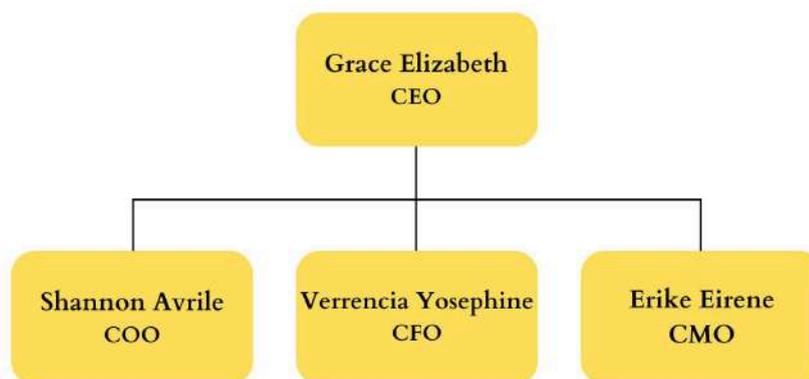


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan bisnis minuman Lemonivita, penulis bekerja sebagai CEO dalam proyek bisnis Lemonivita. Selama menjalankan bisnis di Lemonivita, penulis memiliki tim yang beranggotakan 4 orang yang termasuk kedalam golongan tim utama dalam berlangsungnya bisnis Lemonivita. Selama praktik bisnis, penulis bertanggung jawab dalam keseluruhan proses bisnis yang ada dan berperan menjadi operasional yang mengkoordinasikan tim di setiap bidangnya. Penulis sebagai Chief Executive Officer (CEO) , Verrencia Yosephine sebagai Chief Financial Officer , Shannon Avrile Chief Operating Officer (COO) dan yang terakhir Erike Eirene sebagai Chief Marketing Officer (CMO) . Berikut merupakan struktur koordinasi penulis selama menjalani Bisnis Startup Lemonivita.



Gambar 3.1 Struktur Kerja Bisnis Lemonivita

Sumber : Lemonivita, 2024

Disamping penulis menjadi CEO, penulis bertanggung jawab juga dalam bidang business development dengan tugas mengatur jam kerja para tim, mengecek dan memfollow up apa yang akan mereka kerjakan dan harus mereka buat, mengatur dan membantu penjualan yang telah didapatkan dari marketing melalui sistem pre-order, dan membuat serta mengatur bahan baku yang digunakan, juga membuat minuman yang telah dipesan dari data bagian sales untuk dihidangkan kepada pelanggan dan membantu mengantar pesanan ke tempat tujuan dari masing - masing pelanggan. Penulis juga bertanggung jawab dalam melakukan endorsing dengan influencer guna menjalankan potensi marketing yang didapatkan dari followers influencer tersebut.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama pengerjaan Lemonivita ini, penulis diberi tanggung jawab untuk mengatur dan mengkoordinasi apa yang ingin dilakukan sekarang, apa yang dilakukan kedepannya dan mengecek pengerjaan Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures)

Tabel 3.1 Uraian Kerja Magang

| NO | Pekerjaan | Tujuan | Koordinasi |
|----|--|--|--|
| 1. | Manajemen Personil | Agar Team Lemonivita dapat berkumpul bersama tepat waktu dan dapat mempersiapkan bahan sebelum mulai berjualan | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 2. | Pembelian Bahan baku | Membeli gelas sebagai bahan utama untuk wadah yang dipakai dalam penjualan minuman ini | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 3. | Membuat daftar <i>Excel</i> untuk proses pendataan seluruh pembelian | Membuat daftar ini berguna untuk pencatatan semua pembelian pelanggan lemonivita, apa yang dibeli, berapa jumlahnya serta dimana dan jam berapa bertemu dengan pelanggan | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | | Skystar Ventures) |
| 4. | Memantau stok bahan baku | Memantau stok bahan baku ini berguna untuk mengetahui stok yang masih tersedia, stok yang sudah habis dan apa saja yang harus dibeli kembali dan ada barang apa yang rusak/ butuh dibeli kembali | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 5. | Memberi arahan kepada tim agar lebih baik lagi kepada pelanggan | Memberi arahan kepada tim agar semua pelanggan merasa dihargai dan dilakukan sebaik dan nyaman mungkin dalam pembelian minuman ini | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |

| | | | |
|----|---|--|--|
| 6. | Melakukan dan memantau kebersihan dan keamanan minuman sebelum diberikan kepada pelanggan | Agar semua pelanggan dapat merasakan kepuasan pada saat menerima minuman tanpa adanya kekurangan dan kesalahan dalam pembelian | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 7. | Melakukan pemasaran dan promosi | Memaksimalkan proses pemasaran dengan menjangkau pasar yang luas, serta memberikan efek promosi yang dapat menarik perhatian untuk para calon pelanggan. | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 8. | Membeli persediaan stiker untuk keperluan kemasan produk | Karena produk kami tidak menggunakan sablonan, saya bertugas untuk pembelian stiker dengan kualitas yang bagus dan harga yang murah | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |

| | | | |
|-----|--|---|--|
| 9. | Membeli bahan baku pembuatan minuman | Membantu tim dalam pelaksanaan pembuatan minuman lemonivita dalam pembelian bahan sebelum memulai berjualan | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 10. | Membuat perjanjian <i>endorsement</i> dengan influencer bidang makanan dan minuman | Membuat jadwal perjanjian dengan influencer guna menaikkan nama Lemonivita | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 11. | Membuat konten dengan pelanggan Lemonivita | Agar menambah konten customer dan testimoni Lemonivita | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 12. | Mencetak Banner | Saya dan tim mencetak banner agar para pelanggan dapat melihat menu dengan | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda |

| | | | |
|-----|----------------------------------|---|--|
| | | mudah | (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 13. | Membuat akun tiktok Lemonivita | Membuat akun tiktok untuk menambah dan memperluas tingkat promosi melalui media sosial | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 14. | Respon terhadap kritik dan saran | menyebarkan tester kepada beberpa orang untuk mengetahui apakah rasa ini sudah pas/ masih ada yang kurang | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 15. | Foto produk | Dapat menjadi foto katalog setiap menu yang akan kita jual | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku |

| | | | |
|-----|--|--|--|
| | | | Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 16. | Memberikan ide untuk tim marketing | Memberikan masukan dan ide konten untuk di posting ke media sosial Lemonivita | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 17. | Memberikan Ide untuk pembayaran pada tim finance | Agar para customer dapat melakukan transaksi dengan mudah maka dikirimkan melalui transfer bca kepada 1 rekening saja yaitu tim finance | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 18. | Melakukan penjualan <i>offline</i> | Mengetahui apakah orang-orang tertarik kepada produk Lemonivita dan seberapa banyak customer yang ingin mencoba Lemonivita dalam wilayah anak-anak sekolah tingkat SMP | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |

| | | | |
|-----|---|--|--|
| 19. | Melakukan observasi produk | Agar kedepannya Lemonivita dapat meningkatkan ide menu baru / rasa baru dengan cara melakukan observasi produk. | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 20. | Mengevaluasi testimoni pelanggan | Memberikan evaluasi dan memberikan bukti pemesanan dan bukti mereka membeli minuman Lemonivita sebagai customer kami. | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 21. | Mengantarkan minuman sampai ke tangan pelanggan | Memberikan produk Lemonivita yang telah pelanggan pesan sampai ketangan pelanggan dengan aman dan tepat waktu | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 22. | Membuka booth Lemonivita | Kami membuka booth lemonivita pada saat pekan <i>Euforia</i> dibuka untuk meningkatkan jumlah pembeli dan menaikkan nama Lemonivita agar | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | semakin dikenal banyak orang dari lingkungan kampus | dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 23 | Mengikuti mentoring dengan para mentor skystar | Mendapatkan arahan dan ilmu dalam berbisnis dan mengembangkan bisnis, serta mengupdate perkembangan Lemonivita setiap minggunya. | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |
| 24 | Mengikuti Workshop yang diadakan oleh Skystar | Mengikuti workshop yang berjudul Empowering Innovation, A Practical Workshop on Effective Product Development untuk menambah ilmu dalam berbisnis dan perkembangan bisnis dengan ahlinya | Ibu Michelle Greysianti dan Pak Hoky Nanda (selaku Program Officer dari Skystar Ventures) dan Pak Andrew Henderson (selaku Dedicated Mentor dari Skystar Ventures) |

3.2.2 Uraian Kerja Magang

3.2.1 Proses Pelaksanaan dan Implementasi Kerja Magang

1. Managemen Personil

Saya mengatur jadwal pertemuan dengan tim jam berapa mereka akan datang, atau hari apa mereka datang untuk melakukan persiapan sebelum mulainya pelaksanaan penjualan minuman ini. Saya mengatur jadwal kerja, kapan akan memulai Pre-order dan jam berapa mereka datang serta memastikan kesejahteraan mereka pada saat proses pengerjaan. Saya sebagai CEO yang akan menentukan mereka datang dari jam berapa/ harus kumpul di lokasi penjualan tersebut di jam berapa.



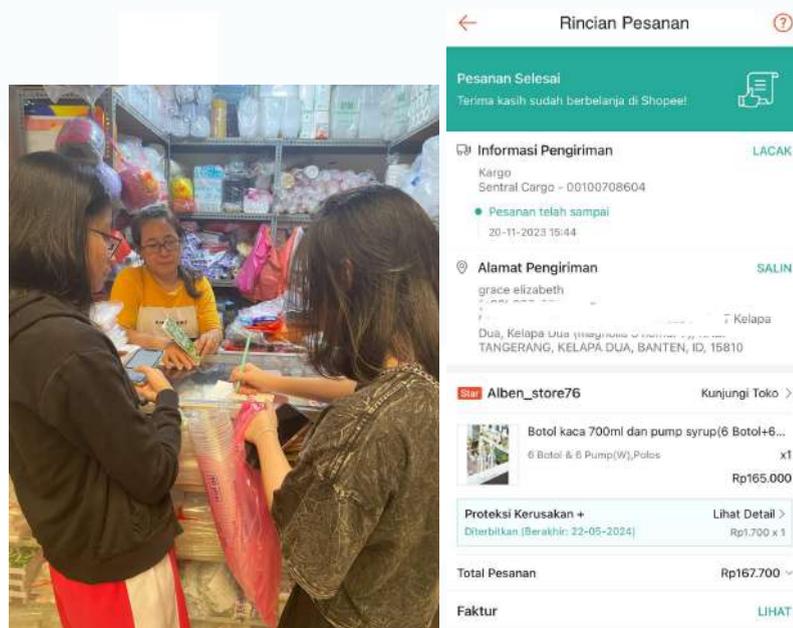
Gambar 3.2 Menentukan Jam pertemuan dengan Tim

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.2 dimana saya sebagai CEO yang selalu menentukan jam kedatangan para tim setiap hari pengejaan penjualan ini. Semua tim sepakat dan saling berunding juga dengan persetujuan bertemu pada hari penjualan tetapi saya yang bertanggung jawab atas memberikan ketentuan jam yang saya mau dimana kita harus mempersiapkan bahan-bahan dan semua persediaan yang harus dilengkapi dan dibutuhkan untuk penjualan agar penjualan dapat berjalan secara aman dan lancar tidak ada kekurangan dan meminimalisir keamanan

2. Pembelian Bahan Baku

Gelas dan sedotan adalah bahan yang digunakan dalam penjualan ini sebagai wadah dan alat yang dipakai dalam minuman ini. Gelas yang digunakan adalah gelas Injeksi agar dapat digunakan kembali dan sedotan sebagai tambahan saja karena digelas tersebut sudah ada celah untuk meminum minuman tersebut. Pencatatan pembelian bahan baku juga penting untuk masuk kedalam pencatatan modal dan persediaan stok barang.



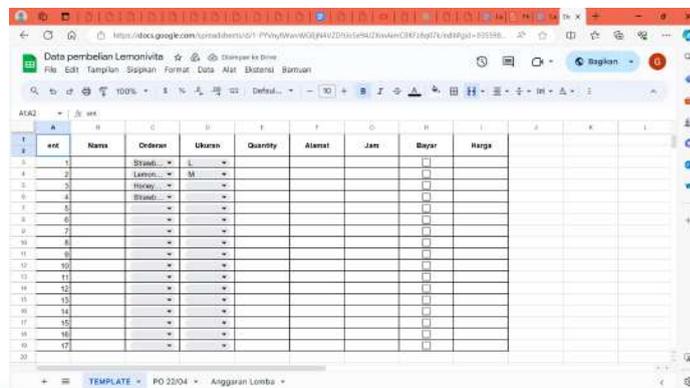
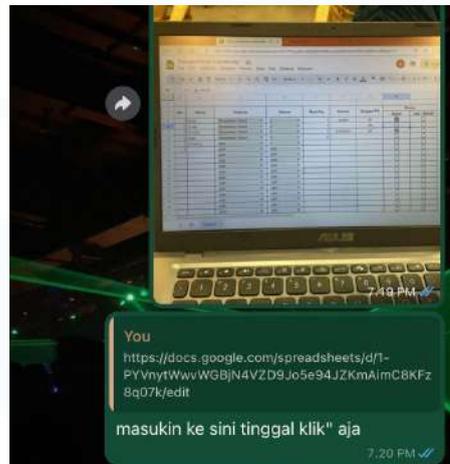
Gambar 3.3 Pembelian bahan baku secara offline dan online

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.3 dimana saya dan tim saya sedang melakukan pembelian bahan baku yang akan digunakan dalam penjualan ini yaitu gelas dan sedotan. Saya juga membeli alat yang akan digunakan untuk membantu proses pembuatan minuman yaitu botol *pump* untuk sirup dan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat minuman tersebut.

3. Membuat Uraian *Excel* untuk data pembelian

Excel yang saya buat digunakan untuk mencatat semua pemesanan mulai dari nama pembeli, apa saja menu yang dipesan, berapa jumlah minuman yang dipesan, dikirimkan ke alamat mana dan jam berapa akan dikirimkan minuman tersebut. *Excel* ini dapat mempermudah tim dalam mencatat semua pembelian dari pelanggan.



| No | Nama | Orderan | Ukuran | Quantity | Alamat | Jam | Bayar | Harga |
|----|------|-----------|--------|----------|--------|-----|--------------------------|-------|
| 1 | | Strawb... | L | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | | Lemon... | M | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | | Honey | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | | Strawb... | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 12 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 13 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 14 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 15 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 16 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 17 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 18 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 19 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| 20 | | | | | | | <input type="checkbox"/> | |

Gambar 3.4 Pembuatan *Excel* untuk pencatatan pesanan

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.4 menjelaskan dimana saya sebagai CEO harus membantu para tim dan harus peka dalam proses penjualan ini. Maka dari itu, saya membuat *Excel* penjualan dimana para tim apabila mendapatkan pesanan dari pelanggan,

mereka tinggal meng-klik di kolom yang sudah saya buat yaitu nama pelanggan, pesanan pelanggan, ukuran minuman yang dipesan, jumlah minuman yang dipesan, alamat dimana akan diantarkan minuman tersebut, jam berapa akan bertemu dengan pelanggan, apakah pelanggan sudah bayar atau belum dan jumlah harga minuman yang mereka pesan.

4. Memantau stok bahan baku

Stok bahan baku harus selalu diperiksa agar kita dapat mengetahui sisa stok bahan yang masih tersedia dan yang sudah habis. Apabila stok barang habis, maka harus segera dibeli kembali sebelum memulai penjualan kembali. Pemantauan stok bahan baku juga penting agar dicatat kedalam pencatatan modal. Memantau stok bahan baku ini juga berguna agar tidak kewalahan pada saat mulai berjalannya penjualan tetapi tidak ada bahan bakunya, maka menyita banyak waktu untuk membeli bahan baku kembali baru memulai penjualan. Maka dari itu akan dilakukan pemantauan stok bahan baku dari hari-hari sebelum berjalannya penjualan Lemonivita



Gambar 3.5 Pemantauan stok bahan

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.5 ini, saya selalu menginfokan kepada tim operasional setiap minggunya dan hari-hari sebelum melakukan penjualan minuman ini. Pengecekan stok bahan baku ini sangat penting untuk mengetahui apa saja barang yang sudah habis dan harus dibeli kembali, barang/ alat untuk pembuatan ini apakah ada yang rusak atau sudah tidak layak pakai lagi. Contohnya seperti mengecek apakah gelas masih tersedia banyak, plastik dan sedotan apakah masih tersedia, dan bahan-bahan bakunya seperti sprite, yakut, teh, gula dan lainnya masih tersedia banyak/ sudah tinggal sedikit. Apabila bahan baku ada yang sudah mau habis, akan sesegera mungkin untuk membeli kembali jauh sebelum dimana hari kami melakukan penjualan.

5. Memberi arahan pada Tim

Saya melihat salah satu chat dari pelanggan melalui dm instagram yaitu dia meminta untuk melihat menu, tetapi salah satu dari tim marketing membalas pesanan dari pelanggan sedikit kurang baik. Maka saya menegur dan memberi arahan untuk berikan saja apa yang pelanggan minta karena mereka sudah ada niatan untuk membeli minuman kita, maka kita harus melayani pelanggan dengan hati dan tutur kata yang baik juga.



Gambar 3.6 Memberi arahan kepada tim
Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.6 diatas, dimana saya memberikan arahan agar kedepannya tim kami dapat memberikan perhatian yang lebih lagi untuk pelanggan kami, agar semua tim bisa memberikan yang terbaik dan menghargai pelanggan Lemonivita lebih lagi.

6. Memantau kebersihan dan kewanamanan minuman

Hal ini guna untuk mengecek apakah gelas yang digunakan layak dan tidak bocor, apakah minuman yang dipesan sudah sesuai dan tidak ada kekurangan dalam pembelian. Kita sebagai CEO juga harus mementingkan kualitas produk dan menjaga nama baik Lemonivita. Sebisa mungkin kita harus meminimalisir kesalahan dan kecelakaan pada produk. Tidak boleh ada salah dalam pengiriman produk sebelum sampai ke tangan pelanggan. Dan tidak lupa untuk membuat pelanggan puas dengan produk yang kita berikan dari segi rasa dan kualitas minuman tersebut.





Gambar 3.7 Pemantauan kualitas dan keamanan
Sumber : Lemonivita, 2024

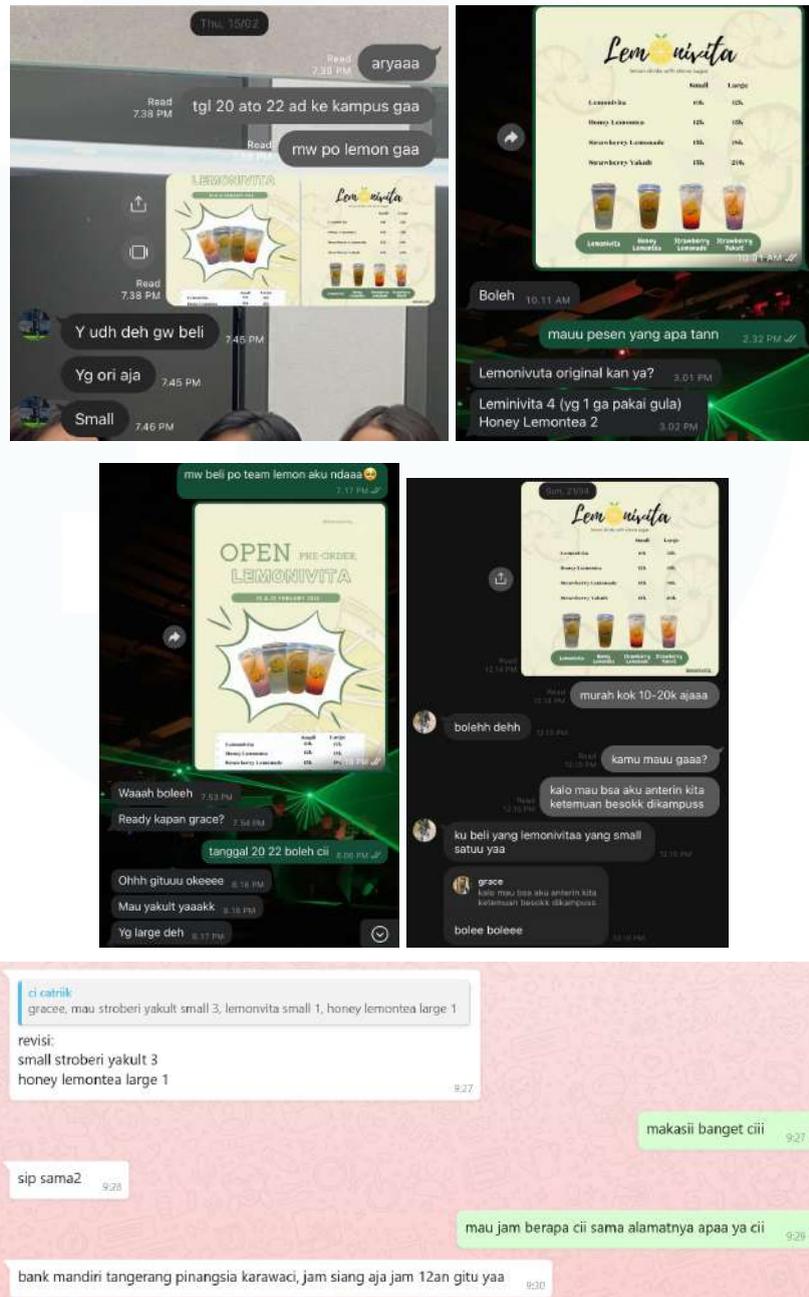
Tindakan yang sangat penting dan bertanggung jawab dalam bisnis. Ini merupakan bagian dari prinsip dan keselamatan produk. Proses ini biasanya melibatkan serangkaian langkah, termasuk pemeriksaan (apakah gelas layak digunakan, tidak ada yang pecah dan rusak) pengujian fungsional, (apakah tutup sudah rapat dan tidak akan tumpah apabila dimiringkan) serta memastikan bahwa produk telah memenuhi standar keamanan yang relevan.

Dengan melakukan pemeriksaan ini sebelum produk diberikan kepada pelanggan, Lemonivita dapat memastikan bahwa produk yang disampaikan memenuhi standar kualitas yang diharapkan dan aman digunakan oleh pelanggan.

7. Melakukan pemasaran dan promosi

Sesuai dengan target capaian kami dalam bisnis Lemonivita, saya berperan untuk menjangkau setiap potensi yang ada dalam bidang marketing untuk mendalami pasar yang ada di sekitar lokasi bisnis serta memberikan pertimbangan terhadap proses pemasaran terhadap calon pelanggan yang memiliki ketertarikan untuk membeli produk yang berdomisili di luar jangkauan yang dapat dicapai saat ini. Saya juga menawarkan ke beberapa teman saya secara personil/ pribadi.





Gambar 3.8 Contoh pemasaran dan promosi

Sumber : Lemonivita, 2024

Secara keseluruhan, melakukan pemasaran dan promosi melalui chat pribadi merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka.

Dari gambar 3.8 merupakan beberapa contoh pesan saya dengan pelanggan. melakukan pemasaran dengan cara melalui chat pribadi memiliki banyak keuntungan.

Yang pertama adalah personalisasi. Personalisasi yaitu dengan berkomunikasi secara langsung melalui chat pribadi, kita dapat menyesuaikan pesan dan tawaran secara langsung kepada setiap pelanggan berdasarkan kesukaan atau ketertarikan, riwayat pembelian, dan perilaku mereka.

Yang kedua adalah keterlibatan yang lebih tinggi. Karena chat pribadi dengan pelanggan itu seperti memberikan platform yang lebih intim untuk berinteraksi dengan pelanggan. Seperti contoh dari gambar 3.8 diatas, ada beberapa pelanggan yang memberikan pertanyaannya kepada saya dan saya langsung menjawab kekhawatiran mereka secara langsung. Yang ketiga adalah kita dapat melacak pelanggan dengan baik dan mudah. Kita dapat mengetahui apa kesukaan mereka, apa ketertarikan mereka dan selera mereka. Yang keempat adalah membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Saya dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan memperkenalkan Lemonivita lewat mereka

8. Membeli bahan penjualan minuman

Bahan penjualan yang dimaksud adalah penggunaan cup injeksi dengan tempelan stiker untuk logo Lemonivita tersebut. Kami menggunakan stiker yang anti air dan tidak mudah lepas apabila cup tersebut dingin/ basah. Inovasi tersebut terbit pada saat kami melakukan kegiatan bisnis, yang dimana adanya kendala dalam packaging yang mengakibatkan berkurangnya kualitas produk yang telah dihasilkan dari tahap jadinya pembuatan produk tersebut. Maka dari itu, kami memberikan solusi untuk meningkatkan kualitas dari tempelan logo tersebut supaya tidak ada hambatan dari proses produksi hingga sampai pada setiap konsumen kami.



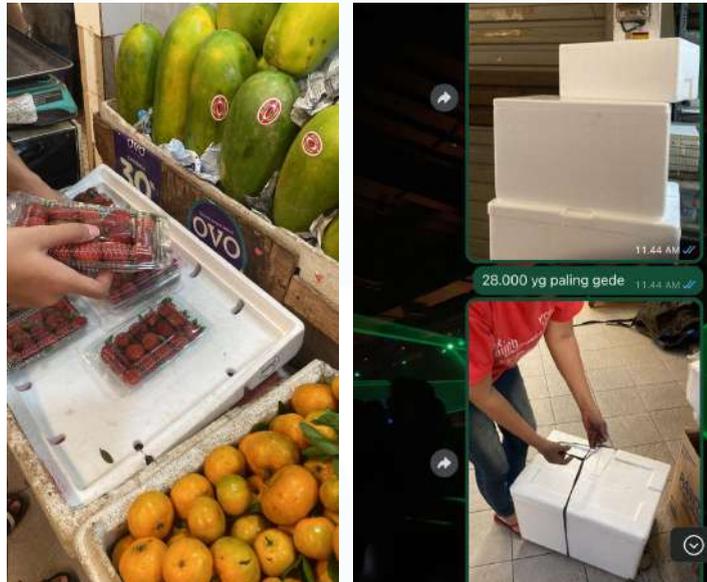
Gambar 3.9 Pemesanan stiker logo

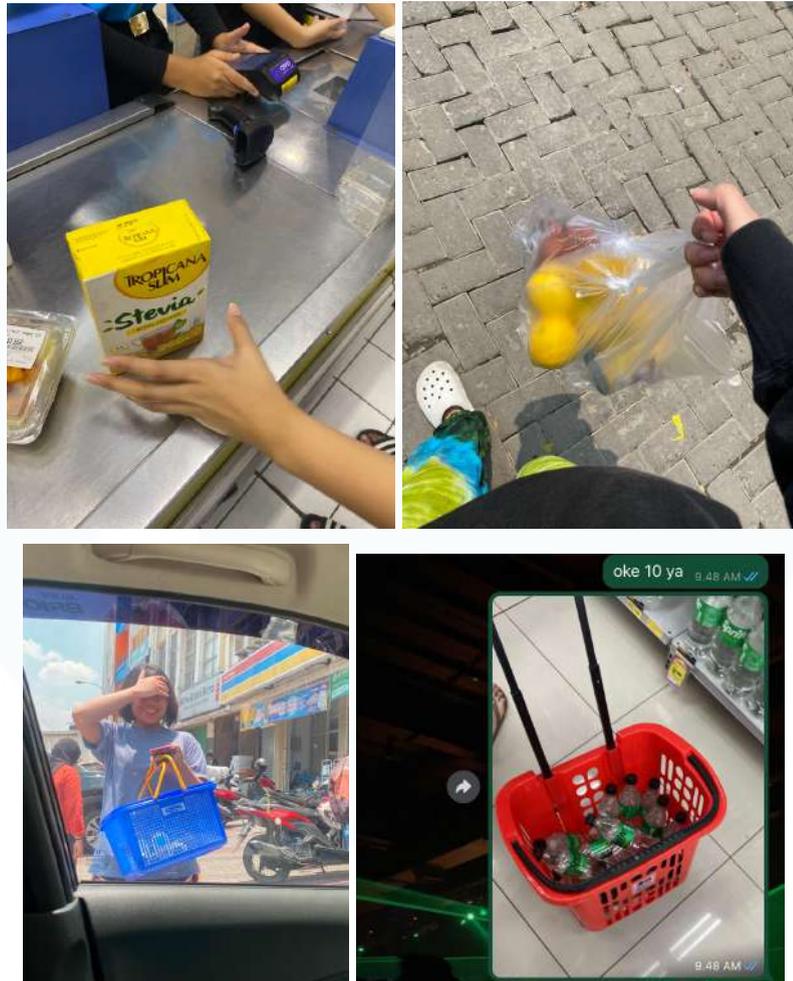
Sumber : Lemonivita, 2024

Menggunakan stiker tahan air pada gelas minuman yang dingin adalah cara yang praktis dan efektif untuk memastikan keamanan, estetika, dan promosi merek Anda dalam lingkungan yang mungkin memiliki kondisi basah atau lembab. Dari gambar 3.9 dimana saya memesan stiker untuk ditempelkan kepada gelas Lemonivita. Selain untuk menandai bahwa itulah logo/ desain merk Lemonivita, stiker ini juga menjadi estetika yang menambah tampilan desain gelas dan merk akan tetap terlihat secara jelas dan menarik. Daya tahan pada stiker tahan air juga tahan lama dan tidak mudah rusak apabila terkena air/ kelembaban. Dan branding juga dapat dinaikan dari menempatkan logo/ desain merk Lemonivita pada stiker ini. Dari stiker ini juga meningkatkan kesadaran merek dan mempromosikan Lemoniviya kepada pelanggan lainnya

9. Membeli bahan baku

Sebelum dimulainya penjualan, bahan baku adalah hal yang terpenting agar dapat melakukan proses pembuatan minuman tersebut. Ada beberapa pembagian tugas dalam pembelian bahan baku. Bahan baku utama yang digunakan adalah buah-buahan segar dan tambahan lainnya. Seperti pada contoh gambar, saya membeli sprite untuk bahan baku pembuatan minuman dan *styrofoam* untuk mengantar pesanan agar minuman tersebut akan terus tetap dingin dan es batu yang ada di dalamnya tidak mudah mencair.





Gambar 3.10 Pembelian Bahan Baku

Sumber : Lemonivita, 2024

Pada gambar 3.10 menjelaskan bahwa saya dan tim pasti berbelanja bahan baku pada saat sebelum memulainya penjualan dilakukan. Berbelanja bahan baku sebelum memulai penjualan minuman segar memiliki beberapa kegunaan dan manfaat yang penting. Dengan membeli bahan baku terlebih dahulu, Kita dapat memastikan bahwa Kita memiliki semua bahan yang diperlukan untuk membuat minuman Lemonivita ini. Hal ini juga membantu mencegah kekurangan bahan dan memastikan ketersediaan produk bagi pelanggan. Dengan memilih bahan baku sendiri, kita juga dapat memastikan dan dapat memilih bahan-bahan berkualitas tinggi yang sesuai dengan standar rasa dan kebersihan yang diinginkan

oleh pelanggan. Dengan membeli bahan baku secara langsung di tempat atau dengan online , kita bisa mengontrol biaya produksi dengan lebih baik. Apabila bahan baku sudah mencukupi, kita bisa membuat menu Lemonivita yang beragam dan menyesuaikan stok dengan permintaan pelanggan. Kita juga bisa mengetahui kebersihan dan keamanan bahan yang digunakan dalam produksi minuman segar. Anda dapat memastikan bahwa bahan baku tersebut berasal dari sumber yang terpercaya dan memenuhi standar keamanan pangan yang diperlukan.

10. Melakukan kolaborasi dengan *influencer*

Lemonivita melakukan kolaborasi dengan influencer Instagram di bidang makanan dan minuman. Dengan akun Instagram @tangselfoodies yang mempunyai potensi untuk meningkatkan kinerja promosi Lemonivita.





Gambar 3.11 Endorsment Food Vlogger Reviewer

Sumber : Lemonivita, 2024

Pada gambar 3.10 diatas, saya ingin melakukan kolaborasi dengan seorang *food reviewer* bernama Abby. Ia adalah seorang alumni UMN 2010 yang sekarang bekerja dibidang promosi tempat makanan daerah Tangerang dan sekitarnya. Saya melihat potensi dalam dirinya untuk mempromosikan nama Lemonivita agar bisa menjadi lebih banyak lagi yang mengenal merek ini. Saya melakukan perjanjian untuk melakukan *shooting video endorsement*. Dimana ia mengenali semua produk Lemonivita dan mengajak untuk membeli produk Lemonivita. Itulah tujuan utama dalam melakukan kolaborasi dengan seorang *Food Reviewer*.

11. Membuat Konten dengan pelanggan

Setelah saya mengantarkan minuman kepada beberapa Pelanggan, saya mengajak para pelanggan untuk membuat konten promosi atau sebagai testimoni yang akan di unggah dalam sosial media Lemonivita. foto-foto testimoni yang di unggah dalam media sosial dapat menjadi alat yang kuat dalam strategi pemasaran merek minuman segar untuk meningkatkan kesadaran, kepercayaan dan bukti bahwa sudah banyak peminatnya dalam pembelian minuman merek Lemonivita ini.



Gambar 3.12 Membuat Konten dengan Pelanggan Lemonivita
Sumber : Lemonivita, 2024

Foto-foto testimoni yang diunggah dalam media sosial memiliki beberapa manfaat yang dapat membantu Lemonivita dalam mempromosikan produknya yaitu yang pertama adalah untuk meningkatkan kredibilitas. Maksudnya adalah ketika orang-orang melihat foto foto pelanggan lain yang sedang meminum Lemonivita, mereka lebih percaya bahwa adanya kualitas dan manfaat pada produk tersebut. Yang kedua adalah untuk memperluas jangkauan. Dengan mengunggah foto-foto pelanggan yang sedang meminum Lemonivita ini dapat membantu memperluas jangkauan merk Lemonivita dan dapat dibagikan oleh orang lain sehingga Lemonivita mendapatkan eksposur yang lebih besar lagi Yang ketiga adalah dapat mendorong interaksi dengan pelanggan lain. Dan yang terakhir bisa menjadi bukti sosial bahwa orang-orang ini telah mencoba dan menikmati Lemonivita. hal ini dapat memberikan dorongan lebih kepada calon pelanggan yang belum pernah mencoba minuman ini agar tergerak untuk mencoba dan memesan produk dari Lemonivita.

12. Mencetak Banner

Untuk melakukan promosi dan membantu customer melihat menu dengan gampang dan juga untuk menarik perhatian pelanggan dari jauh karena banner kami mempunyai warna yang menarik perhatian pelanggan dan menu tersebut mudah untuk dibaca dan membuat pelanggan mudah untuk memilih menu yang ingin dipesan.



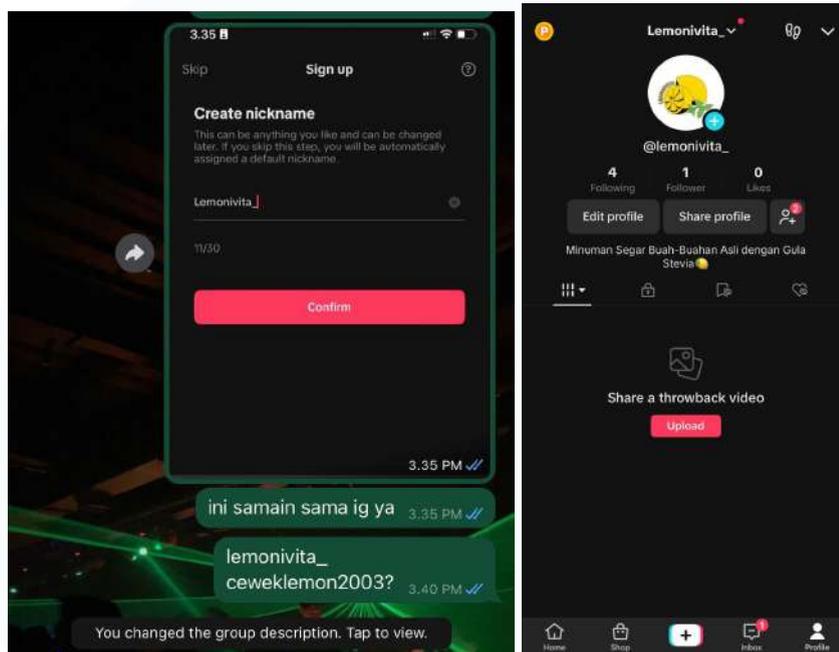
Gambar 3.13 Pencetakan *Banner*

Sumber : Lemonivita, 2024

mencetak *banner* sebagai alat visual yang efektif agar menarik perhatian pada calon pembeli karena desain yang *eye catching* dengan kombinasi warna yang menarik serta gambar yang jelas. *Banner* ini juga dapat digunakan untuk promosi produk.

13. Membuat akun tiktok Lemonivita

Tempat untuk melakukan pemasaran tidak hanya melalui media sosial instagram saja, tiktok juga dapat mejadi salah satu media sosial untuk memperkenalkan produk Lemonivita dan juga menarik lebih luas lagi pelanggan Lemonivita dengan cara membuat konten-konten yang menarik perhatian dan yang sedah *trending* sekarang untuk menaikkan nama dan *followers* Lemonivita sehingga banyak orang diluar sana dapat mengetahui produk Lemonivita.



Gambar 3.14 Membuat Akun Tiktok

Sumber : Lemonivita, 2024

Apabila kita memanfaatkan Media sosial Tiktok dengan cara yang cerdas dan kreatif, Lemonivita pasti dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat branding serta penjualan Lemonivita. Membuat media sosial Tiktok sebagai bagian dari strategi promosi minuman segar dapat menjadi langkah yang cerdas karena platform tersebut populer di kalangan beragam kelompok usia dan memiliki potensi untuk mencapai audiens yang luas.

14. Respon terhadap kritik dan saran

Kami juga membutuhkan kritik dan saran bagi pelanggan Lemonivita dari berbagai masukan dan untuk Lemonivita kedepannya dimana kita mendengar keluhan dan saran dari berbagai orang yang sudah mendapatkan tester minuman-minuman ini dari berbagai menu yang ada. Dimana setiap orang mempunyai cita rasa yang berbeda-beda dan

seleranya masing-masing. Maka kita mencatat semua keluhan dan saran yang diberikan.



Gambar 3.15 Respon terhadap Kritik dan Saran

Sumber : Lemonivita, 2024

Kami menyebarkan tester minuman kepada masyarakat sekitar dengan tujuan mendapatkan kritik dan saran yang berharga. Langkah ini kami ambil untuk memperbaiki kualitas produk kami sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen, serta untuk memastikan bahwa minuman yang kami hasilkan dapat memberikan kepuasan, kesenangan dan minuman yang terbaik bagi pelanggan kami.

15. Foto produk

Kami juga melakukan sesi foto produk untuk mengetahui katalog yang ada pada menu dan bisa dilihat model minuman tersebut dan bisa menjadi bahan untuk postingan instagram agar para customer dapat mendapat bayangan gambar minuman tersebut kan mereka dapat memilih minuman apa yang mereka ingin beli sesuai dengan selera mereka.



Gambar 3.16 Foto Produk lemonivita

Sumber : Lemonivita, 2024

Pada gambar 3,16 Kami melakukan foto produk yang menarik dan menggugah selera dalam strategi penjualan minuman segar kami. Gambar-gambar ini tidak hanya memperlihatkan kualitas dan kelezatan minuman kami, tetapi juga menciptakan daya tarik visual yang kuat untuk menarik perhatian pelanggan potensial. Dengan memilih gambar yang menampilkan minuman kami dengan

cara yang menarik, kami berharap dapat menginspirasi minat dan keinginan pada konsumen untuk mencoba produk kami.

16. Memberikan ide untuk tim marketing

Sebagai CEO, saya juga harus memperhatikan social media yang ada sebagai tempat ide-ide dan pengenalan serta penjualan produk berlangsung. Sebelum konten-konten itu diunggah di dalam sosial media, tim marketing harus memberitahu saya apakah konten ini cocok untuk menarik views/ cocok untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan. Dan saya jug harus bisa memberikan ide-ide untuk tim marketing dalam mengunggah vidio/foto promosi.



Gambar 3.17 Memberi ide kepada tim marketing

Sumber : Lemonivita, 2024

Pada gambar 3.17 menjelaskan bahwa saya juga harus peduli kepada tim marketing untuk pembuatan konten agar media sosial Lemonivita tidak sepi/ seperti tidak sedang aktif. Ada beberapa ide yang saya berikan kepada tim marketing saya dan sudah ada beberapa yang langsung dibuat.

17. Memberikan Ide untuk pembayaran Bank

Saya juga harus mengetahui pengeluaran dan pemasukan kas Lemonivita. Agar mempermudah kas Lemonivita harus dibagi menjadi 2 bank yaitu 1 bank untuk para pelanggan melakukan transaksi/ pembayaran dan 1 bank lagi untuk penyimpanan uang yang masuk dan modal.



Gambar 3.18 Pembuatan Bank untuk Pembayaran

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.18 dilihat bahwa adanya kartu Line bank dimana saya meminta kepada tim finance untuk di bagian penyimpanan modal utama dan uang yang akan menjadi modal disimpan dalam Line Bank, dan untuk metode pembayaran yang akan disebarakan kepada pelanggan untuk melakukan transaksi/ melakukan pembayaran setelah membeli produk Lemonivita itu menggunakan nomor rekening BCA.

Lalu setelah hari jualan itu selesai, dipindahkan semua uang yang masuk sudah dipotong modal untuk hari itu ke rekening *Line Bank*

18. Melakukan Penjualan Offline

Tim Lemonivita ingin melakukan penjualan di lingkungan anak-anak sekolah yang dimana anak-anak tersebut baru saja pulang sekolah dan keluar dari pintu gerbang sekolah mereka. Maka kita berjualan persis didepan gerbang sekolah tersebut dan mulai menawarkan produk minuman Lemonivita kepada anak-anak tersebut.





Gambar 3.19 Penjualan Offline

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.19 adanya kami berjualan secara langsung didepan pintu gerbang sekolah Penabur Gading Serpong. Ada anak murid yang membeli produk kami, dan juga ada orang tua murid serta guru-guru yang mencoba dan membeli produk Lemonivita ini.

19. Melakukan observasi terhadap produk yang serupa

Untuk meningkatkan ide bisnis / rasa baru dalam menu Lemonivita perlu dilakukan observasi produk di sektor bisnis yang serupa. Tidak untuk menjiplak atau mengikuti tetapi untuk menjadi pandangan atau ide kedepannya apabila kita ingin menambah produk atau menambah rasa

baru / menu baru yang akan dikeluarkan oleh Lemonivita atau bisa dibidang sebagai refferensi produk.



Gambar 3.20 Observasi Produk

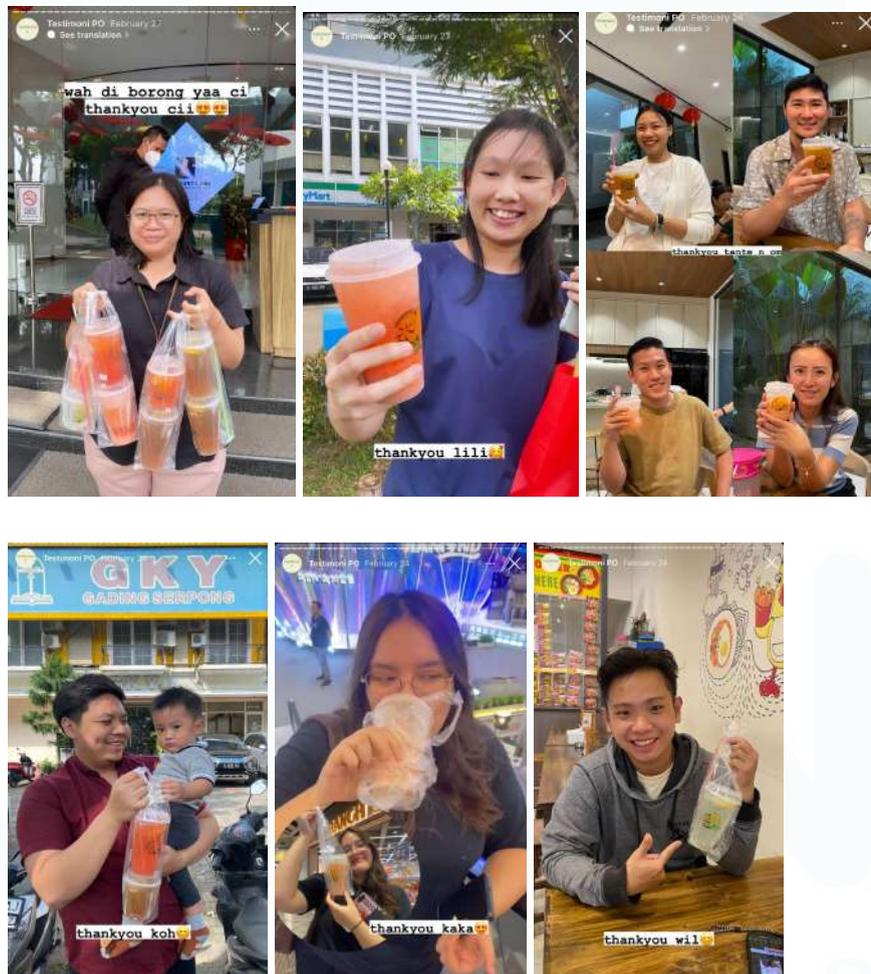
Sumber : Lemonivita, 2024

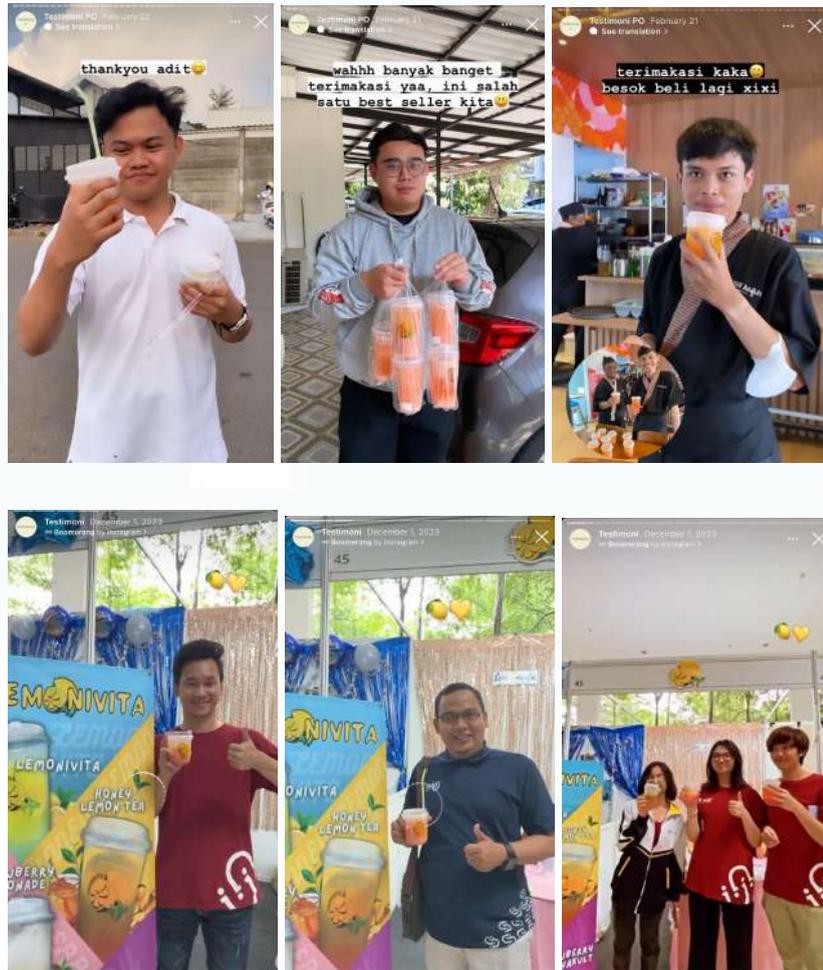
Pada gambar 3.20 terdapat beberapa produk yang menggunakan teh seperti pada menu kami yang menggunakan teh juga. Kami ingin mengembangkan produk kami dengan cara observasi produk dengan tujuan agar tim Lemonivita bisa mendapatkan Inspirasi dan Inovasi. Melalui observasi produk di restoran lain, bisnis dapat mendapatkan inspirasi untuk mengembangkan atau menyempurnakan produk kami. Dengan melihat variasi dalam penyajian, rasa, dan konsep produk, mereka dapat menghasilkan ide-ide baru untuk inovasi dalam menu mereka.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

20. Melakukan Evaluasi testi pelanggan

Saya melakukan evaluasi dan menanyakan kepada pelanggan dari segi rasa dan apa kekurangan dan saran untuk minuman ini. Dengan cara memberikan butki foto mereka pada saat mengkonsumsi atau pada saat mereka sudah menerima minuman dari kami. Saya menanyakan apakah ada yang kurang, asam/tidak, enak/tidak, dan apakah ada saran untuk kedepannya.





Gambar 3.21 Foto beberapa customer Lemonivita

Sumber : Lemonivita, 2024

Memang selera tiap orang berbeda-beda, tetapi kita menerima semua saran dari mereka dan kita mengevaluasi setelah berkumpul kembali pada saat selesai melakukan penjualan pada hari itu. Pada gambar 3.21 adalah bukti para pelanggan-pelanggan Lemonivita. Ada pelanggan yang meminum Lemonivita dikantor, ada yang dibawa untuk acara keluarga, ada yang sedang bekerja di restaurant dan masih banyak lagi.

21. Mengantarkan Minuman Kepada Pelanggan

Pengantaran minuman ke tangan pelanggan secara langsung dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pelayanan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan menjaga keamanan dari minuman tersebut karena kita sendiri yang menjaganya sampai ke tangan pelanggan.



Gambar 3.22 Mengantarkan Minuman sampai tangan pelanggan

Sumber : Lemonivita, 2024

Mengantarkan minuman langsung sampai ke tangan pelanggan juga mendapatkan beberapa manfaat positif yaitu mendapatkan pelayanan pelanggan yang lebih baik dan memuaskan pelanggan karena minuman tersebut aman ditangan penjual dan sampai dengan selamat juga ke tangan pembeli. Yang kedua adalah kita dapat memastikan bahwa minuman yang akan disajikan dalam kondisi terbaik dan dapat menjaga kualitas produk.

Kita juga bisa membedakan bisnis kita dengan pesaing lainnya. Dimana kita bisa menjadi daya tarik tambahan bagi pelanggan yang mencari keamanan dan kenyamanan pengiriman produk dan pelayanan yang lebih profesional juga. Kita juga bisa mendapatkan pengalaman yang berkesan dimana kita pasti melayani pelanggan dengan ramah dan profesional ditambah ada sedikit berbincang dengan pelanggan. Ini dapat membantu

tim Lemonivita dalam membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang dan mendapatkan pelanggan yang akan membeli Lemonivita kembali.

22. Membuka *booth* Lemonivita

Kami memutuskan untuk membuka booth Lemonivita pada saat pekan bazaar Euforia guna menaikkan nama Lemonivita agar semakin dikenal dan menaikkan jumlah pelanggan Lemonivita. Walaupun awalnya sempat berfikir bahwa harga sewa yang begitu tinggi, tetapi kami yakin bahwa kita bisa demi menaikkan harapan Lemonivita agar semakin dikenal.





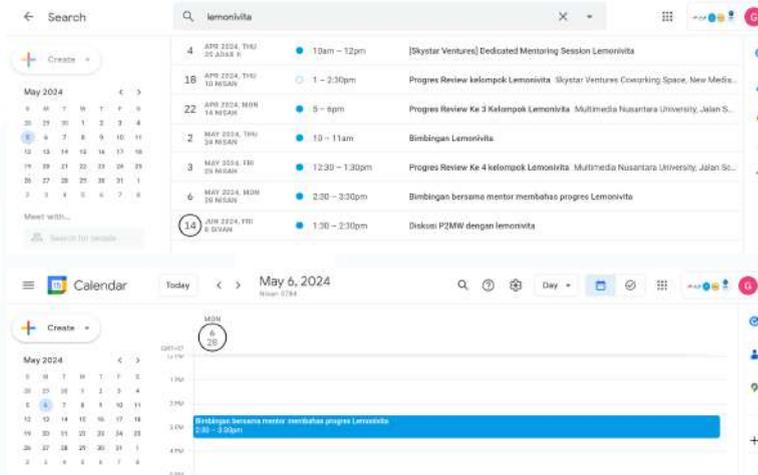
Gambar 3.23 Membuka booth Lemonivita

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari gambar 3.23 dimana kami membuka booth Lemonivita di acara *Euforia* yang diadakan pada tanggal 13-17 Mei. Kami ditawarkan untuk mengambil paket yang 5 hari dengan harga 1.500.000. Tetapi tim kami khawatir akan nominal tersebut karena jumlahnya terlalu besar. Maka saya sebagai CEO Lemonivita berpikir dan berdiskusi kalau bagaimana jika kita membuka *booth* ini selama 3 hari saja lalu kita juga berdiskusi satu dengan yang lain dengan cara menghitung modal juga menghitung target untuk menutup uang sewa dan modal pembelian bahan baku harus membutuhkan penjualan berapa banyak. Lalu kami memutuskan untuk mengambil 3 hari mulai dari tanggal 15 sampai 17 Mei 2024. kami memulai *loading* barang di jam 9 hingga setengah 10. Lalu kami melakukan restock barang jam 1 siang dan di jam 5 kami sudah persiapan tutup *booth*.

23. Mengikuti mentoring dengan para mentor skystar

Selama mengikuti magang pada semester ini, Lemonivita berada dibawah Tim Skystar untuk membantu proses pelaksanaan magang dengan cara memberikan fasilitas ruangan, diberikan workshop, dan diberikan mentor terbaik pada bidang tiap bisnis. Mentor kami adalah Kak Andrew dan Kak Hokky. Kami sering mengadakan mentoring, seminggu sekali saya membuat jadwal di Google Calendar untuk membuat perjanjian jadwal meeting atau jadwal mentoring secara online dan offline.



https://docs.google.com/spreadsheets/1.../edit#gid=1...

Data pembelian Lemonivita

| Day 1 -> 15 Mei 2024 | | | | | | | Day 2 -> 16 Mei 2024 | | | | | | |
|----------------------|------------------|--------|----------|----------|--------------|---------------|----------------------|-----|------------------|--------|----------|----------|--|
| No. | Orderan | Ukuran | Quantity | Bayar | Harga Produk | Harga Pasukan | Total Bayar | No. | Orderan | Ukuran | Quantity | Bayar | |
| 1 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 1 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 2 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 2 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 3 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 3 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 4 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 4 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 5 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 5 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 6 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 6 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 7 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 7 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 8 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 8 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 9 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 9 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 10 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 10 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 11 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 11 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 12 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 12 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 13 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 13 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 14 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 14 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 15 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 15 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 16 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 16 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 17 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 17 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 18 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 18 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 19 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 19 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 20 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 20 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 21 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 21 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |
| 22 | Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | Rp12.000 | Rp12.000 | | 22 | Pinch Lemonivita | M | 1 | Rp12.000 | |



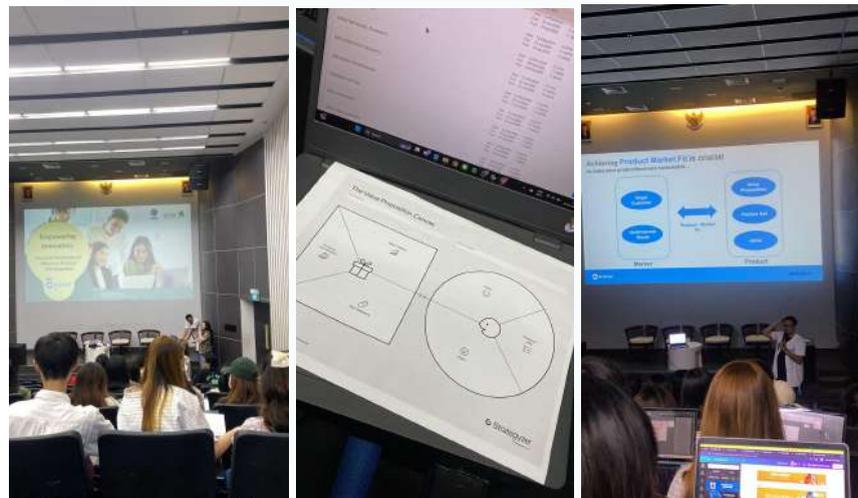
Gambar 3.24 Bimbingan Dengan Mentor Skystar
Sumber : Lemonivita, 2024

Kami melakukan bimbingan seminggu sekali tetapi ada juga yang dilakukan seminggu 2x. Kami membahas tentang pitchdeck dan mempresentasikan pitchdeck tersebut. Lalu kami membahas juga tentang

keuangan Lemonivita dari modal, keuntungan sampai harga yang ingin di tetapkan. Kami juga membahas tentang menu baru, lalu dibantu kakak mentor untuk menetapkan harga tersebut.

24. Mengikuti Workshop yang diadakan oleh Skystar

Kami diajak Skystar dalam program kerja magang ini untuk mengikuti workshop yang berjudul Empowering Innovation, A Practical Workshop on Effective Product Development yang diadakan pada tanggal 13 Mei 2024. Yang membawakan tema workshop tersebut adalah tim dari aplikasi keuangan DANA indonesia. Workshop ini diadakan untuk menambah ilmu kami semua para pebisnis dan juga membantu apa saja yang dibutuhkan, apa saja yang harus dilakukan bila terjadi sesuatu dalam berbisnis dan perkembangan bisnis kedepannya. Diadakan juga sesi dimana kami harus membuat/ mengisi kertas Value Proposition tentang bisnis kami.



Gambar 3.25 Workshop Skystar Ventures

Sumber : Lemonivita, 2024

Dari workshop tersebut, kami belajar banyak tentang pentingnya inovasi, proses pengembangan produk, mencari tau kebutuhan pelanggan, brainstorming, teknologi yang dibutuhkan, dan evaluasi dan pemasaran produk.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pengerjaan Bisnis Lemonivita ini, saya dan tim mengalami beberapa kendala yang terjadi yaitu:

3.3.1 Kurangnya pengalaman mengenai proses penjualan secara langsung.

Pada saat Demo Day yang dilaksanakan dalam program Wirausaha Merdeka, kami menghadapi situasi di mana kami baru pertama kali melakukan penjualan secara langsung. Sebelumnya, kami semua belum memiliki pengalaman dalam berjualan secara tatap muka. Tantangan ini menjadi nyata saat kami mulai berinteraksi dengan pelanggan. Pada saat penjualan langsung ini, terlihat jelas bahwa saya dan tim mengalami kesulitan karena jumlah pengunjung yang datang ke tempat kami sangat banyak. Selain itu, kedatangan pengunjung yang tiba-tiba dan tidak terduga membuat kami kewalahan dalam menangani mereka. Kami belum terbiasa dengan dinamika penjualan langsung, sehingga kami kurang siap dalam menghadapi arus pengunjung yang padat dan memberikan pelayanan yang optimal. Situasi ini mengajarkan kami tentang pentingnya kesiapan dan strategi dalam penjualan langsung, serta bagaimana mengelola interaksi dengan pelanggan secara efektif.

3.3.2 Kesalahan dalam menginput data pelanggan

Karena ramainya pelanggan yang datang, kami masih mengalami beberapa kesalahan dalam menginput data pembelian dan pencatatan jam pertemuan dengan pelanggan. Situasi yang sibuk dan jumlah pelanggan yang banyak membuat kami kesulitan untuk menjaga ketelitian dan akurasi dalam mencatat setiap transaksi dan informasi yang diperlukan. Beberapa data yang seharusnya dimasukkan dengan tepat malah tercatat dengan salah, sehingga menyebabkan ketidaksesuaian dalam sistem kami. Kesalahan ini tidak hanya mempengaruhi manajemen inventaris dan pelacakan penjualan, tetapi juga mengganggu jadwal pertemuan

dengan pelanggan yang telah kami tetapkan. Masalah ini menyoroti pentingnya pelatihan yang lebih baik dan sistem yang lebih efisien untuk memastikan bahwa data pelanggan dapat diinput dengan benar meskipun dalam situasi yang sangat sibuk.

3.3.3 Kekurangan dalam membeli bahan baku

Dikarenakan persediaan stok bahan baku selalu cepat habis dan adanya pesanan yang datang secara mendadak, kami sering kewalahan dalam membeli bahan baku tambahan selama jam operasional. Situasi ini menyebabkan kami kesulitan memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat. Ketika stok bahan baku habis, kami harus segera mencari pemasok yang dapat menyediakan bahan baku dalam waktu singkat. Namun, proses ini seringkali mengganggu alur kerja kami, karena harus meninggalkan tempat usaha untuk membeli bahan baku tambahan. Keterbatasan stok yang tidak mencukupi kebutuhan juga mengakibatkan penundaan dalam pelayanan dan produksi, sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Masalah ini menekankan pentingnya perencanaan stok yang lebih baik, serta pengelolaan inventaris yang lebih efisien untuk memastikan bahwa bahan baku selalu tersedia dan siap digunakan, bahkan ketika ada lonjakan pesanan yang tidak terduga.

3.3.4 Kurangnya koordinasi di antara setiap tim

Dikarenakan masing-masing tim mempunyai tugas dan tanggung jawabnya sendiri-sendiri, pada saat diberikan tugas yang bukan merupakan bagian dari tanggung jawab utama mereka, mereka sering kewalahan dan terhambat dalam menyelesaikan pekerjaan tersebut. Misalnya, ketika tim pemasaran harus menangani tugas-tugas yang biasanya dikerjakan oleh tim logistik atau

sebaliknya, mereka mengalami kesulitan karena tidak terbiasa dengan prosedur dan detail yang diperlukan. Situasi ini menunjukkan adanya kurangnya koordinasi dan komunikasi yang efektif di antara tim-tim tersebut. Hal ini mengakibatkan kebingungan dan ketidakpastian dalam menjalankan tugas, serta menghambat alur kerja secara keseluruhan. Kurangnya koordinasi ini juga dapat menyebabkan penundaan dalam proyek dan menurunkan efisiensi operasional. Oleh karena itu, penting untuk memperbaiki komunikasi antar tim dan memastikan bahwa setiap anggota tim mendapatkan pelatihan yang memadai agar mereka dapat menangani tugas tambahan dengan lebih baik dan mendukung satu sama lain ketika diperlukan.

3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

3.4.1 Solusi dari kurangnya pengalaman mengenai proses penjualan secara langsung

Karena kita bekerja bersama-sama sebagai satu tim, kita saling membantu satu sama lain meskipun masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terjadi. Dalam menghadapi tantangan ini, kita belajar untuk saling mendukung dan bekerja sama, bahkan saat situasi menjadi sangat sibuk dan penuh tekanan. Meskipun ada kepanikan, terutama ketika berhadapan dengan lonjakan pengunjung atau masalah teknis yang tidak terduga, kita berusaha untuk tetap tenang dan fokus dalam memberikan pelayanan terbaik. Setiap anggota tim berkontribusi dengan kemampuan dan pengetahuan mereka masing-masing, dan kita secara kolektif

mengatasi kesulitan yang muncul. Proses ini juga menjadi peluang bagi kita untuk mengembangkan keterampilan penjualan langsung dan meningkatkan kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan pelanggan. Dengan terus berlatih dan belajar dari pengalaman, kita berharap dapat meminimalkan kesalahan di masa depan dan meningkatkan efisiensi serta kualitas layanan yang kita berikan.

3.4.2 Solusi dari kesalahan dalam menginput data pelanggan

Untuk mengatasi masalah kesalahan dalam menginput data pelanggan, langkah pertama yang kami ambil adalah memperbaiki template Excel yang digunakan untuk mencatat data penjualan. Kami merancang ulang lembar kerja tersebut agar lebih intuitif dan mudah digunakan, serta menambahkan fitur-fitur seperti validasi data dan drop-down menus untuk mengurangi kemungkinan kesalahan input. Selain itu, kami membagi tugas kepada anggota tim secara lebih efektif agar setiap aspek pencatatan dapat ditangani dengan lebih teliti. Setiap anggota tim kini memiliki tanggung jawab spesifik, misalnya ada yang fokus pada pencatatan pembelian, sementara yang lain menangani pemesanan. Dengan pembagian tugas yang lebih jelas ini, kami memastikan bahwa semua transaksi tercatat dengan benar dan akurat. Kami juga memberikan pelatihan tambahan kepada tim tentang cara penggunaan template Excel yang baru dan pentingnya ketelitian dalam proses pencatatan data. Melalui langkah-langkah ini, kami berharap dapat meningkatkan akurasi data penjualan dan mengurangi kesalahan yang terjadi selama proses input data pelanggan.

3.3.3 Solusi dari kurangnya pembelian bahan baku

Kami mempunyai solusi untuk mengurangi kesalahan atau kekurangan stok bahan baku dengan melakukan persiapan yang lebih baik. Salah satu langkah yang kami ambil adalah mempersiapkan stok bahan baku setidaknya tiga hari sebelum mulainya penjualan. Ini melibatkan pencatatan persediaan stok secara rutin dan akurat, serta memantau kebutuhan bahan baku secara berkelanjutan. Setiap

anggota tim diberi tanggung jawab untuk melaporkan jumlah stok yang tersedia dan memperbarui catatan inventaris secara berkala. Selain itu, kami juga membuat jadwal pembelian bahan baku yang lebih terstruktur dan memastikan bahwa semua anggota tim mendapatkan informasi yang jelas mengenai kapan dan di mana bahan baku perlu dibeli. Dengan cara ini, kami dapat memastikan bahwa bahan baku selalu tersedia dan siap digunakan, menghindari situasi kehabisan stok selama jam operasional. Langkah ini tidak hanya membantu kami dalam mengelola inventaris dengan lebih baik, tetapi juga meningkatkan koordinasi dan komunikasi di antara anggota tim, sehingga setiap orang tahu peran dan tanggung jawabnya dalam menjaga ketersediaan bahan baku.

3.3.4 Solusi dari kurangnya koordinasi pada setiap tim

Solusi yang kami temukan untuk mengatasi kurangnya koordinasi di antara setiap tim adalah dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan lintas fungsi di antara anggota tim. Setiap anggota tim didorong untuk belajar dan memahami pekerjaan satu sama lain. Misalnya, semua anggota tim harus mengetahui cara membuat racikan bahan, menyusun dan menyajikan minuman untuk setiap menu, mendata semua pesanan dengan benar, mencatat pembayaran dengan akurat, dan mengingatkan satu sama lain jika ada kekurangan atau kesalahan. Kami juga mengadakan sesi pelatihan dan simulasi secara berkala untuk memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menangani berbagai tugas. Selain itu, kami menerapkan sistem komunikasi yang lebih efektif, seperti pertemuan harian singkat untuk membahas tugas-tugas yang perlu diselesaikan dan memperbarui status pekerjaan. Melalui langkah-langkah ini, kami berharap dapat meningkatkan sinergi dan efisiensi kerja di antara tim, memastikan bahwa semua tugas dapat diselesaikan dengan baik, dan mengurangi kemungkinan kesalahan akibat kurangnya koordinasi



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA