

BAB III

METODE PELAKSANAAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

3.1 Produksi

Selama penulis beserta dengan tim mengikuti proses kegiatan MBKM Kewirausahaan, terdapat beberapa fase yang penulis beserta dengan tim lewati agar dapat membangun serta mengembangkan I-Job lebih dalam dan lebih matang lagi hingga proses berjalannya bisnis.

3.1.1 Generates Idea

Dalam melakukan proses produksi bisnis, penulis beserta dengan tim melakukan pencarian ide bisnis dengan cara melakukan analisis singkat terhadap lingkungan sekitar penulis. Dalam analisis yang sudah dilakukan, penulis beserta dengan tim menemukan suatu permasalahan yang sama diantara para mahasiswa terkait dengan keinginan para mahasiswa agar dapat lebih produktif dengan mencoba untuk bekerja paruh waktu disela-sela waktu kosong kuliah mereka. Kemudian penulis beserta dengan tim mendiskusikan hal ini lebih lanjut dan menemukan hasil bahwa permasalahan seperti ini tidak hanya terjadi dikampus saja namun masalah seperti ini juga menjadi masalah sang pemilik bisnis. Maka dari itu, setelah ide bisnis ini disepakati oleh satu tim untuk dikembangkan, penulis dan tim akhirnya membuat keputusan untuk menciptakan suatu aplikasi perantara untuk pekerja paruh waktu.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 1 Proses Pencarian Ide Bisnis

Gambar proses pencarian Ide Bisnis

Sumber: Candra Wijaya /Dokumentasi (2023)

3.1.2 Product Validation

Proses selanjutnya yang penulis dengan tim jalankan adalah *product validation*, setelah tim I-Job menetapkan permasalahan dari ide bisnis tersebut maka penulis dan juga tim memulai untuk merancang aplikasi I-Job beserta dengan fitur-fiturnya. Pada tahap ini akan merancang mockup sederhana, akan tetapi karena keterbatasan modal serta skill yang dimiliki oleh tim I-Job maka hanya sampai tahap prototype saja yang dapat tim hasilkan. Selanjutnya untuk mengukur respon pelanggan serta memvalidasi produk maka penulis dan juga tim melakukan kegiatan wawancara dengan narasumber yaitu pemilik bisnis dari *Grey Cafe* yang mana dapat menjadi calon pelanggan dari I-Job. Dari wawancara yang telah penulis dan juga tim lakukan, maka tim pun mendapatkan hasil bahwa I-Job dianggap menarik serta dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh narasumber dengan adanya fitur-fitur pelengkap yang sudah tim rancang.



*Gambar 3. 2 Wawancara dengan Owner dari Grey Café Suvana Sutera
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023*

3.1.3 Business Validation

Hasil dari proses validasi produk yang dilakukan oleh penulis dengan tim sebelumnya telah menunjukkan bahwa I-Job memang memiliki pasar yang dapat dijangkau oleh perusahaan. Terkait dengan jawaban dari narasumber saat ditanyai beberapa pertanyaan dari tim, ia menunjukkan minat untuk bergabung bersama dengan I-Job. Walaupun memang I-Job belum memiliki aplikasi yang lengkap serta memadai namun setidaknya bisnis ini telah mengakomodasi banyak pekerja paruh waktu untuk beberapa brand bisnis. Dari awal bisnis I-Job berjalan hingga saat ini tercatat sebanyak 54 orang anggota pekerja paruh waktu sudah mendaftar di I-Job dan hingga bulan Juni 2023, I-Job juga telah bekerja sama dengan beberapa brand bisnis sebut saja seperti dengan 9AM Coffee, Smoodish, Be Cofee, Eternal Coffee dan Bountea Café. Cara penulis dan juga tim

menjangkau pemilik bisnis adalah dengan mempresentasikan kepada pemilik bisnis mengenai apa itu I-Job kemudian melakukan penawaran langsung kepada mahasiswa yang memiliki potensi untuk menjadi jobbies dan penawaran kamipun berlanjut mulut ke mulut.



*Gambar 3. 3 Pertemuan untuk Menjalin Kerjasama dengan Smoodish
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023*



Gambar 3. 4 Pertemuan dengan Mahasiswa untuk Menawarkan I-Job
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023

Dengan hasil yang sudah kami gapai maka bisa disimpulkan bahwa perusahaan berhasil menjangkau pasar yang ditargetkan yaitu mencari mahasiswa yang ingin bekerja paruh waktu dan juga pemilik bisnis.

3.2 Penetapan Harga

Perlu diketahui dalam membangun sebuah usaha atau bisnis tentunya tujuan akhir dari seorang entrepreneur adalah dengan mendapatkan keuntungan yang telah *establish*. Diperlukan strategi yang matang serta model bisnis yang tepat supaya bisa dapat meraup untung atau mencapai titik untung secara maksimal. Bisnis model utama dari I-Job ini sendiri merupakan *subscription*, dimana sistem kerjanya adalah para pengguna seperti pemilik bisnis akan diharuskan membayar jasa dari aplikasi I-Job pertahun yang sudah disesuaikan harganya oleh aplikasi. Selain dari *subscription* itu sendiri, income stream lainnya yang dapat memaksimalkan keuntungan dari I-Job adalah dengan adanya potongan 5% dari gaji yang pencari kerja terima, lalu ada fitur SEO yang bisa pemilik bisnis nikmati serta advertisement yang bisa dilakukan oleh

pemilik bisnis yang ingin usahanya diiklankan di halaman *home* dari aplikasi I-Job sendiri.

Strategi penetapan harga atau pricing strategi akan dibutuhkan untuk dapat menerapkan business model yang sudah dirancang seperti paket pada jasa aplikasi I-Job ini. Dengan penulis melihat current situation atau situasi saat ini dari sisi persaingan produk substitusi dan juga pasar yang tidak menutup kemungkinan juga menjadi potential threats, penulis beserta tim akhirnya memutuskan untuk menggunakan *value based pricing strategy* untuk dapat menetapkan harga paket *subscription*. Value Based Pricing Strategy ini sendiri merupakan suatu strategi penetapan harga berdasarkan nilai yang konsumen dapatkan atau rasakan terhadap suatu produk layanan atau jasa. Jadi harga yang ditetapkan akan sesuai dengan apa yang konsumen akan dapatkan nantinya, dengan diterapkan strategi ini dan juga sudah dipertimbangkan dengan berbagai faktor penulis dan tim telah sepakat untuk memberikan harga *subscription* sebesar \$100 atau sekitar Rp 1.500.000 per *campaign*., serta periode satu kali *campaign* bisa untuk satu hingga 2 bulan lamanya, hal inipun bergantung juga kepada *client* I-Job untuk berapa lama mereka menginginkan *campaign* tersebut.

3.3 Promosi Target Pasar

Selain penulis berfokus pada perkembangan bisnis, penulis dan juga tim juga menetapkan strategi promosi yang tepat untuk mencapai target pasar. Penentuan strategi promosi ini penulis beserta dengan tim melibatkan langkah-langkah penetapan tujuan *Intergrated Marketing Communication* (IMC), IMC merupakan sebuah integrasi dan koordinasi semua elemen pemasaran dalam perusahaan bertujuan untuk mencapai dampak maksimal pada pelanggan dan pengguna dengan biaya yang efisien (Clow & Baack, 2012). Penulis dan juga tim melibatkan pesan yang ingin disampaikan pada IMC, targeting, segmenting dan positioning, metode promosi, adanya penyesuaian jika target pasar tidak tercapai dan diakhir dilakukan evaluasi terkait kegiatan promosi yang sudah dilakukan.

Tujuan penulis dan tim menggunakan IMC juga untuk mendapatkan 1.000 siswa yang tertarik untuk bekerja paruh waktu di Gading Serpong, serta 200 UMKM lokal untuk bergabung dengan I-Job dengan menggunakan IMC.

SEGMENTASI USER (PENCARI KERJA)	
Segmentasi	Keterangan
Geografis	Tangerang (Gading Serpong)
Demografis	Siswa yang baru lulus sma atau mahasiswa aktif
Psikografis	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai banyak waktu luang - Ingin mengisi waktu luang dengan bekerja - Ingin menambah pengalaman
Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> - Orang yang susah mendapatkan pekerjaan - Orang yang kurang pintar dalam membagi waktu - Orang yang membutuhkan uang tambahan - Orang yang ingin mencoba bekerja tetapi bingung harus memulai darimana

Tabel 3. 1 Segmentasi Pencari Kerja
Sumber : Data Pribadi 2023

Untuk membangun bisnisnya lebih lanjut, I-Job menentukan segmentasi pasar bagi para penggunanya sesuai dengan kriteria dalam tabel diatas, penulis dan juga tim memilih dan menyetujui untuk fokus mengembangkan bisnis I-Job di Tangerang, khususnya di daerah Gading Serpong, dengan menargetkan siswa SMA yang baru lulus sekolah dan juga mahasiswa yang sedang aktif berkuliah. I-Job menggunakan fitur seperti *Scheduling*, psikotes dan *swap shift* sebagai fitur unggulan untuk dapat menarik target pasr yang memang mereka memiliki masalah dalam mengatur jadwal kegiatannya sehari-hari. Penulis dan juga tim memilih daerah Tangerang, khususnya Gading Serpong adalah karena memang lokasi tersebut sudah dipertimbangkan oleh penulis dan juga tim karena terdapat beberapa universitas dan juga banyak sekolah SMA. Segmentasi ini juga

merupakan target awal penulis dan juga tim dalam menjangkau pasar serta masalah jadwal yang sering dialami oleh pelajar dan mahasiswa dan umumnya ditemukan di daerah tersebut.

SEGMENTASI USER (PEMBERI KERJA)	
Segmentasi	Keterangan
Geografis	Tangerang (Gading Serpong)
Demografis	Orang yang memiliki bisnis
Psikografis	- Ingin mencoba menggunakan part time - Ingin mendapatkan SDM yang dari segi gaji, jam, dan kualitas yang baik dan sesuai
Perilaku	- Orang yang susah mengatur SDM - Orang yang susah menepatkan pekerja yang sesuai - Orang yang membutuhkan pekerja yang kompeten - Orang yang ingin mencoba menggunakan pekerja part time

*Tabel 3. 2 Segmentasi Pemberi Kerja
Sumber : Data Pribadi 2023*

Selain ke pencari kerja, I-Job mengarahkan segmentasi pasarnya ke pemilik bisnis dengan menargetkan wilayah yang sama dengan pencari kerja yaitu di daerah Tangerang, khususnya Gading Serpong. Keputusan ini diambil guna untuk kemudahan penyesuaian jadwal kerja yang akan ditawarkan kepada pencari kerja agar lokasi dari pencari kerja ke tempat kerjanya tidak jauh dan tidak membuang waktu.

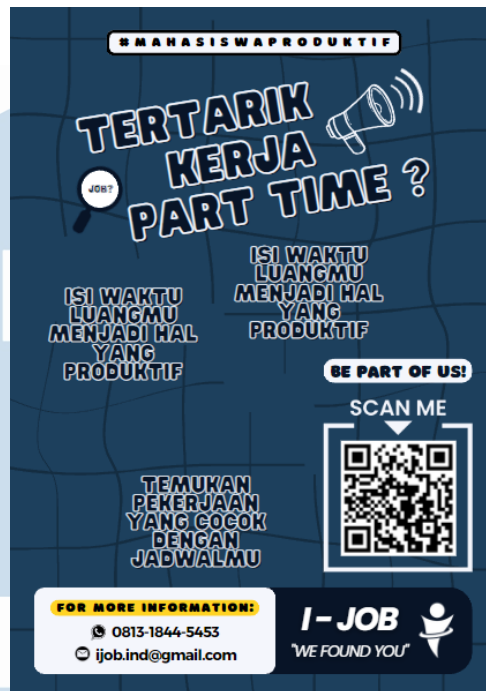
3.3.1. Metode IMC Yang Digunakan

1. *Direct Marketing*, melibatkan penggunaan media seperti surat, telepon, fax, e-mail, dan internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan

pelanggan atau mendapatkan respon langsung dari pelanggan dan calon pelanggan yang ditargetkan secara spesifik Tjiptono & Chandra (2012:350). Penulis dan juga tim menerapkan direct marketing dengan cara menelusuri daerah ruko Ilago, Sorento, Gold Finch, Maxwell, Aristoteles dan juga beryl. Kemudian penulis dan juga tim menyebar untuk mendatangi café-café dan menawarkan I-Job kepada pemilik café atau pemilik bisnis untuk membahas mengenai I-Job lebih lanjut.

2. *Word of Mouth*, word of mouth merupakan sebuah kegiatan pemasaran dalam memberikan informasi suatu produk atau jasa dari satu konsumen kepada konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan dan mau menjual suatu merek kepada orang lain (Priansa, 2017). Dengan menggunakan kekuatan mulut ke mulut maka akan memudahkan penulis beserta dengan tim I-Job dalam menawarkan I-Job kepada mahasiswa maupun ke pemilik bisnis, seperti saat penulis dan juga tim menawarkan I-Job kepada mahasiswa dan ternyata mahasiswa tersebut juga membicarakan soal I-Job kepada temanya yang lain.
3. *Point-of-Purchase Communication*, Elemen promosi seperti display, poster, signage, dan berbagai materi promosi lainnya yang ditempatkan di dalam toko bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan saat berada di toko (Tjiptono, Chandra & Adriana, 2008). Dalam penerapannya, penulis beserta dengan tim I-Job membuat poster dan juga *flyer* yang disebar kepada mahasiswa atau calon pekerja paruh waktu, jadi nanti dalam poster atau *flyer* tersebut terdapat barcode yang nantinya dapat discan oleh mahasiswa untuk mengisi form mengenai data dari mahasiswa tersebut untuk bekerja.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 5 Poster I-Job
 Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023



Gambar 3. 6 Flyer I-Job
 Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023

3.4 Tahapan Pekerjaan yang Dilakukan Dalam MBKM Kewirausahaan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	Proses Administrasi MBKM Kewirausahaan	Mendaftar program MBKM Kewirausahaan bersama <i>Skystar Venture</i>
2	2	<i>Business developing</i>	Menentukan ide bisnis yang akan dikembangkan bersama dengan tim.
3	3	<i>Business developing</i>	Memulai untuk menetapkan metric dan goal dari ide bisnis yang akan dikembangkan.
4	4	<i>Business developing</i>	Penetapan struktur organisasi I-Job dalam tim
5	4	Mentoring 1 & 2	Pemberian masukan terhadap ide bisnis yang akan dikembangkan bersama dengan mentor terkait.
6	4	Progress Review	Pengecekan progress ide bisnis yang dilakukan oleh <i>Skystar Venture</i> .
7	4	Wawancara Narasumber	Tim I-Job melakukan wawancara dengan calon pengguna ide bisnis I-Job.
8	5	<i>Business developing</i>	Mengumpulkan data dari hasil wawancara dengan narasumber.
9	6	<i>Business developing</i>	Menganalisis data hasil wawancara narasumber terhadap customer development perusahaan I-Job.
10	6	Mentoring 3 & 4	Pemberian masukan terkait dengan analisis sementara serta rencana perusahaan oleh mentor yang terkait.
11	7	<i>Business developing</i>	Menganalisis data hasil wawancara terhadap VPC serta analisis kompetitor I-Job.

12	8	<i>Pre-evaluation 1</i>	Melakukan pengumpulan laporan MBKM yang sementara.
13	9	<i>Business developing</i>	Melakukan analisa terkait financial I-Job serta mencari solusi terkait dengan VPC, BMC dan analisis kompetitor.
14	10	<i>Progress review</i>	Melakukan progress pengecekan dari perkembangan I-Job oleh <i>Skystar Venture</i> .
15	11	<i>Business developing</i>	Mulai untuk merancang <i>prototype</i> aplikasi secara sederhana..
16	12	<i>Business developing</i>	Melakukan <i>product development</i> terkait dengan bisnis I-Job.
17	13	<i>Business developing</i>	Memvalidasi perkembangan produk I-Job bersama satu tim.
18	14	Mentoring 5 & 6	Pemberian masukan terhadap <i>prototype</i> dan juga <i>product development</i> I-Job dengan mentor terkait.
19	15	<i>Business developing</i>	Membuat <i>revenue model</i> dari I-Job
20	16	<i>Business developing</i>	Membuat finalisasi <i>revenue model</i> perusahaan I-Job
21	17	<i>Business developing</i>	Membuat rencana <i>branding</i> serta <i>marketing</i> dari I-Job
22	18	<i>Business developing</i>	Melakukan rencana <i>marketing</i> serta <i>branding</i> I-Job
22	19	<i>Business developing</i>	Melakukan rencana <i>marketing</i> serta <i>branding</i> I-Job
23	19	<i>Progress review</i>	Pengecekan yang dilakukan oleh <i>Skystar Venture</i> mengenai progress pembangunan perusahaan.
24	20	Mentoring 7 & 8	Pemberian masukan terkait dengan <i>branding</i> , <i>revenue model</i> , <i>marketing</i>

			I-Job oleh mentor
25	20	<i>Business developing</i>	Mulai mempersiapkan pitch desk bisnis I-Job
26	21	<i>Business developing</i>	Melakukan pitch presentation ide bisnis serta mempersiapkan finane dan valuation perusahaan.
27	21	<i>Progress review</i>	Pengecekan final pengembangan bisnis I-Job oleh Skystar Venture
28	22	<i>Pre-evaluation 2</i>	Mengumpulkan laopran final MBKM Kewirausahaan.

Tabel 3. 3 Tahapan Pekerjaan dalam MBKM Kewirausahaan
Sumber : Data Pribadi 2023

Dalam waktu dua puluh dua minggu kerja yang tertulis pada tabel diatas, berikut merupakan pekerjaan yang penulis kerjakan pada proyek secara mandiri.

NO	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1-4	<i>Business Developing</i> (tahap awal)	Membantu membuat opsi dari ide bisnis, mengerjakan <i>key metric</i> dan <i>goals</i> bisnis.
2	4	Wawancara Narasumber	Mengatur jadwal wawancara, kapan dan dimana wawancara akan berlangsung, dan membantu menyusun pertanyaan untuk wawancara narasumber
3	5-21	<i>Business Developing</i> (tahap lanjutan)	-Mengatur jadwal untuk rapat bersama anggota I-Job. - Mengingatn kepada PIC pemilik bisnis dan pencari kerja agar selalu <i>standby</i> dan update mengenai kapan mau membuat <i>appointment</i> untuk bertemu dengan

			<p>pemilik bisnis agar dapat membahas I-Job lebih lanjut.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengatur jadwal wawancara bersama calon pencari kerja dan mengatur jadwal untuk bertemu dengan pemilik bisnis. - Membantu meng-approach pemilik bisnis untuk diperkenalkan kepada I-Job. - Membantu melakukan wawancara kepada para calon pekerja - Membantu membuat jadwal kerja bagi para jobbies yang akan bekerja. - Membuat ide konten Instagram dan juga Tiktok I-Job - Mengeksekusi dalam proses pembuatan konten grafis - Membuat jadwal konten feeds Instagram. -Membuat script ide konten video di Instagram -Mengecek script konten video Instagram agar isi
--	--	--	---

			<p>informasi yang akan disampaikan tidak bentrok antar satu konten dengan konten lain.</p> <p>-Membantu menganalisis serta membantu memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh I-Job Partner</p>
--	--	--	--

Tabel 3. 4 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Dalam MBKM Cluster Kewirausahaan
Sumber : Data Pribadi 2023

Dalam perjalanan bisnisnya *job description* penulis juga tidak semena – mena dilakukan penulis sendiri namun dikerjakan juga oleh satu tim I-Job bersama untuk saling mem-*backup* satu dengan yang lainnya, dari kegiatan yang dilakukan oleh penulis dan juga tim mungkin masih banyak pekerjaan yang tidak tertera didalam laporan, akan tetapi penulis berhasil untuk menjalankan setiap tugas secara maksimal serta melaporkannya didalam laporan ini dengan rinci.

3.5 Uraian Pelaksanaan Kerja Dalam MBKM Kewirausahaan

Role atau jabatan dalam sebuah tim tentunya memiliki peran penting dalam sebuah organisasi bisnis jika memang ingin bisnisnya berjalan dengan lancar dan tertata dengan baik. Dalam penerapan bisnisnya, tim I-Job berusaha untuk mengisi anggota individu yang berkualitas hingga menghasilkan *output* terbaik dan maksimal untuk bisnis I-Job. Terlebih lagi dengan memiliki anggota tim yang berkualitas maka akan tetap membuat lingkungan yang positif antara satu anggota tim dengan yang lainnya serta akan membuat perjalanan bisnis I-Job ini berjalan dengan efektif dan juga efisien.

Dalam bisnis I-Job ini, penulis berperan sebagai *Chief Operation Officer* atau biasa dikenal dengan sebutan COO dan dalam bisnis ini penulis sebagai COO bertugas untuk mengawasi proses jalanya bisnis mulai dari strategi peluang serta strategi jalanya bisnis I-Job mulai dari waktu untuk rapat dengan tim, jadwal

untuk bertemu dengan *client* I-Job serta membuat jadwal untuk wawancara para jobbies. Selain itu juga mengawasi setiap kegiatan produksi konten I-Job serta mengawasi kegiatan *approach* pemilik bisnis agar dapat sesuai dengan target yang diharapkan. Penulis disini juga bertanggung jawab atas seluruh kegiatan apa saja yang dikerjakan oleh semua anggota tim I-Job baik dari segi internal tim maupun eksternal tim.

3.5.1 Proses Pelaksanaan

Dalam perjalanan proses MBKM Kewirausahaan, penulis beserta dengan tim melakukan banyak rangkaian proses kegiatan untuk menunjang keberlangsungan serta perkembangan bisnis. penulis membagi kegiatan proses pelaksanaan bisnis kedalam beberapa poin antara lain:

3.5.1.1 Business Developing

Dalam awal perjalanan bisnisnya tim I-Job melakukan sesi brainstorming bersama dengan satu tim dengan tujuan untuk dapat menghasilkan sebuah ide-ide bisnis yang nantinya dapat dikembangkan lebih matang dalam program MBKM atau dapat menjadi produk atau fitur tambahan yang akan ada pada bisnis I-Job. Ide-ide yang telah dikumpulkan oleh seluruh anggota tim untuk kemudian di diskusikan kembali, setelah didiskusikan penulis beserta tim sepakat untuk mengembangkan aplikasi perantara antara pencari kerja paruh waktu untuk mengatur juga di jadwal mereka dan pemilik bisnis.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

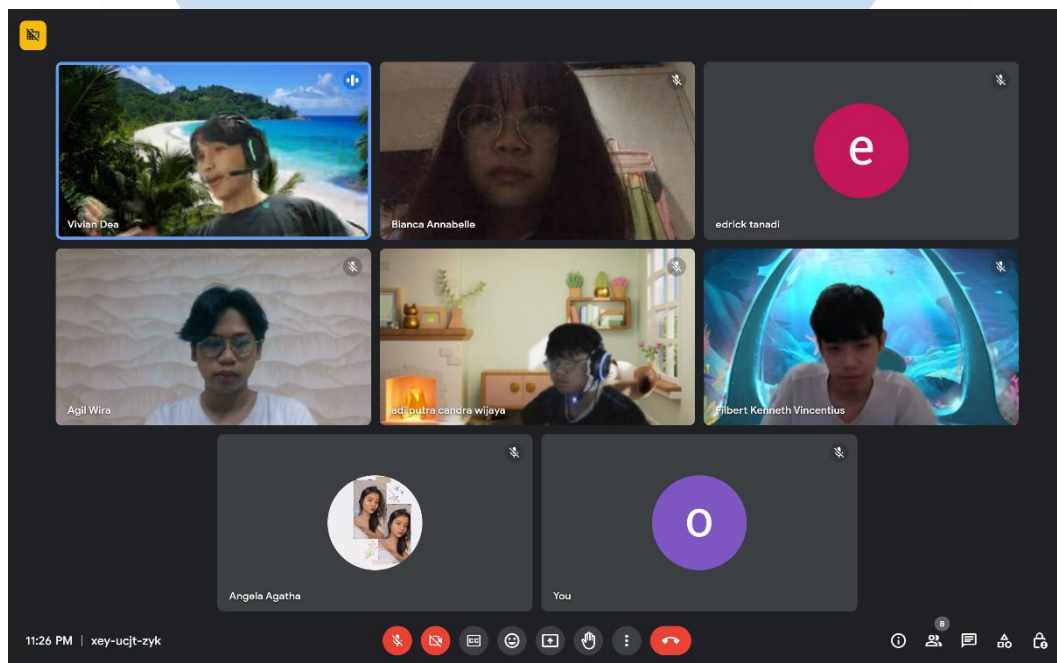


*Gambar 3. 7 Anggota Melakukan Brainstorming Ide Bisnis
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.5.1.2 Wawancara Narasumber

Setelah proses mengumpulkan ide bisnis dilakukan oleh penulis beserta dengan tim, penulis dan tim mulai untuk menganalisis permasalahan yang terjadi untuk divalidasi lagi mengenai idenya apakah memang bisnis ini dapat diterima di pasar atau tidak, maka dari itu penulis perlu mengumpulkan informasi dengan cara mewawancarai narasumber, proses wawancaranya dilakukan dengan langsung menemui narasumber dan juga ada yang dilakukan secara online dengan video call. Ditahap ini juga penulis beserta dengan tim mulai menganalisis segmentasi customer yang memang cocok untuk bisnis I-Job lebih lanjut dan juga menganalisis lebih jauh potensi dari kompetitor yang ada.



Gambar 3. 8 Wawancara dengan Calon Jobbies (Calon Pekerja Paruh Waktu)
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023

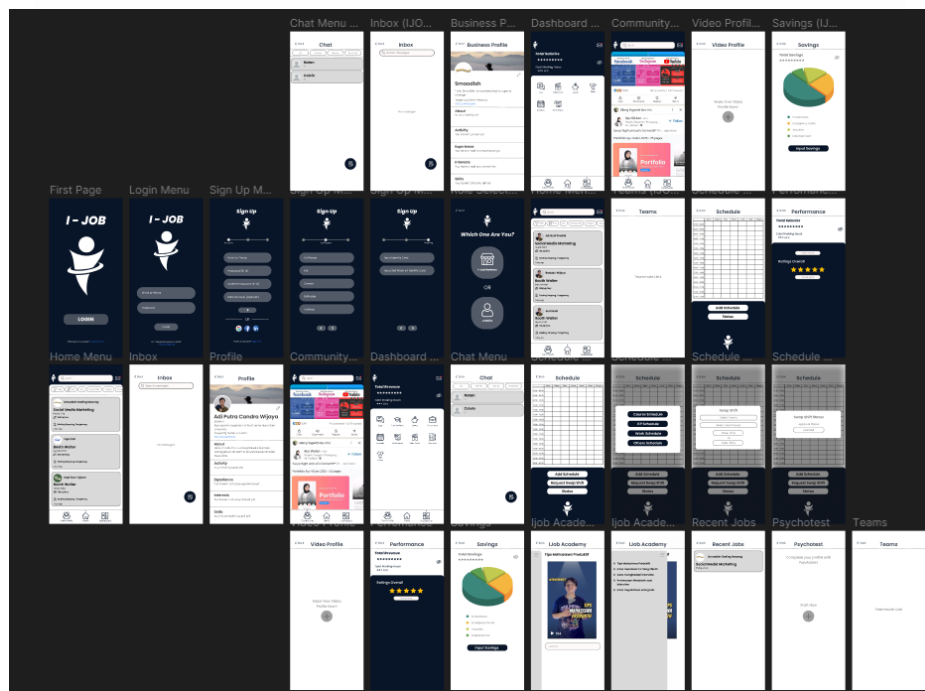


*Gambar 3. 9 Wawancara Dengan Pemilik Grey Café
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.5.1.3 Business Developing: Prototype

Setelah penulis beserta dengan tim menganalisis permasalahan yang terjadi, penulis dan juga tim berhasil menemukan solusi yang tepat dan dapat dijadikan fitur yang akan ditawarkan kepada calon pelanggan I-Job. Fitur yang dimaksud adalah Scheduling, psychotest, swap shift dan kemudian penulis dan tim rancang hingga terbentuk prototype aplikasi I-Job. Memang membutuhkan waktu yang lama untuk membuat prototype ini karena butuh penyesuaian lebih lanjut serta revisi dari desain aplikasi serta tim juga mengedepankan kenyamanan pengguna agar dapat mengakses fitur-fitur dengan mudah. Pada tahap ini, penulis menyampaikan beberapa opsi *menu* atau fitur tambahan agar terdapat banyak variasi fitur dan juga *interface* dari aplikasi agar pengguna nantinya dapat memanfaatkan fitur tersebut dengan maksimal dan diharapkan juga dapat membantu pengguna suatu saat nanti.



Gambar 3. 10 Prototype I-Job
Sumber : Data Pribadi 2023

3.5.1.4 Business Developing: Branding dan Marketing

Pada langkah selanjutnya, penulis dan tim merencanakan pemasaran dan branding I-Job. Ini termasuk merancang konten dan media sosial untuk mempromosikan perusahaan melalui Instagram yang ramai pengguna. Penulis juga bertanggung jawab untuk merencanakan dan membuat konten untuk promosi serta kegiatan promosi I-Job.



Gambar 3. 11 Konten Sosial Media I-Job
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2023

3.5.1.5 Business Developing: Pitch Presentation

Sebagai finalisasi proyek bisnis maka langkah terakhir dalam program MBKM ini berlangsung adalah dengan mengikuti kegiatan *pitching* dihadapan *Venture Capital* atau *investor*. Penulis dan juga tim memiliki tanggung jawab dalam membuat power point untuk melakukan *pitching* bersama dengan *investor*. Kegiatan ini juga hanya berlangsung selama lima menit maka dari itu hanya satu perwakilan dari tim yang akan mempresentasikan bisnis ini didepan *investor*, maka dari itu isi materi dalam *pitch presentation* haruslah inti dari MVP perusahaan dan dibuat secara menarik agar dapat menarik perhatian *investor* yang melihat, selain itu juga informasi yang disampaikan harus sesuai dengan data dan juga harus dapat menarik perhatian investor yang mendengar.

3.5.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam perjalanan kegiatan MKBM cluster Kewirausahaan berlangsung tentunya banyak sekali tantangan atau kendala yang penulis dan juga tim temukan sehingga menyebabkan terhambatnya proses MBKM berlangsung, kendala tersebut muncul baik dari eksternal seperti pemilik bisnis maupun dari internal tim, berikut merupakan beberapa contoh kendala yang penulis temukan selama kegiatan MBKM berlangsung antara lain:

- Pembagian tugas yang tidak sesuai dengan role anggota masing-masing tim, sehingga bisa jadi beban tanggung jawab yang diberi tidak bisa dihasilkan secara maksimal karena kendala skill maupun diluar kemampuannya.
- Adanya demotivasi yang dialami oleh setiap anggota tim karena mungkin sudah terlalu jenuh dan banyak kegiatan selama proses MBKM berlangsung sehingga dapat mempengaruhi jalanya bisnis.

- Terdapat halangan bagi penulis dan juga tim untuk menemui pemilik bisnis karena sang pemilik bisnis jarang ada di *cafénya*, jadi hanya meminta nomor telpon pemilik bisnis dari karyawan tokonya, hal ini cukup menghambat proses jalanya bisnis.
- Sering terjadi miskomunikasi antar anggota tim yang menyebabkan keterlambatan proses jalanya bisnis dan merugikan waktu.
- Range harga salary yang sudah ada sebelumnya di satu bisnis menjadi penghalang bagi tim I-Job agar bisa menawarkan lowongan pekerjaan kepada calon pekerja, karena terdapat variasi penawaran gaji oleh salah satu pemilik bisnis yaitu sebesar Rp10.000 yang mana *range* ini jauh dibawah standard I-Job yaitu sebesar Rp12.000.

3.5.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala-kendala yang ditemui penulis dalam kegiatan MBKM cluster Kewirausahaan berlangsung, penulis dan juga tim juga menemukan solusi atas kendala yang dihadapi antara lain:

- Penulis dan juga tim pada akhirnya mengatur ulang role masing-masing dari anggota tim agar beban tanggung jawab yang diterima sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota tim dan tidak memberatkan satu pihak jadi seluruh anggota tim mendapatkan beban tanggung jawab yang sesuai.
- Penulis dan tim mengatur ulang jalur komunikasi dengan membuat *person in charge* (PIC) bagi masing-masing role. Agar informasi dapat berjalan dengan baik.
- Pemimpin tim beserta dengan seluruh tim rutin melakukan evaluasi serta memberikan motivasi lebih kepada seluruh anggota tim agar bisnis dapat berjalan dengan lancar.

- Penulis beserta tim melakukan *meeting* langsung atau *appointment* dengan pemilik bisnis secara langsung agar penyampaian informasi I-Job kepada pemilik bisnis dapat diserap langsung dan tidak ada *miss* informasi dari pemilik bisnis.
- Penulis beserta dengan tim I-Job melakukan penawaran ulang atau negosiasi ulang terkait dengan upah atau *salary* bersama dengan pemilik bisnis dengan cara memberikan opsi alternatif seperti menyesuaikan jumlah jam kerja agar dapat menekan *budget* serta memanfaatkan kehadiran atau shift dari karyawannya secara efektif agar upah yang ditawarkan sesuai dengan jam kerja yang diberikan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA