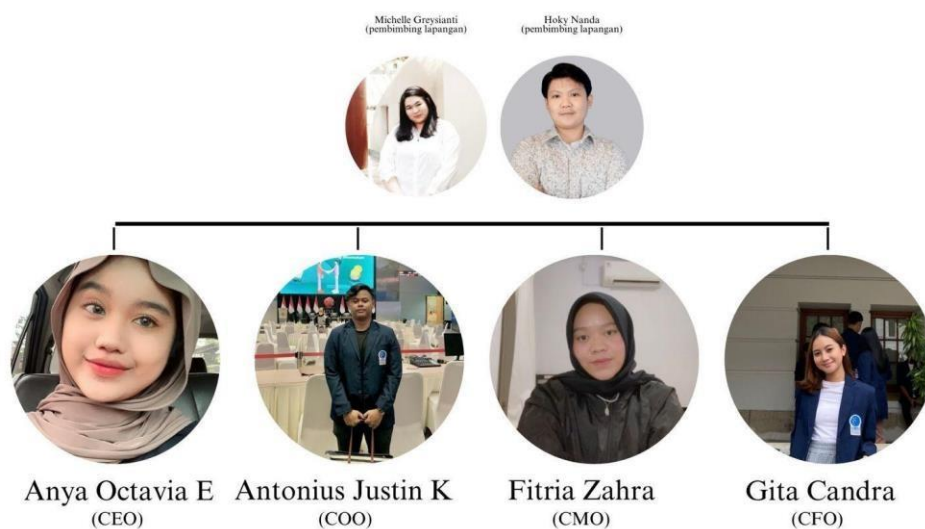


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis merupakan seorang mahasiswa magang yang berposisi sebagai mahasiswa yang sedang menjalankan praktik wirausaha dengan anggota kelompok lainnya. Penulis berposisi sebagai pelaku usaha yang nantinya akan dibimbing oleh pembimbing lapangan langsung yang berasal dari Skystar Ventures selaku tempat atau instansi magang berada.



**Gambar 3.1 Kedudukan Magang Penulis**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Seperti yang tunjukkan pada susunan organisasi di atas yang terdiri dari 4 anggota pelaku usaha dengan 1 orang mentor sekaligus pembimbing lapangan. Dalam alur praktik magang wirausaha ini, penulis diwajibkan untuk terus melakukan pengembangan terkait usaha yang sedang dijalankan, mendapatkan materi dan pelatihan terkait keperluan usaha. Selain itu, penulis disini berposisi sebagai *Chief*

*Marketing Officer* (CMO), Anya Octavia sebagai *Chief Executive Producer* (CEO), Justir Kurniawan sebagai *Chief Operating Officer* (COO) dan Gita Candra sebagai *Chief Financial Officer* (CFO). Penulis akan melaporkan bagaimana kinerja usaha yang telah berjalan selama mengikuti proses magang wirausaha dan nantinya akan melakukan bimbingan dengan pembimbing lapangan untuk mendapatkan masukan, dan juga evaluasi.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di Skystar ventures dengan perkiraan jumlah jam yang mencapai hampir 847 jam, berikut merupakan uraian tugas dan penjelasan dari penulis yang dilakukan agar dapat mengembangkan dan mengelola usaha yang sedang dijalani dengan bimbingan langsung oleh perusahaan magang penulis yaitu Skystar.

No	Proyek	Keterangan
1	<i>Market positioning</i>	Menentukan target segmentasi dari usaha yang sedang dijalani, menentukan kategori pasar, keuntungan yang dimiliki, menentukan diferensiasi, dan menentukan kompetitor yang sejalan dengan usaha yang sedang dijalani
2	<i>Pitch deck</i>	Penulis menentukan permasalahan dan solusi atas munculnya sebuah usaha yang sedang dijalani, memberikan alasan mengapa harus memulai usaha tersebut saat ini, menentukan besarnya jumlah pasar yang ada, menentukan tujuan perusahaan, pesaing dan menentukan <i>customer persona</i>
3	Survey pasar	Penulis membuat sebuah <i>Google Form</i> sederhana untuk melihat permintaan orang-orang sekitar atas produk yang ditawarkan dengan membuat beberapa pertanyaan yang kemudian disebarakan kepada responden
4	Konten sosial media	Penulis membuat konten untuk kebutuhan sosial media yaitu Instagram
5	<i>Brand awareness</i>	Untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> penulis membuat konten interaktif melalui sosial media, dan membuat konten Instagram feeds yang menarik.

6	<i>Editing</i>	Untuk membuat pesan dalam konten yang disebarakan melalui media sosial dapat tersampaikan dengan benar dan menarik bagi pelanggan, penulis melakukan kegiatan menyunting untuk memberikan kesan gambar yang menarik
7	Promosi	Agar dapat menarik perhatian para pelanggan penulis melakukan promosi produk melalui sosial media. misalnya dengan menyebarkan informasi <i>pre order</i> , memberikan promo pada produk dan lain sebagainya
8	Evaluasi produk	Untuk mempertahankan keberlangsungan usaha, penulis tetap melakukan evaluasi terhadap produk <i>burnt cheesecake</i> agar produk dapat berkembang pada setiap waktu
9	Produksi produk	Penulis melakukan pembuatan produksi produk <i>burnt cheesecake</i> untuk memenuhi pesanan yang masuk oleh para pelanggan
10	<i>Trial and error</i>	Dalam upaya untuk meningkatkan perkembangan usaha <i>Sweevories</i> , penulis mencoba untuk meluncurkan produk baru yaitu <i>japanese cheesecake</i> . oleh karena itu penulis perlu melakukan uji coba pembuatan <i>japanese cheesecake</i> terlebih dahulu
11	Konten sosial media interaktif	Penulis membuat konten interaktif dengan pelanggan melalui Instagram story dengan melakukan pertanyaan singkat atau kuis singkat
12	Survey produk	Penulis membuat <i>Google Form</i> sederhana dengan menanyakan mengenai masukan dan saran terkait produk yang dimiliki, penulis juga bertanya secara langsung kepada pelanggan yang pernah membeli produk <i>Sweevories</i>
13	Pengemasan produk	Setelah proses produksi produk selesai dilakukan, penulis ikut serta membantu dalam proses pengemasan produk
14	Pengelolaan sosial media	Penulis mengelola Instagram yang merupakan saat ini satu-satunya sosial media yang dimiliki. penulis melakukan upload konten melalui Instagram, melakukan penjualan dan merespon pelanggan jika ada yang ingin melakukan pembelian

**Tabel 3.1 Menunjukkan Tugas Kerja Magang Penulis**

Sumber: *Sweevories*, 2024

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

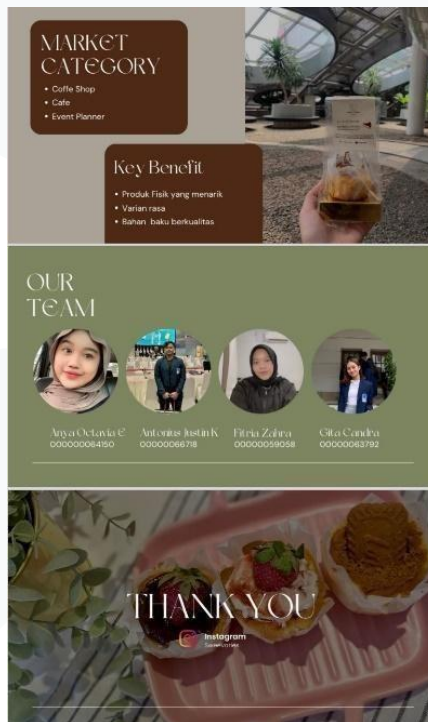
#### 1. Membuat *Market Positioning*

Posisi pasar (*market positioning*) adalah cara di mana suatu merek, produk, atau layanan ditempatkan di benak konsumen dalam perbandingan dengan pesaingnya. Ini melibatkan pengaturan elemen-elemen seperti harga, kualitas, keunggulan produk, citra merek, dan strategi pemasaran untuk menciptakan persepsi unik di antara konsumen.

Pentingnya posisi pasar adalah untuk membedakan produk atau merek dari pesaingnya dan memberikan alasan kepada konsumen mengapa mereka harus memilih produk atau merek tertentu daripada yang lain. Dengan memiliki posisi pasar yang kuat, perusahaan dapat menarik pelanggan yang sesuai dengan nilai-nilai, kebutuhan, dan keinginan mereka.

Strategi posisi pasar dapat bervariasi tergantung pada tujuan bisnis, target pasar, dan kondisi industri. Ini dapat melibatkan fokus pada keunggulan produk tertentu, harga yang kompetitif, pelayanan pelanggan yang superior, atau nilai tambah lainnya yang membedakan merek dari pesaingnya.

Salah satu yang berada dalam komponennya ialah *customer personal* dari produk yang dimiliki. Kriteria yang ditunjukkan diantaranya ialah mahasiswa, pelajar dan pekerja yang memiliki domisili tangerang, tangerang selatan, gading serpong, dan sekitarnya dengan pengeluaran yang mampu dihabiskan untuk sebuah makanan manis mulai dari 30 ribu rupiah hingga 100 ribu rupiah. Selanjutnya terdapat diferensiasi yang dimiliki diantaranya ialah bentuk produk *cheesecake* yang bulat, rasa keju yang enak dan kuat, harga yang murah, dan tampilan yang unik atau lucu.



Gambar 3.2 Merupakan *Market positioning* dari usaha *burnt cheesecake*

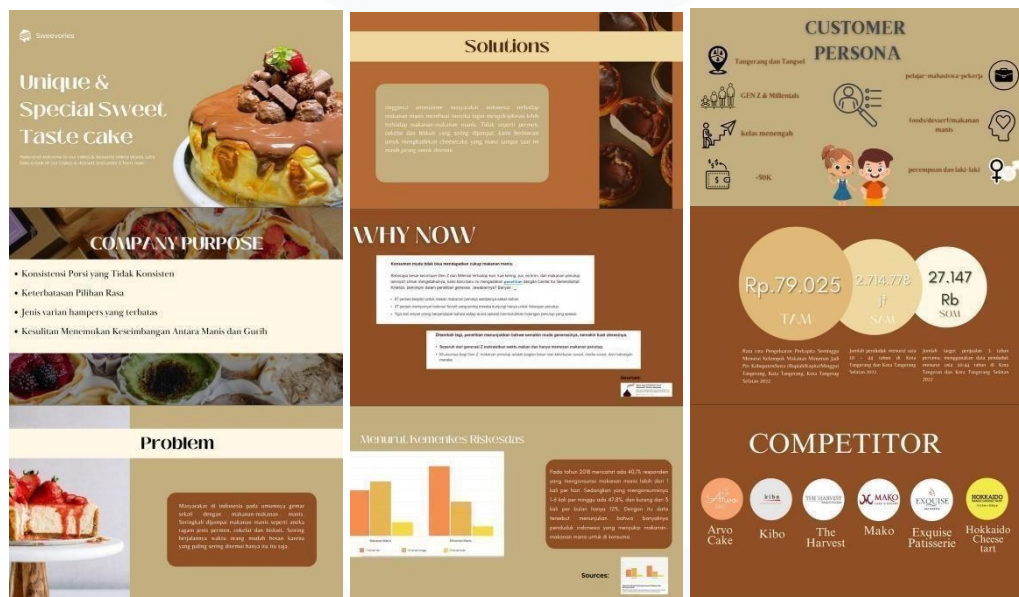
Sumber: *Sweeories*, 2024

## 2. Membuat Pitch Deck

*Pitch deck* merupakan hal yang sangat penting berupa materi presentasi singkat untuk keperluan para pemilik bisnis ketika bertemu dengan calon investor dan konsumen. Menggambarkan mengenai ringkasan-ringkasan rencana singkat tentang ide bisnis dengan menyertakan elemen yang menarik di dalamnya.

Tujuan dari *pitch deck* adalah untuk meyakinkan audiens tentang potensi bisnis dan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan. Ini merupakan kesempatan bagi pengusaha atau tim manajemen untuk memperoleh dukungan finansial, mitra strategis, atau peluang pertumbuhan lainnya.

*Pitch deck* biasanya disampaikan secara langsung dalam pertemuan tatap muka atau melalui platform virtual seperti video konferensi. Presentasi harus singkat, jelas, dan menarik, dengan fokus pada poin-poin kunci yang paling penting untuk menarik minat dan dukungan dari para investor atau mitra potensial. Berikut ini merupakan *pitch deck* yang telah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.3 Pitch Deck Usaha Burnt Cheesecake

Sumber: Sweevories, 2024



Gambar 3.3 menunjukkan gambaran dari *pitch deck* yang dimiliki oleh usaha *burnt cheesecake* penulis. Mulai dari permasalahan dan solusi yang ada, *customer persona*, tujuan perusahaan, alasan penulis memulai usaha tersebut, target pasar hingga kompetitor yang ada.



**Gambar 3.4 Pitch Deck Usaha *Burnt Cheesecake***

Sumber: *Sweevories*, 2024

Gambar 3.4 menunjukkan gambaran dari pitch deck yang dimiliki oleh usaha *burnt cheesecake* penulis. Mulai dari *perceptual maps*, produk yang dimiliki, sosial media yang dimiliki, sumber pendapatan hingga BMC, dan anggota tim *Sweevories*. yang terdiri dari empat 4 yaitu Anya Octavia, Justin Kurniawan, Fitria Zahra dan Gita Candra.

### 3. Melakukan *Survey* Pasar

Survey pasar merupakan salah satu cara yang paling umum yang digunakan untuk mengukur perasaan dan preferensi pelanggan dalam suatu pasar tertentu. Mulai dari pengumpulan informasi yang ditunjukkan untuk mengukur kelayakan suatu produk, mengetahui ada atau tidaknya pelanggan yang menginginkan suatu produk yang ingin dihadirkan, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penulis melakukan riset sederhana yang dibagikan melalui *Google Form*.



**Gambar 3.5 Bukti *Google Form***

Sumber: Penulis, 2024

Gambar 3.5 di atas merupakan hasil tangkapan layar oleh penulis yang menunjukkan bukti penyebaran survey melalui *Google Form*. Berdasarkan gambar di atas, dinyatakan bahwa sebagian besar dari responden memiliki minat yang cukup



tinggi di dalam bidang kuliner. 19 dari 22 orang menyatakan mereka sangat tertarik dan sisanya mengatakan mereka cukup tertarik.

#### 4. Membuat Bahan Konten Untuk Instagram

Instagram merupakan sosial media yang saat ini dimiliki oleh *Sweevories* untuk melakukan penjualan dan pemasaran. Konten foto dan video yang menarik tentu akan membawa kemajuan bisnis menjadi lebih baik. Mulai dari foto produk, pemasaran yang dilakukan, dan konten yang diberikan. Salah satu pekerjaan yang dilakukan oleh penulis sebagai kepala divisi pemasaran sosial media yaitu menyajikan foto atau video yang berkualitas untuk dapat dimasukkan ke dalam Instagram. Misalnya dengan menyajikan konten interaktif dengan pelanggan dan calon pelanggan melalui Instagram *story*, menyajikan hasil foto produk yang berkualitas, memberikan konten informatif, dan lainnya. Berikut ini merupakan beberapa gambar yang telah penulis buat untuk bahan konten melalui sosial media Instagram.



**Gambar 3.6 Dokumentasi Foto Produk Melalui Instagram *Sweevories***

Sumber: *Sweevories*, 2024



**Gambar 3.7 Merupakan Salah Satu Feeds Instagram Sweevories**

sumber: *Sweevories*, 2024



**Gambar 3.8 Konten Informatif Instagram Sweevories**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Gambar 3.8 merupakan hasil tangkapan layar oleh penulis pada Instagram *Sweevories* yang menunjukkan tentang sejarah produk, produk, dan pemilihan waktu terbaik untuk menikmati produk yang ditawarkan. Berikut beberapa contoh dari konten informatif untuk sosial media Instagram *Sweevories*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.9** Konten Informatif Instagram *Sweevories*

Sumber: *Sweevories*, 2024

Pada gambar di atas dijelaskan sejarah singkat mengenai *burnt cheesecake* dan juga kapan waktu terbaik untuk mengkonsumsinya.

Untuk Konsepnya muncul pada awal tahun 1990-an ketika pemilik bar, saudara Eladia dan Antonio Rivera, bersama dengan istri mereka Carmen dan Cochi, melakukan proses penelitian dan pengembangan yang ekstensif dalam mencari cheesecake yang sempurna. Meskipun hari ini dikenal di seluruh dunia sebagai Basque burnt cheesecake, awalnya dikaitkan dengan La Vina, tempat asalnya.

Dalam bentuk aslinya, cheesecake tidak terlalu terbakar; "dipanggang" mungkin lebih baik untuk menggambarannya. Palet warnanya terdiri dari campuran coklat, hitam, dan emas, daripada penampilan yang terbakar secara seragam yang telah menjadi populer secara global dalam beberapa tahun terakhir.

Sedangkan untuk mengonsumsi *burnt cheesecake* penulis menyarankan agar dapat mengonsumsi pada saat suasana hati sedang tidak baik, ketika sedang sedih, dan lebih baik lagi jika dikonsumsi setelah makan malam atau makan siang.

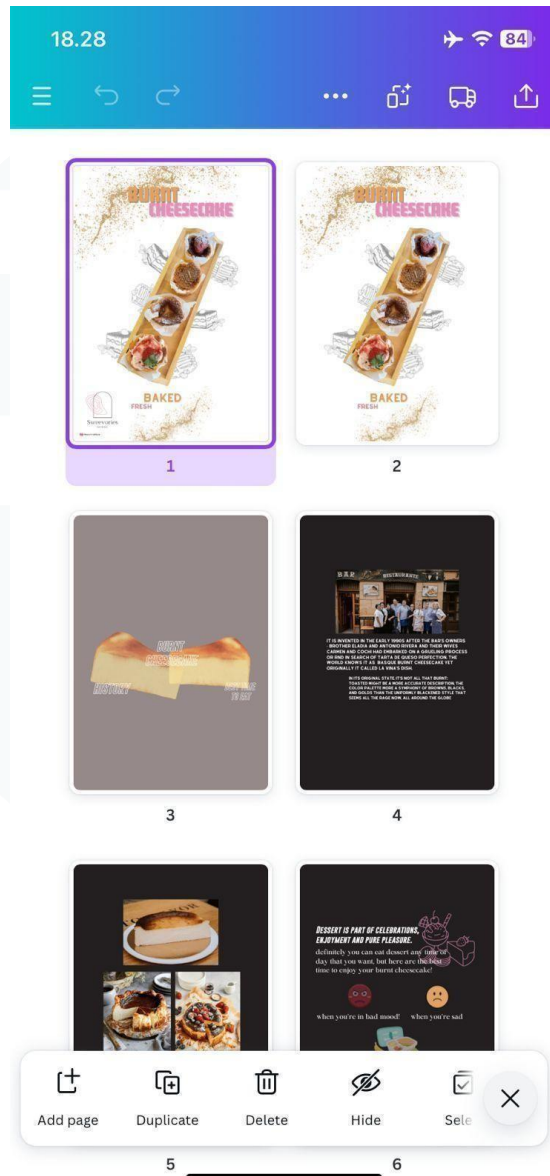
## **5. Melakukan Upaya Terkait Peningkatan *Brand Awareness***

Untuk meningkatkan upaya brand awareness terhadap brand *Sweevories*, penulis menetapkan media sosial Instagram yang akan digunakan untuk melakukan promosi, membuat konten yang menarik, memposting foto pada sosial media, membangun *engagement* dengan target pasar dan mengikuti tren yang ada saat ini. Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.6 hingga 3.8 bahwa penulis berupaya penuh untuk memberikan postingan Instagram yang menarik dan enak untuk dilihat. Selain itu, pada Instagram *Sweevories*, terdapat juga kumpulan testimoni dari berbagai macam pelanggan, terdapat konten informatif mengenai sejarah tentang produk yang ditawarkan, dan memberikan saran mengenai waktu terbaik untuk mengonsumsi produk *burnt cheesecake* yang ditawarkan.

## **6. Melakukan *Editing***

*Editing* merupakan proses menyunting yang sifatnya mempertimbangkan setiap materi publikasi agar dapat layak dipandang atau layak untuk disiarkan. Menyunting juga salah satu aspek penting dalam menarik perhatian pelanggan, baik hal tersebut disampaikan melalui sebuah foto atau video.





**Gambar 3.10 Bahan Konten Untuk Sosial Media Instagram**

Sumber: *Sweevories*, 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





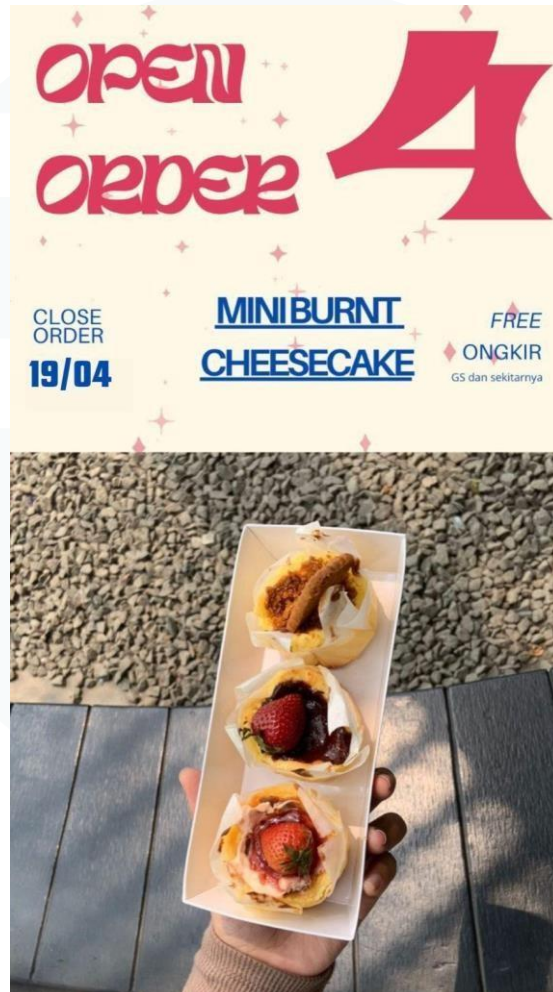
**Gambar 3.11** Salah Satu Hasil *Editing*

Sumber: *Sweevories*, 2024

## 7. Mempromosikan Produk

Pelanggan dan konsumen tentu tidak datang tanpa adanya usaha, salah satu yaitu dengan melakukan promosi produk. Mempromosikan produk menjadi bagian paling dasar untuk mencapai penjualan dan meningkatkan *brand awareness* dari suatu bisnis. Misalnya dengan melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, memberikan rekomendasi kepada teman atau keluarga, dan memberikan promo atas suatu produk.





**Gambar 3.12 Poster Promosi Pre Order**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Gambar di atas menunjukkan salah satu *poster* yang akan disebarakan melalui media sosial untuk mengumumkan bahwa *Sweevories* sedang membuka *pre order* untuk produk *burnt cheesecake*. Beberapa informasi yang disebutkan diantaranya terdapat tanggal *pre order* dibuka dan kapan akan ditutup. Selain itu, informasi promo juga diberikan, yaitu dengan memberikan promo gratis ongkir bagi pelanggan yang memiliki domisili daerah Gading Serpong dan sekitarnya. Bagi pelanggan yang ingin melakukan pengambilan di kampus UMN juga tidak perlu membayar biaya tambahan apapun.



**Gambar 3.13 Daftar Menu Sweevories Promo**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Dari gambar 3.13 dapat dilihat bahwa penulis mencantumkan promosi dengan memberikan potongan selisih harga 5 ribu rupiah. Tercantum pada gambar di atas harga *burnt cheesecake* dengan varian rasa original berada pada harga Rp18.000, dan untuk rasa creamyberry, chocoberry, lotus biscoff sebesar Rp 22.000. Sedangkan normalnya, produk *burnt cheesecake Sweevories* berada pada kisaran harga Rp27.000.

## 8. Mengevaluasi Produk

Untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis kuliner, sangat penting bagi pemilik usaha untuk terus melakukan perbaikan produk, maupun dari aspek rasa, kemasan, harga, dan lainnya. Salah satu hal yang dilakukan penulis yaitu melakukan perbaikan terhadap formula atau bahan pembuatan produk *burnt cheesecake*.

Meskipun sebelumnya sudah memiliki rasa yang baik dihadapan para pelanggan, namun akan menjadi lebih baik jika produk dapat terus dikembangkan untuk memiliki cita rasa yang lebih baik lagi. Oleh karena itu penulis melakukan uji coba formula baru terhadap produk *burnt cheesecake*.

### 9. Melakukan Produksi Produk

Untuk merealisasikan penjualan, maka produksi produk harus dilakukan. Penulis melakukan proses produksi selama 2 hari, hari pertama digunakan untuk pembuatan burnt cheesecake dan hari kedua digunakan untuk menambahkan topping pada produk. Produk burnt cheesecake yang diproduksi terbagi menjadi 4 variasi rasa. Diantaranya ialah : rasa original, rasa chocoberry, rasa creamyberry dan rasa lotus biscoff. Dari keempat rasa tersebut, creamyberry merupakan produk yang paling laku dan paling disukai dari semua pelanggan yang telah melakukan pemesanan pada produk *burnt cheesecake Sweevories*.



**Gambar 3.14 Produk Sweevories Rasa Original**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Gambar 3.14 menunjukkan produk burnt cheesecake Sweevories rasa original. Rasa original sangat cocok bagi pelanggan yang ingin merasakan cita rasa

khas dari *burnt cheesecake* secara menyeluruh. Pelanggan yang membeli varian rasa original biasanya pelanggan yang ingin mencoba terlebih dahulu apakah dasar dari produk *burnt cheesecake* ini memiliki rasa yang enak jika dipadukan dengan beragam varian *topping* yang ada.



**Gambar 3.15 Produk Sweevories Rasa Lotus Biscoff**

Sumber: Sweevories, 2024

Gambar di atas menunjukkan produk *burnt cheesecake* dengan varian rasa lotus biscoff. Dengan tambahan biskuit lotus, dan juga selai lotus biscoff tepat di atas *burnt cheesecake*. Rasa ini sangat cocok bagi pelanggan yang mencintai lotus biscoff dan menyukai cita rasa yang manis. Tekstur *cheesecake* yang lembut dan halus ditemani oleh tekstur *crunchy* dari taburan biskuit kecil yang telah dihancurkan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





**Gambar 3.16 Produk Sweevories Rasa Creamyberry**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Untuk gambar di atas merupakan produk *burnt cheesecake Sweevories* dengan rasa creamyberry. Rasa creamyberry merupakan favorit dari para pelanggan. Dengan perpaduan krim keju, selai stroberi dan juga buah stroberi tepat di atas produk *burnt cheesecake* memberikan rasa yang sempurna bagi pelanggan yang menyukai perpaduan rasa antara asam, gurih, dan manis. Buah stroberi yang disajikan tentunya disajikan dalam kondisi yang segar.



**Gambar 3.17 Produk Sweevories Varian Chocoberry**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Pada gambar 3.17 menunjukkan rasa chocoberry yang terdiri dari perpaduan coklat renyah dan buah stroberi. Rasa ini sangat cocok bagi pelanggan yang menyukai perpaduan antara asam dan manis. Selanjutnya pada gambar di bawah ini penulis akan menyertakan beberapa bukti dari rangkaian kegiatan produksi produk *burnt cheesecake* mulai dari proses pengadonan hingga proses pengemasan.



**Gambar 3.18 Proses Produksi dan Pengemasan**



Sumber: *Sweevories*, 2024

Proses produksi *burnt cheesecake* pada gambar di atas melibatkan langkah-langkah berikut:

1. **Persiapan Bahan:** Bahan-bahan utama yang digunakan umumnya mencakup cream cheese, gula, telur, dan whipping cream.
2. **Pencampuran:** Cream cheese dan gula dicampur bersama dalam sebuah mangkuk besar sampai halus dan kental. Telur kemudian ditambahkan satu per satu, diikuti dengan whipping cream, dan diaduk hingga tercampur rata.
3. **Pembuatan Adonan:** Setelah semua bahan dicampur dengan baik, adonan yang dihasilkan akan menjadi kental dan krimi.
4. **Pembakaran:** Adonan dimasukkan ke dalam loyang dan dipanggang dalam oven pada suhu tinggi. Proses ini menghasilkan efek terbakar pada permukaan cheesecake, menciptakan lapisan luar yang garing dan karamelisasi yang khas.
5. **Pemangangan dan Pendinginan:** Cheesecake dipanggang hingga bagian luarnya terlihat garing, tetapi bagian tengahnya masih agak bergetar. Setelah itu, cheesecake didinginkan dan didiamkan dalam suhu ruangan atau di dalam lemari es untuk memadatkan tekstur.
6. **Pengemasan:** Setelah cheesecake sepenuhnya didinginkan dan matang, langkah terakhir yang dilakukan merupakan proses pengemasan.

## **10. Melakukan *Trial and Error* Produk baru**

Pada saat ini, *Sweevories* memiliki produk *burnt cheesecake* dengan 4 rasa yang bervariasi. Diantaranya adalah rasa original, rasa lotus biscoff, rasa chocoberry dan juga rasa creamyberry. Untuk memaksimalkan kemajuan usaha bisnis ini, penulis bersama anggota lainnya memutuskan untuk meluncurkan produk baru yaitu *japanese cheesecake*. Namun, untuk itu penulis perlu melakukan uji coba pembuatan

produk tersebut untuk menemukan rasa yang enak dan tekstur yang pas. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk melakukan uji coba pembuatan produk *japanese cheesecake*, berikut di bawah ini merupakan dokumentasi penulis pada pembuatan produk *japanese cheesecake*.



**Gambar 3.19** Proses Uji Coba Pembuatan *Japanese Cheesecake*

Sumber: *Sweevories*, 2024



**Gambar 3.20 Uji Coba Pembuatan *Japanese Cheesecake***

Sumber: *Sweevories*, 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





**Gambar 3.21 Uji Coba Pembuatan *Japanese Cheesecake***

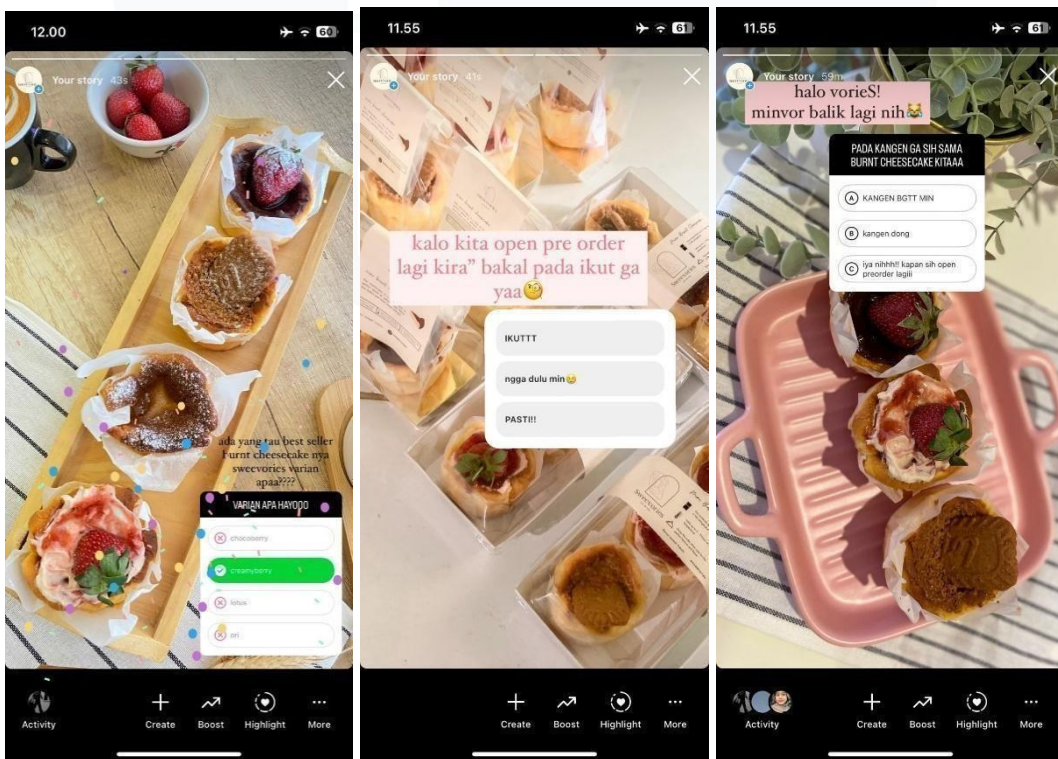
Sumber: *Sweevories*, 2024

Seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.21 bahwa penulis sebelumnya berencana untuk membuka pesanan bingkisan untuk hari raya, namun karena produk uji coba masih belum memenuhi kriteria yang cocok maka produk bingkisan tersebut masih belum layak untuk dijual dan tidak dapat dijual. Produk tersebut gagal karena tekstur yang dimiliki teksturnya masih belum sesuai dengan seharusnya, tekstur yang dihasilkan saat itu ternyata memiliki tekstur brownies dan bukan *japanese*

*cheesecake*. Oleh karena nya, penulis masih terus berupaya untuk menemukan bahan pembuatan yang pas untuk produk *japanese cheesecake* ini.

### 11. Meningkatkan Konten Interaktif

Interaksi antara penjual dan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Selain dapat menarik pelanggan menjadi loyal, hal tersebut juga dapat meningkatkan *brand awareness*. Demikian penulis mencoba untuk membuat konten melalui Instagram story yang dapat mengundang interaksi dengan pelanggan. Selain itu, memperbanyak konten juga dapat memaksimalkan penggunaan media sosial Instagram.



Gambar 3.22 Instagram Story Sweevories

Sumber: Sweevories, 2024

Gambar 3.22 merupakan hasil tangkapan layar penulis yang menunjukkan beberapa dokumentasi dari konten interaktif yang dilakukan pada media sosial Instagram. Membuat konten interaktif melalui media sosial memiliki beberapa manfaat yang signifikan, diantaranya ialah

- A. Meningkatkan Keterlibatan Pengguna: Konten interaktif dapat membantu meningkatkan keterlibatan pengguna dengan konten Anda. Ketika pengguna terlibat aktif dalam konten, misalnya dengan menyukai, mengomentari, atau berbagi, ini dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara merek Anda dan audiens Anda.
- B. Meningkatkan Kesadaran Merek: Konten interaktif cenderung lebih menarik perhatian pengguna dan memicu reaksi emosional, yang dapat membantu meningkatkan kesadaran merek Anda. Ketika pengguna terlibat dengan konten Anda, mereka cenderung lebih memperhatikan dan mempertimbangkan merek Anda dalam keputusan pembelian mereka.
- C. Meningkatkan Retensi Informasi: Konten interaktif seringkali lebih mudah diingat daripada konten statis. Melalui pengalaman interaktif, pengguna dapat lebih aktif terlibat dengan informasi yang disajikan, sehingga meningkatkan retensi informasi mereka.

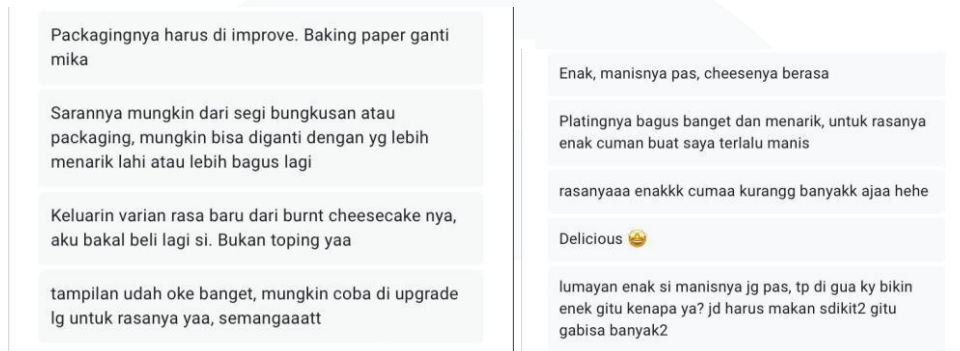
Secara keseluruhan, konten interaktif melalui media sosial dapat menjadi alat yang kuat dalam membangun keterlibatan pengguna, meningkatkan kesadaran merek, dan memperkuat hubungan dengan audiens Anda.

## **12. Melakukan *Survey* Produk**

Untuk mempertahankan keberlangsungan sebuah usaha, diperlukan adanya masukan dari para pelanggan atas kekurangan maupun kelebihan yang dimiliki oleh produk yang ditawarkan. Penjual juga perlu mendengarkan keinginan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penulis berinisiatif untuk



menyebarkan *Google Form* yang berisi permintaan masukan dan saran atas produk *burnt cheesecake* yang ditawarkan.



**Gambar 3.23 Masukan dan Testimoni Pelanggan Sweevories**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Gambar 3.23 menunjukkan beberapa testimoni, kritik dan saran terhadap produk *burnt cheesecake*. Namun, sebenarnya masih banyak tanggapan pelanggan yang telah memberikan masukan dan tanggapan mereka terhadap produk *burnt cheesecake*, kebanyakan dari mereka ditanyai langsung oleh penulis dan sebagian besar memiliki reaksi yang positif.

### 13. Melakukan Pengemasan Produk

Untuk membuat tampilan produk menjadi lebih cantik dan enak untuk dipandang, produk harus memiliki kemasan yang bagus atau lucu. Selain itu, kemasan pada produk juga dapat melindungi produk makanan khususnya dari debu, dan elemen kotor lainnya. Kemasan pada produk juga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Misalnya seperti kapan produk tersebut baik untuk dikonsumsi, kapan produk tersebut kadaluarsa, dan informasi mengenai kontak penjual jika di lain waktu pelanggan ingin memesan lagi. Berikut ini merupakan kemasan yang dimiliki oleh produk *burnt cheesecake Sweevories*



**Gambar 3.24 Kemasan Produk *Burnt Cheesecake* Isi 3**

Sumber: *Sweevories*, 2024



**Gambar 3.25 Kemasan Produk *Burnt Cheesecake* Isi 1**

Sumber: dokumentasi penulis, 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.26 Informasi *Burnt Cheesecake* Dalam Kemasan Isi 1**

Sumber: *Sweevories*, 2024

Pada gambar 3.26 terdapat informasi yang ada pada kemasan produk *burnt cheesecake* isi 1. Diantaranya adalah informasi tentang kapan produk tersebut baik untuk dimakan, ketahanan suhu ruang, dan informasi kontak *Sweevories* yang berupa sosial media Instagram. Tujuan dibuatnya beberapa informasi di atas adalah untuk memberi tahu pelanggan agar produk yang dikonsumsi dapat dirasakan pada kondisi terbaiknya.



**Gambar 3.27 Produk *Burnt Cheesecake* yang Sudah Dikemas**

Sumber: *Sweevories*, 2024

#### **14. Mengelola Sosial Media**

Saat ini, Instagram merupakan sosial media yang digunakan oleh penulis untuk mengelola *Sweevories*. Melalui Instagram, pelanggan dapat memesan produk, dan melihat konten yang dibuat. Penulis menyampaikan konten yang dibuat melalui Instagram, baik itu melalui Instagram *feeds* maupun dengan Instagram *story*.

#### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

1. Kendala yang dimiliki penulis selama proses praktik kerja magang ini berlangsung yaitu masih yang lebih dalam lagi yang mengakibatkan pemasaran produk *burnt cheesecake* terbatas pada lingkup tertentu. Hal ini menyebabkan penyebaran promosi atas penjualan pada produk menjadi tidak efektif dalam pencapaian penjualan dan pencarian pelanggan.
2. Selanjutnya untuk kendala lain yang dialami penulis yaitu penulis menganggap kerja sama secara daring tidak memberikan efektivitas bagi



keberlangsungan bisnis yang dijalankan. Secara teknis dalam pelaksanaan magang ini sebenarnya dilakukan secara mandiri oleh pemilik *Sweevories* yang mana kendali penuh atas perusahaan *Sweevories* dipegang langsung oleh pemiliknya. Dalam kejadian seperti ini biasanya pertemuan daring cenderung terlihat lebih mudah dan praktis dilakukan, namun belum tentu menghasilkan *output* yang memuaskan. Dalam situasi tertentu terkadang hal yang ingin disampaikan tidak tersampaikan dengan jelas jika hanya dengan pertemuan daring.

3. Kendala terakhir yang dimiliki oleh penulis yaitu sulitnya menemukan formula bahan untuk pembuatan produk *japanese cheesecake*. Dalam upaya mempertahankan keberlangsungan bisnis dan melakukan ekspansi produk, penulis dan tim *Sweevories* memutuskan untuk meluncurkan produk baru yang berada dalam lini makanan yang sama berbasis keju, yaitu *japanese cheesecake*. Namun setelah melakukan beberapa kali percobaan ternyata masih belum menemukan formula yang cocok meskipun dapat dikatakan sudah menghasilkan rasa yang cukup enak.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

1. Untuk mengatasi kendala yang muncul pada saat proses kerja magang dilaksanakan tentu harus diatasi dengan solusi yang ada. Misalnya kendala yang dialami ketika memiliki keterbatasan dalam proses pemasaran yang kurang maksimal dapat dimaksimalkan dengan memunculkan media promosi yang datangnya dari berbagai arah, seperti melalui media sosial, melalui rekomendasi, dan lainnya. Jika sebelumnya proses pemasaran hanya dilakukan melalui Instagram, maka penulis dapat menambahkan *platform* lainnya seperti TikTok salah satunya.
2. Kemudian untuk mengatasi tidak efektifnya kerja sama yang dijalani selama daring, maka perlu diadakan pertemuan secara langsung dengan tim *Sweevories* dalam jangka waktu yang cukup sering agar hal yang ingin disampaikan dan hal yang ingin dilakukan dapat terlaksana dengan jelas. Penulis dan tim *Sweevories* rutin melakukan pertemuan langsung dan

membahas mengenai perkembangan yang ada, melakukan *brainstorming*, dan lain sebagainya.

3. Selanjutnya untuk kendala yang ditemukan pada saat pencarian formula pembuatan terkait produk *japanese cheesecake* dapat diatasi dengan terus melakukan *trial and error*. Dengan terus melakukan uji coba, penulis yakin akan menemukan formula yang cocok untuk produk *japanese cheesecake* formula nya sudah hampir sempurna bicara soal rasa.

