehilangan daya saing dan pangsa pasar.

Salah satu strategi yang diterapkan untuk menghadapi persaingan tersebut adalah strategi pengembangan usaha multibrand. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mengelola beberapa brand dengan konsep dan segmentasi pasar yang berbeda di bawah satu manajemen, sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Melalui pengelolaan multibrand yang terencana, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan profitabilitas, memperkuat posisi pasar, serta menjaga keberlanjutan usaha.

PT Babados Skala Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Food and Beverage (F&B) yang menerapkan strategi pengelolaan usaha multibrand. Perusahaan ini mengelola berbagai brand kuliner dengan karakteristik dan target pasar yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penerapan strategi pengembangan usaha multibrand yang efektif menjadi hal penting bagi PT Babados Skala Nusantara dalam meningkatkan daya saing, nilai perusahaan, serta pertumbuhan usaha jangka panjang di tengah persaingan industri F&B yang semakin kompetitif.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan Magang berlangsung pada semester VI dengan durasi selama 4 bulan.

Perusahaan : PT Babados Skala Nusantara
Tanggal : 22 Oktober 2025 – 22 Januari 2026
Waktu Kerja : 13.00 – 22.00 (Setiap hari)
Lokasi : Jl. Maharaja Indra, Pangkalan Kerinci Kota,
Kec. Pangkalan Kerinci, Kabupaten
Pelalawan, Riau
Bidang : Branding Marketing Development

1.2. Tujuan

1.2.1. Tujuan Umum

Adapun tujuan umum dari pelaksanaan magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata.
- b) Membentuk mahasiswa yang memiliki daya saing tinggi melalui penguasaan hard skills dan soft skills.
- c) Menambah pengetahuan, wawasan, serta pengalaman mahasiswa di bidang pengembangan usaha.

- d) Memenuhi persyaratan kelulusan mata kuliah magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

1.2.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dalam pelaksanaan magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini adalah sebagai berikut:

- a) Mempelajari dan memahami strategi pengembangan usaha multibrand yang diterapkan oleh PT Babados Skala Nusantara.
- b) Mengetahui proses bisnis dan sistem pengelolaan brand di bawah Perusahaan yang bergerak dibidang F&B.
- c) Membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran, branding, serta pengembangan usaha multibrand.
- d) Meningkatkan kemampuan komunikasi dan kerja sama tim dalam lingkungan kerja profesional.

1.3. Manfaat

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Adapun manfaat magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) bagi mahasiswa adalah:

- a) Memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengembangan usaha multibrand di sektor F&B.
- b) Meningkatkan keterampilan di bidang pemasaran, branding, dan pengelolaan usaha
- c) Mendapatkan pengalaman kerja nyata dalam lingkungan perusahaan F&B.
- d) Melatih kemampuan adaptasi, manajemen waktu, dan pemecahan masalah dalam dunia kerja.
- e) Mengembangkan kemampuan komunikasi dan kerja sama dengan tim profesional.
- f) Menambah wawasan terkait pengelolaan bisnis dan strategi pengembangan usaha.

1.4.2 Bagi Politeknik Caltex Riau

Menjalin hubungan kerja sama dengan PT Babados Skala Nusantara

1.4.3 Bagi PT Babados Skala Nusantara

Adapun manfaat magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) bagi PT Babados Skala Nusantara adalah:

1. Mendapatkan dukungan tambahan tenaga kerja dalam kegiatan pengembangan usaha dan pemasaran.

2. Membantu perusahaan dalam pengembangan strategi usaha multibrand.
3. Meningkatkan efektivitas pelaksanaan kegiatan operasional dan pemasaran perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sub bab ini terdapat sistematika penulisan laporan kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) secara keseluruhan yang terdiri dari lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan hal yang berkaitan dengan latar belakang, tujuan, manfaat, waktu dan tempat pelaksanaan kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), dan sistematis penulisan.

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

Bab ini berisikan gambaran umum PT Babados Skala Nusantara yang meliputi sejarah perkembangan, struktur organisasi serta visi misinya.

BAB III DASAR TEORI

Bab ini berisi tentang informasi dasar mengenai teori-teori yang mendukung dalam pengerjaan dan penyusunan laporan kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan tentang proses atau kegiatan yang terjadi di instansi tempat kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) baik secara keseluruhan maupun secara khusus di unit tempat kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang berupa rangkuman dari pelaksanaan maupun penulisan laporan serta saran-saran yang relevan berkaitan dengan hal yang sudah dituliskan dalam laporan kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).