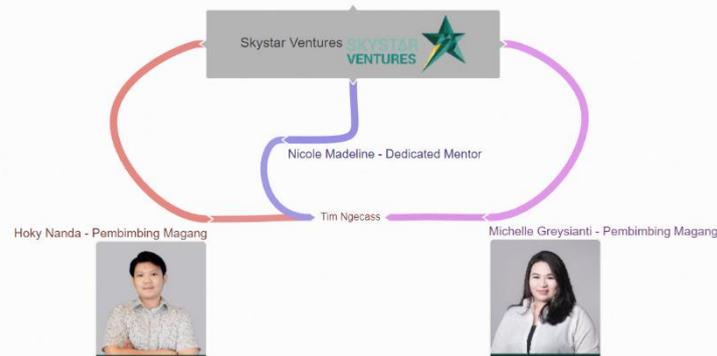


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



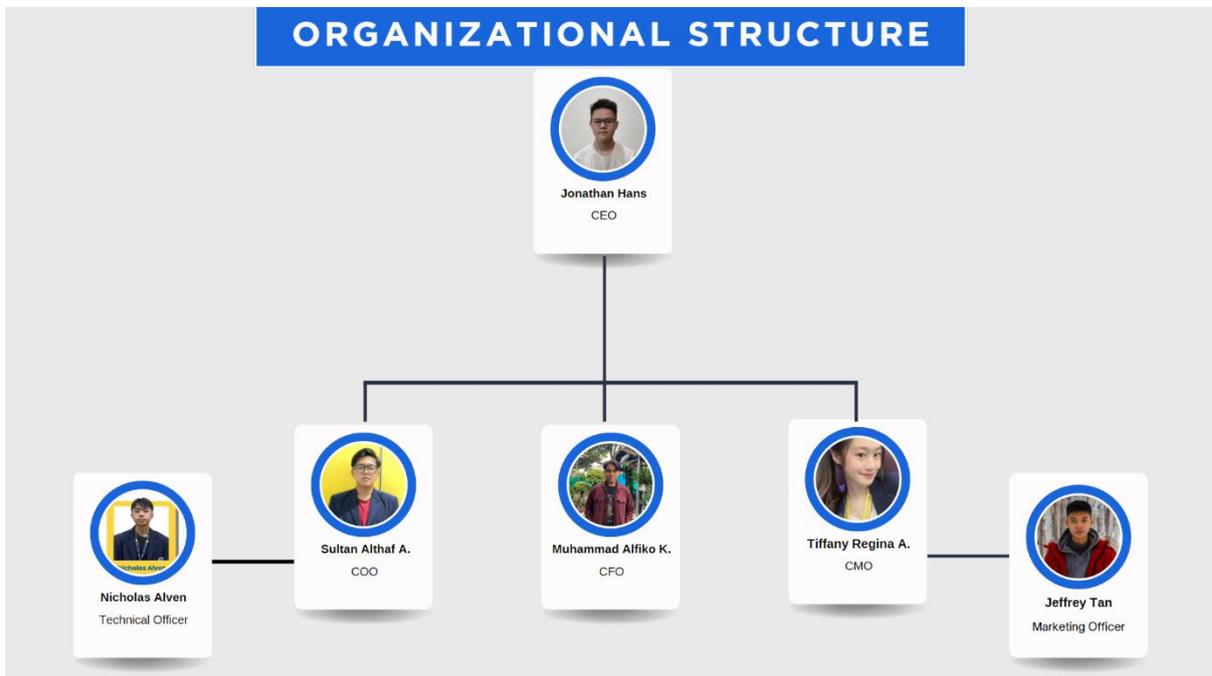
Gambar 3.1 Bagan Koordinasi Magang Skystar Ventures

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Berdasarkan dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa alur dari posisi magang yang ada di dalam kegiatan magang adalah tim NGECESS yang mana adalah tim yang mengembangkan aplikasi yang dibuat selama kegiatan magang dengan bimbingan dari Hoky Nanda dan Michelle Greysianti yang bertugas sebagai pembimbing yang diberikan dari perusahaan magang itu sendiri yaitu *Skystar Ventures*. Tugas yang dilakukan oleh pembimbing lapangan di sebuah perusahaan adalah untuk membantu dan membimbing Penulis yang sedang menjalani magang. Mereka berfungsi sebagai mentor, memberikan petunjuk yang jelas, dan menetapkan tujuan yang realistis untuk proyek dan tugas yang harus diselesaikan oleh Penulis. Selain itu, pembimbing lapangan secara teratur memberikan umpan balik untuk membantu Penulis meningkatkan kinerja dan memperoleh keterampilan yang diperlukan. Dengan menyarankan sumber belajar tambahan dan pengalaman praktis, mereka juga mendorong pembelajaran aktif. Pembimbing lapangan

membantu menyelesaikan masalah atau konflik. Mereka juga bertanggung jawab untuk memantau kinerja Penulis selama magang dan memastikan bahwa peraturan dan peraturan perusahaan dipatuhi.

Diluar dari kegiatan yang dilakukan dengan koordinasi dengan pembimbing lapangan dari Skystar Ventures, tim NGECESS juga diberi kesempatan untuk mendapatkan *Dedicated Mentor* yang berasal dari Perusahaan eksternal *Skystar Ventures* yaitu Nicole Madeline yang membantu dalam proses pengembangan aplikasi NGECESS jika dilihat dari aspek profesional. Dengan memberikan perspektif yang berbeda dan pengalaman dari sudut pandang industri yang lebih luas, *Dedicated Mentor* ini menjadi sumber daya yang penting bagi Penulis. *Dedicated Mentor* akan membantu Penulis memahami aspek khusus dari bidang kerja dan memberikan wawasan yang berharga tentang praktik terbaik, tren, dan tantangan yang dihadapi industri. *Dedicated Mentor* sangat penting untuk membantu Penulis menemukan peluang pengembangan, memberikan umpan balik yang bermanfaat, dan memberikan arahan dan bimbingan untuk menyelesaikan tugas. Selain itu, mereka dapat membantu Penulis menemukan minat dan tujuan karir dengan memberikan inspirasi dan motivasi. Selain itu, Penulis dapat memperoleh bantuan dari *Dedicated Mentor* dalam membangun jaringan profesional.



Gambar 3.2 Bagan Kedudukan Organisasi di dalam Tim Ngecass

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Selama magang di *Skystar Ventures*, Penulis berada di bagian perancangan dan pembuatan startup, dan beberapa mahasiswa bekerja sama dengan penulis di bidangnya masing-masing untuk membuat bisnis digital yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan data diatas, adalah gambaran dari bagaimana tim NGECASS berdiri di dalam sebuah organisasi yang terstruktur. Dimana Penulis yang dipilih sebagai ketua dari tim NGECASS mengambil posisi sebagai *Chief Executive Officer*. Dalam startup NGECASS, seorang *Chief Executive Officer* (CEO) adalah orang yang bertanggung jawab untuk mengawasi semua operasi perusahaan, membuat keputusan strategis, dan memimpin jalan perusahaan. CEO sangat penting untuk startup karena mereka biasanya adalah pemimpin dan penggerak utama visi, misi, dan pertumbuhan perusahaan. Berikut adalah beberapa rincian tentang tanggung jawab, tanggung jawab, dan peran seorang CEO dalam sebuah startup:

- Pengambilan Keputusan Strategis: CEO bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis yang mempengaruhi jalan dan kemajuan perusahaan. Mereka harus memahami pasar, pesaing, dan pelanggan dengan baik dan mampu membuat rencana yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis mereka.
- Pengelolaan Tim: Dalam posisinya sebagai pemimpin perusahaan, CEO bertanggung jawab untuk mengelola tim eksekutif dan karyawan lainnya. Membangun budaya kerja yang positif, memotivasi karyawan, dan memastikan bahwa semua orang dalam organisasi bekerja sama untuk mencapai visi bersama adalah tanggung jawab mereka.
- Pemimpin Visioner: CEO adalah pemimpin yang memiliki visi untuk perusahaan dan menginspirasi tim untuk mewujudkannya. Mereka harus dapat menjelaskan secara jelas visi perusahaan kepada semua pemangku kepentingan dan mendorong mereka untuk bekerja sama untuk mencapainya.
- Manajemen Sumber Daya: CEO bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya perusahaan, yang mencakup anggaran, modal, dan sumber daya manusia. Untuk memastikan efisiensi operasional dan pertumbuhan yang berkelanjutan, mereka harus membuat keputusan yang tepat tentang bagaimana mengalokasikan sumber daya.
- Hubungan Investor dan Eksternal: CEO biasanya menjadi juru bicara utama perusahaan dan bertanggung jawab untuk menjalin dan mempertahankan hubungan dengan investor, mitra, dan pemangku kepentingan eksternal lainnya. Mereka harus memiliki kemampuan untuk membangun hubungan yang solid dan memperoleh kepercayaan dari semua pihak yang terlibat.
- Pengembangan Produk dan Pasar: CEO membantu mengembangkan barang dan jasa perusahaan dan menemukan pasar baru. Perusahaan harus tetap relevan dan kompetitif dengan tetap mengikuti tren industri.

Seorang CEO, dengan peran yang komprehensif ini, sangat penting untuk mengarahkan pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang sebuah startup.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Berikut adalah rincian pekerjaan yang dilakukan oleh Penulis selama melakukan praktik kerja magang sebagai *Chief Executive Officer* di pembuatan Perusahaan startup NGECESS di Skystar Ventures.

Tabel 3.1 Pelaksanaan Pekerjaan Magang Perusahaan

No.	Jenis Kegiatan	Koordinasi
1.	Mengadakan <i>Brainstorming</i> akan pengadaan ide bersama anggota tim NGECESS secara Internal & melakukan konsultasi bersama dengan pembimbing lapangan setelah pembuatan rencana bisnis.	Hoky Nanda
2.	Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar akan ide yang telah dibuat.	Nicole Madeline
3.	Melakukan kalkulasi akan model bisnis yang sudah direncanakan apakah layak digunakan atau masih perlu adanya revisi lebih lanjut.	Hoky Nanda
4.	Pengelolaan pengembangan <i>platform</i> aplikasi NGECESS yang dibuat oleh anggota tim.	Hoky Nanda
5.	Melaksanakan pengembangan akan strategi pemasaran yang akan digunakan pada saat peluncuran produk aplikasi NGECESS.	Hoky Nanda

3.2.1 Uraian Kerja Magang

Penulis memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk membangun perusahaan yang baik dan berhasil selama masa magang mereka, karena mereka telah menangani tugas yang diberikan oleh perusahaan. Berikut adalah rincian pekerjaan yang dilakukan oleh penulis untuk menyelesaikan tugas.

1. Mengadakan *Brainstorming* akan pengadaan ide bersama anggota tim NGEACASS secara Internal & melakukan konsultasi bersama dengan pembimbing lapangan.

Proses ini dilaksanakan pada awal mula kegiatan magang berjalan, dimana anggota tim Penulis diharapkan untuk mengumpulkan ide bisnis yang akan dikembangkan selama proses magang. Oleh karena itu, tim Ngecass melakukan proses *Brainstorming* yaitu, teknik yang digunakan untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide secara kreatif dalam waktu singkat. Dalam konteks mencari ide bisnis, *brainstorming* dapat dilakukan dengan mengumpulkan sekelompok orang yang memiliki beragam latar belakang dan pengetahuan. Tim Penulis didorong untuk menyumbangkan ide-ide baru tanpa dibatasi. Metode ini memungkinkan pemikiran yang bebas dan kreatif, memungkinkan konsep yang belum pernah dipikirkan sebelumnya untuk muncul. Pemikiran bebas, pertanyaan terbuka, asosiasi bebas, dan penggambaran ide adalah beberapa teknik yang sering digunakan saat *brainstorming*. Setelah sesi *brainstorming* selesai, ide-ide yang dihasilkan dapat dievaluasi dan dipilih untuk digunakan dalam pengembangan berikutnya.

Sesuai dengan pendekatan *Design Thinking* yang dipelajari oleh penulis di kelas, *Design Thinking* membantu dalam desain produk yang didasarkan pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan masalah pelanggan. Startup NGEACASS dapat menggunakan konsep *Design Thinking* untuk merancang produk atau layanan yang mudah digunakan, intuitif, dan memberikan nilai tambah bagi pengguna. Hal ini termasuk dalam proses perancangan aplikasi Ngecass, yang membantu produk menjadi diterima oleh pelanggan dengan melakukan berbagai ide dan memahami tren masa depan.

Setelah melakukan *Brainstorming*, anggota tim NGEACASS berkesimpulan bahwa Penulis dapat memenuhi salah satu kebutuhan pengendara kendaraan Listrik di Indonesia. Hal ini dikarenakan oleh pasar kendaraan listrik di Indonesia sedang berkembang pesat sebagai akibat dari peningkatan kesadaran akan lingkungan dan keberlanjutan. Selain itu, pemerintah dan perusahaan yang terkait semakin mendorong penggunaan kendaraan listrik melalui insentif dan kebijakan yang

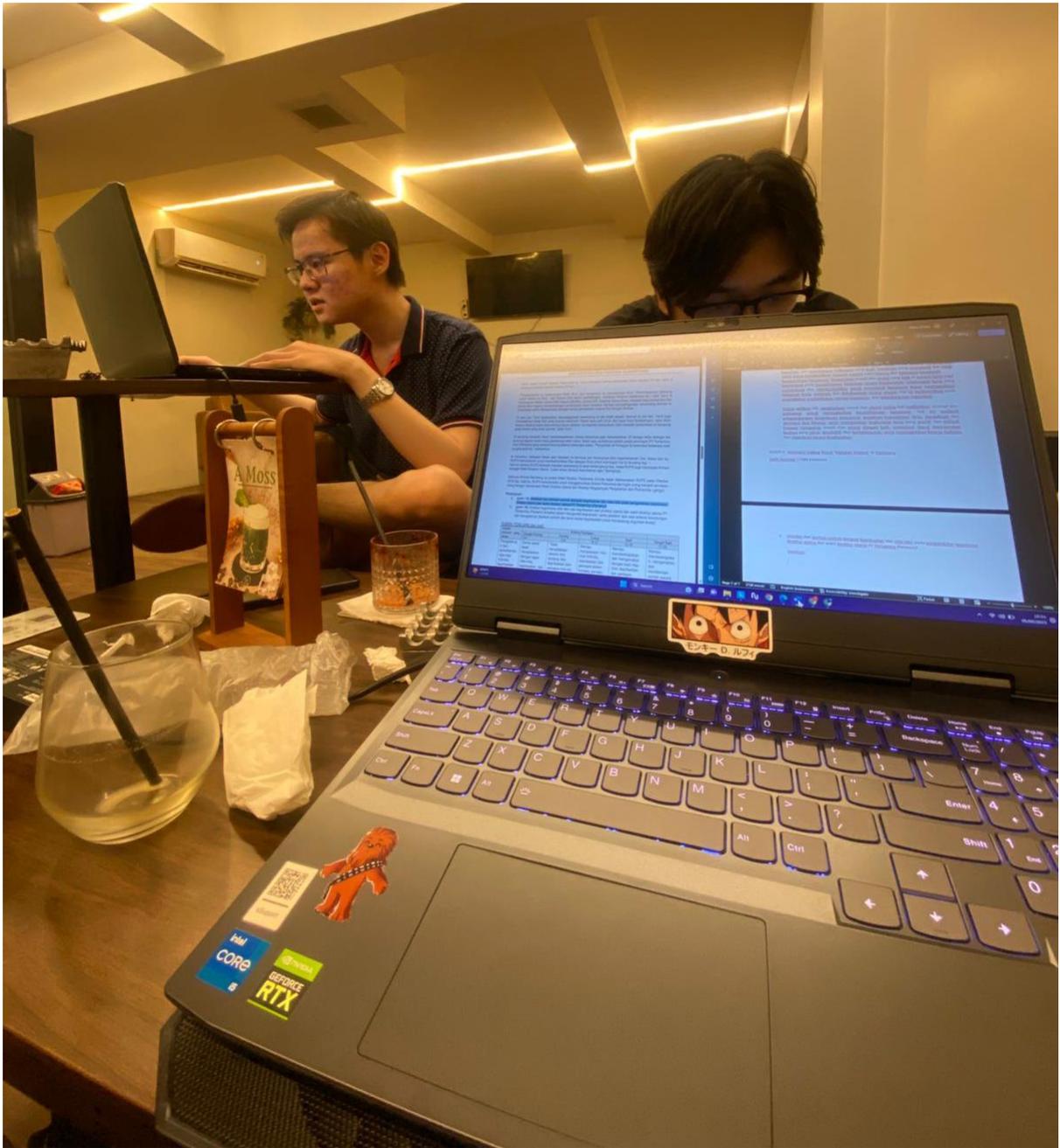
ramah lingkungan. Hal ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan yang menawarkan solusi untuk memenuhi kebutuhan pemilik kendaraan listrik, seperti aplikasi NGECESS.

Dengan selesainya pengadaan ide, Penulis dan tim NGECESS melakukan pembuatan rencana bisnis yang dilakukan dalam bentuk Pitch Deck yang pada akhirnya dipresentasikan kepada pembimbing lapangan yaitu Pak Hoky Nanda untuk dilakukan revisi lebih lanjut akan apa saja yang dapat diperbaiki dan ditambahkan.



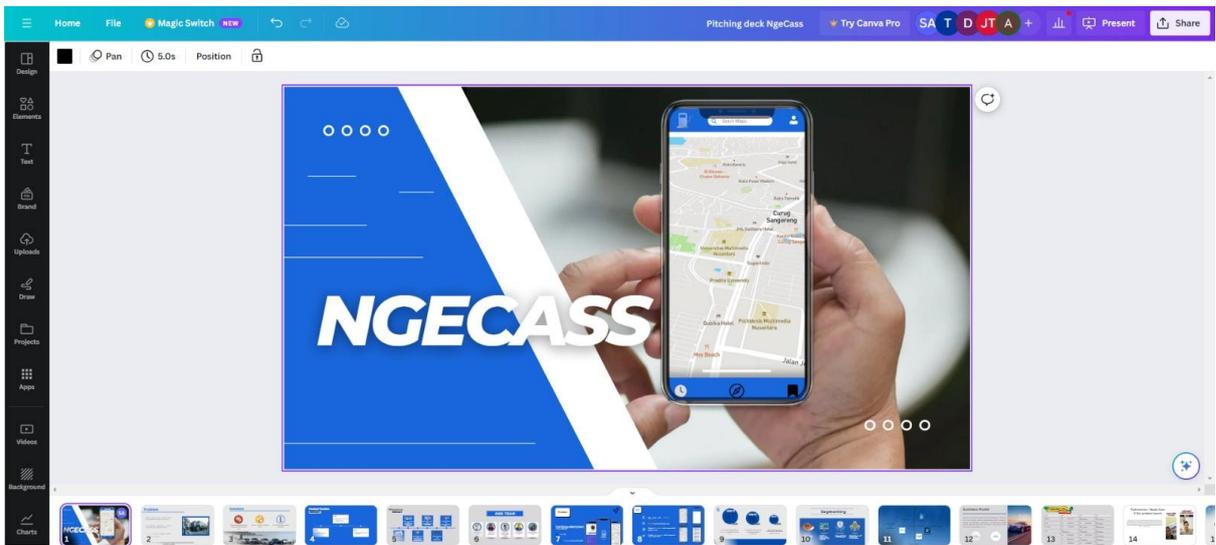
Gambar 3.3 Proses Internal *Brainstorming*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.4 Proses Internal pembuatan *Pitch Deck*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.5 Tampilan dari hasil *Pitch Deck*
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.6 Kegiatan Mentoring bersama salah satu Mentor Eksternal
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

2. Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar akan ide yang telah dibuat dan membuat rencana bisnis yang komprehensif.

Dengan dipastikannya jenis ide bisnis yang telah dituangkan kedalam rencana bisnis yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya, Penulis beserta dengan tim NGECLASS melakukan kegiatan riset pasar untuk menyokong data yang diperlukan untuk mengklarifikasi akan kebutuhan masyarakat akan produk yang akan produk aplikasi NGECLASS tawarkan. Riset pasar adalah proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang berkaitan dengan target pasar suatu produk atau layanan. Riset pasar dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti observasi, survei, wawancara, dan analisis data sekunder. Tujuannya adalah untuk mengetahui preferensi, perilaku, dan kebutuhan pelanggan potensial serta tren pasar dan pesaing. Riset pasar secara menyeluruh membantu perusahaan mengurangi risiko, menemukan peluang baru, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Riset pasar yang dilakukan berputar pada Kawasan JABODETABEK dengan fokus utama ditujukan kepada masyarakat Tangerang. Riset ini diadakan dengan digunakannya formulir *Google Form* kepada para calon pelanggan kendaraan listrik dan para pengguna kendaraan listrik. Selain itu, interview terhadap para pengguna kendaraan listrik juga diadakan bersama dengan interview dengan para dealer penyedia kendaraan Listrik seperti Wuling, Hyundai, dan Mercedes-Benz.

Salah satu teknik dalam mengumpulkan data dari calon Pelanggan dari aplikasi NGECLASS adalah dengan menggunakan Metode *User-Centered Design*, yang merupakan pendekatan yang mengutamakan pengguna untuk mengevaluasi produk. Salah satu cara untuk mengetahui preferensi, kebutuhan, dan pengalaman pengguna secara menyeluruh adalah dengan melakukan survei wawancara dengan tujuan operasional, dengan Penulis melakukan survei kepada calon pelanggan yang berpotensi untuk mengetahui preferensi atas pengalaman pengguna. Dengan digunakannya metode ini, proses pengumpulan data calon pelanggan yang dilakukan dalam berjalan lebih efisien.

Berdasarkan hasil dari riset pasar yang telah dilakukan melalui formulir pengisian dari Google Form adalah sebagai chart berikut :

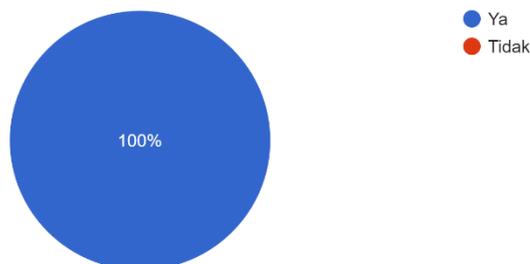
Apa yang Anda ketahui tentang Stasiun Pengisian Daya Kendaraan Listrik Umum (SPKLU)?
14 responses



Gambar 3.7 Hasil Riset Pasar mengenai pengetahuan Pelanggan akan SPKLU

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apakah anda tertarik untuk menggunakan aplikasi layanan penyedia informasi dan navigasi SPKLU Ngecass?
38 responses

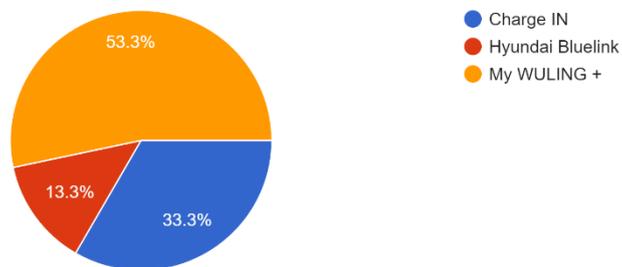


Gambar 3.8 Hasil Riset Pasar mengenai ketertarikan Pelanggan akan produk NGECASS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apakah Anda pernah mendengar platform-platform aplikasi dibawah ini?

15 responses

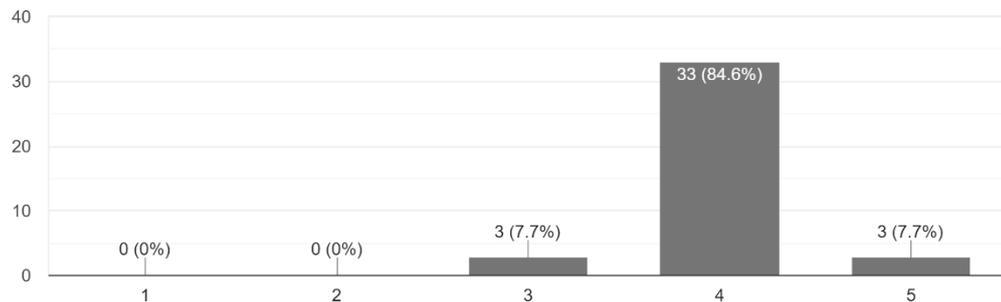


Gambar 3.9 Hasil Riset Pasar mengenai pengetahuan Pelanggan akan aplikasi penyedia informasi SPKLU

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Bagaimana menurut Anda menilai nilai yang Anda dapatkan dari berlangganan/subscription aplikasi Ngecass?

39 responses

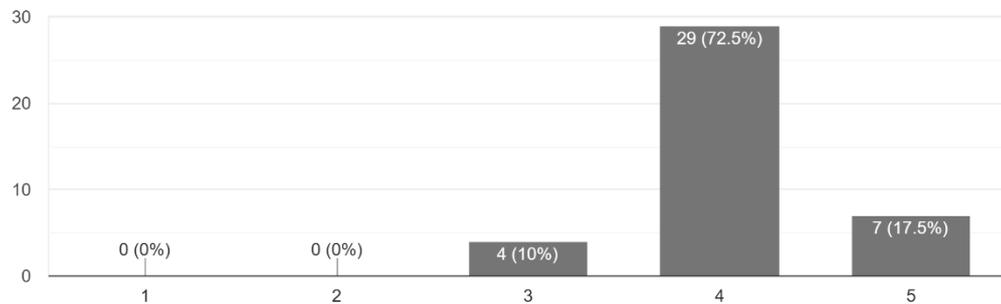


Gambar 3.10 Hasil Riset Pasar mengenai value dari aplikasi NGECASS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

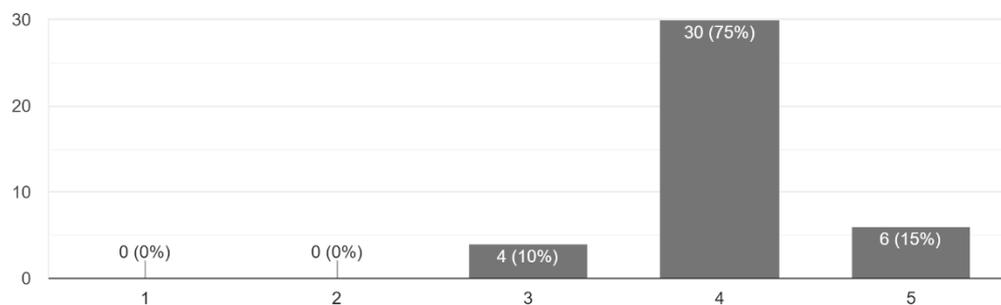
Seberapa penting bagi anda untuk memiliki aksesibilitas yang mudah ke stasiun pengisian baterai?
40 responses



Gambar 3.11 Hasil Riset Pasar mengenai aksesibilitas terhadap SPKLU

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Seberapa penting bagi Anda untuk memiliki fitur tambahan seperti aplikasi untuk memantau pengisian dan melacak riwayat penggunaan?
40 responses

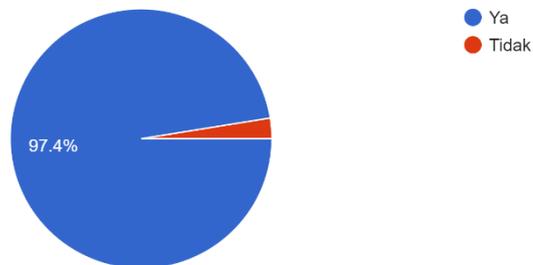


Gambar 3.12 Hasil Riset Pasar mengenai fitur tambahan dari aplikasi NGECASS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apakah Anda tertarik dengan fitur tambahan aplikasi seperti memantau pengisian kendaraan listrik secara real time atau bookmark untuk mempermudah mencari SPKLU?

39 responses

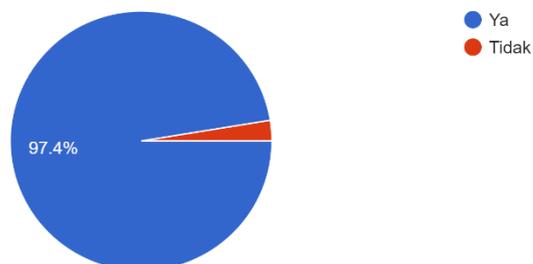


Gambar 3.13 Hasil Riset Pasar mengenai fitur tambahan dari aplikasi NGECESS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Apakah Anda tertarik dengan program referral atau insentif lainnya untuk merekomendasikan Ngecass kepada kerabat?

39 responses



Gambar 3.14 Hasil Riset Pasar mengenai ketertarikan Pelanggan akan program referral aplikasi NGECESS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Untuk sample dari hasil wawancara secara langsung dengan para pengguna *Electrical Vehicle* adalah sebagai berikut :

Narasumber: Muhammad Gandhi Rabbani
A: Muhammad Afiko Khojiq
B: Muhammad Gandhi Rabbani

Halo, nama saya Muhammad Afiko Khojiq. Kami saat ini sedang melakukan sebuah riset yang terkait dengan kenyamanan pengguna kendaraan listrik (EV) untuk program wisausaha Merdeka sebagai tugas perkuliahan kami. Dan kami berharap bapak Gandhi dapat meluangkan waktu beberapa menit untuk membantu kami mendapatkan sedikit wawasan mengenai pengalaman bapak Gandhi dalam menggunakan kendaraan listrik (EV).

A: Sebelumnya, apakah saya dapat merekam interview ini?
B: Oke, boleh.

A: Bisakah anda memberikan wawasan tentang pengalaman anda saat menggunakan electric vehicle di Indonesia? Apakah nilai dalam menemukan sebuah charging station di kota anda saat ini atau sedang berupaya jadi (sekarang)?
B: Oke baik, jadi gmn. Untuk pertama kali EV baik itu motor ataupun mobil itu sudah banget tersebar luas di kota Jakarta. Jadi, EV itu sudah cukup banyak, sekitar 5000 lebih yang sudah ada di Indonesia. Kalau kita membahas tentang charging station ya, charging station itu menjadi salah satu kendala karena memang belum banyak untuk EV. Oke, jadi untuk yang pertama, untuk di Jakarta sendiri charging station itu sudah sangat banyak. Target pemerintah pada 2025 nanti itu mencapai 1000 charging station. Untuk di Jakarta, di Jakarta itu saya bisa bilang kalau ev sangat bisa dipasarkan dengan sangat mudah. Karena memang? Hampir di setiap titik di Jakarta, khusus nya di Jakarta pusat ya. Jakarta Selatan, Jakarta Barat, dan tempat-tempat lainnya ada charging station. Memang EV di daerah Jakarta itu sangat mudah, efisien, dan terdistribusi eco-friendly. Nah untuk yang jadi pertanyaan adalah, bagaimana jika kita membandingkan ke kota-kota? Oke, memang untuk di kota-kota sendiri, saya berbeda tentang soal nya ke Bandung, dan di Bandung sendiri sudah ada charging station. Nanti SPKLU? Nama ya, korongnya di situ, memang pembaruan SPKLU, pembaruan SPKLU di kota Bandung itu sudah sangat mudah, bahkan dari di rumah saja ya di Bandung, Paksiannya bahkan belum ada. Jadi ya mudah, oke... charging di rumah, jadi sudah memiliki listrik dari rumah. Jadi kalau bagaimana secara 3 kota, dan kota-kota yang sudah listrik terdistribusi di rumah, untuk di daerah seperti Sumatra. Let's say kalau di daerah Kalimantan, juga seperti di daerah saya. Kalau di daerah Jawa yang sudah bisa kita temukan charging station, walaupun tidak sebanyak di Jakarta.

A: Selama anda menggunakan kendaraan listrik, bagaimana cara anda menemukan charging station untuk mengisi kendaraan listrik anda?
B: Oke, jadi begini. Yang pertama ada 2 konsep dalam mengisi ulang daya baterai dari ev. Karena saya memiliki pengalaman di bagian mobil, jadi saya akan membandingkan di bagian mobil. Jadi, untuk EV mobil itu charging station bisa kita dapatkan menggunakan aplikasi SPKLU di Plo, jadi, itu sudah menggunakan aplikasi untuk kita yang memiliki EV bisa mendeteksi SPKLU di Jawa dan Jakarta terutama yang itu saya sudah pernah lihat. Jadi kita sudah aplikasi itu kita bisa melihat banyak ada titik-titik dimana SPKLU itu sudah ada atau belum terdistribusi atau terdistribusi atau di rumah atau di rumah. Dan Terima dan sebagainya itu sudah ada. Nah, jadi, untuk mengetahui dimana ada charging station, itu paling gampang cukup kita menggunakan aplikasi SPKLU Plo. Jadi kalau mau melihat banyak titik lokasi charging station di kota kita. Let's say kita tidak menggunakan SPKLU dari Plo, kita bisa lihat dari



Muhammad Gandhi Rabbani



Gambar 3.15 Transkrip hasil wawancara dengan pengguna *Electrical Vehicle* – Muhammad Gandhi Rabbani
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Narasumber: Surya Kurniawan
A: Jonathan Hans
B: Surya Kurniawan

A: Selamat siang, Pak Surya Kurniawan. Nama saya Jonathan Hans, dan kami sedang melakukan riset tentang kenyamanan pengguna kendaraan listrik untuk program wisausaha Merdeka sebagai tugas perkuliahan kami. Apakah kami boleh merekam wawancara ini? Saya senang bisa membantu dengan riset Anda.

B: Selamat siang, Jonathan. Tentu saja, Anda boleh merekam wawancara ini. Saya senang bisa membantu dengan riset Anda.

A: Terima kasih, Pak Surya. Pertama-tama, bisa Anda berbagi pengalaman Anda dalam menggunakan kendaraan listrik di Indonesia? Apakah sulit menemukan stasiun pengisian kendaraan listrik di sekitar kota atau ketika Anda bepergian ke luar kota?
B: Tentu, Jonathan. Sejak pengalaman saya, menemukan stasiun pengisian kendaraan listrik di dalam kota biasanya tidak terlalu sulit. Di kota-kota besar, stasiun-stasiun ini semakin banyak. Namun, ketika saya bepergian ke luar kota, terkadang menjadi lebih sulit. Terutama jika kita melintasi daerah yang kurang berkembang infrastrukturnya.

A: Bagaimana Anda biasanya mengetahui lokasi stasiun pengisian untuk mengisi kendaraan listrik Anda?
B: Saya biasanya menggunakan aplikasi SPKLU atau aplikasi resmi dari produsen kendaraan listrik, seperti Hyundai. Aplikasi ini membantu saya menemukan stasiun pengisian terdekat. Meskipun beberapa kali saya merasa agak rumit harus menggunakan beberapa aplikasi berbeda tergantung pada lokasi saya.

A: Paham, Pak Surya. Apakah Anda merasa kesulitan atau memiliki masalah dengan menggunakan beberapa aplikasi yang berbeda untuk menemukan stasiun pengisian? Apakah Anda punya keberatan dengan hal tersebut?
B: Sejornjak, terkadang saya merasa repot-repot harus beralih antara beberapa aplikasi. Saya pikir akan lebih nyaman jika ada satu aplikasi yang mencakup semua stasiun pengisian kendaraan listrik. Itu akan membuat penggunaan kendaraan listrik menjadi lebih mudah dan efisien.

A: Terima kasih banyak atas pandangan Anda, Pak Surya Kurniawan. Ini sangat membantu kami dalam riset kami. Apakah Anda ingin menambahkan sesuatu sebelum kita mengakhiri wawancara ini?
B: Tidak ada masalah, Jonathan. Saya hanya ingin mengucapkan semoga riset Anda sukses, dan semoga kendaraan listrik terus berkembang di Indonesia. Jika ada hal lain yang dibutuhkan, jangan ragu untuk menghubungi saya.

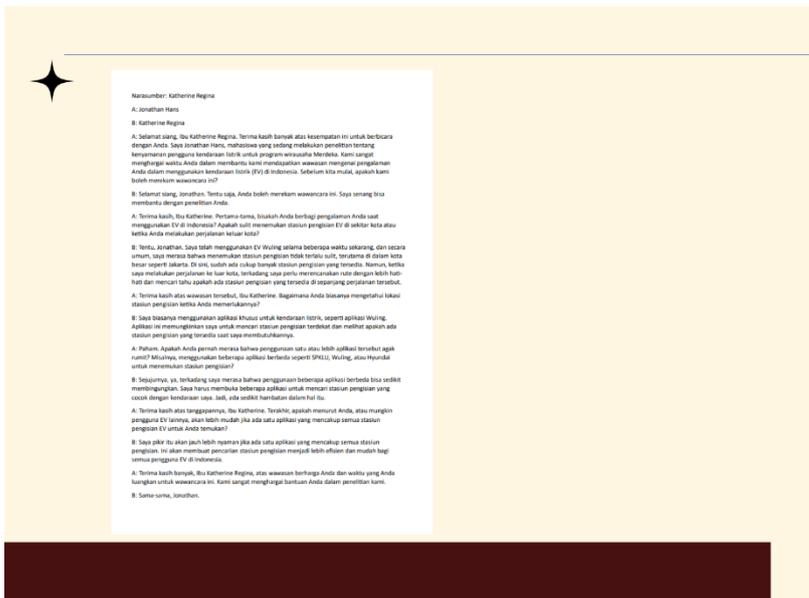
A: Terima kasih banyak atas waktu yang Anda luangkan untuk kami, Pak Surya Kurniawan. Maaf jika ada kesalahan kata-kata dalam wawancara ini. Terima kasih sekali lagi.
B: Tidak masalah, Jonathan.



Surya Kurniawan



Gambar 3.16 Transkrip hasil wawancara dengan Sales brand Hyundai – Surya Kurniawan
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

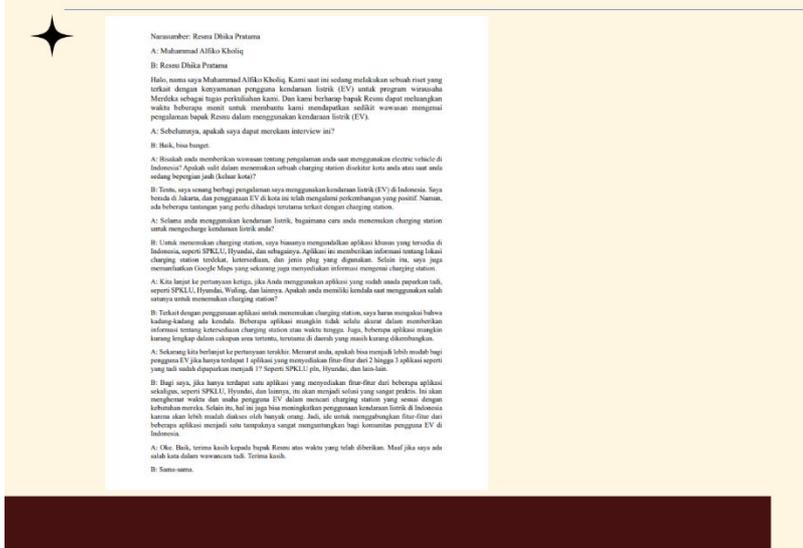


**Katherine
Regina**



Gambar 3.17 Transkrip hasil wawancara dengan Sales brand Wuling – Katherine Regina

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



**Resnu Dhika
Pratama**



Gambar 3.18 Transkrip hasil wawancara dengan Manager brand Hyundai – Resnu Dhika Pratama

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Berdasarkan hasil dari wawancara yang di dapat dari responden, diketahui bahwa potensi pesaing dari aplikasi NGECESS di Indonesia adalah aplikasi ChargeIn, MyWuling+ dan Hyundai Bluelink. Responden memberikan masukan yang penting bahwa aplikasi-aplikasi tersebut tidak memiliki kelebihan yang aplikasi NGECESS berikan, seperti memberikan informasi mengenai SPKLU yang lengkap dan tidak terbatas SPKLU yang mereka layankan saja. Seperti aplikasi ChargeIn yang hanya memberikan informasi mengenai SPKLU yang disediakan oleh PLN saja. Selebihnya, tampilan dari aplikasi NGECESS dibuat untuk meningkatkan ketertarikan para pengguna dengan memberikan tampilan dan *Experience* yang lebih baik dibandingkan kompetitor lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa asumsi yang sebelumnya diambil sebagai basis dari kebutuhan pengguna *Electrical Vehicle* akan sebuah aplikasi yang dapat mengumpulkan semua informasi stasiun pengisian secara lengkap dan penampilan yang menarik memiliki bukti secara jelas dan memastikan bahwa solusi yang Ngecass berikan adalah hal yang menarik bagi para pengguna *Electrical Vehicle*.





Gambar 3.19 Melakukan kegiatan interview dengan dealer kendaraan listrik Mercedes-Benz

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.20 Melakukan kegiatan interview dengan dealer kendaraan listrik Wuling

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.21 Melakukan kegiatan interview dengan calon pengguna kendaraan Listrik di daerah kampus Universitas Multimedia Nusantara

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.22 Melakukan kegiatan interview dengan pengguna kendaraan listrik

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

3. Melakukan kalkulasi akan model bisnis yang sudah direncanakan untuk dilakukannya revisi lebih lanjut sesuai dengan kondisi pasar yang tersedia.

Setelah didapatkannya hasil dari validasi pasar yang dilakukan pada tahap sebelumnya, Penulis dan tim NGECESS dapat merumuskan penyempurnaan akan model bisnis yang sebelumnya telah dibuat. Model bisnis merujuk pada kerangka strategis yang menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan berniat menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Ini mencakup proses pembuatan barang dan jasa, penjualan, dan penyediaan nilai tambah kepada pelanggan. Model bisnis beragam tergantung pada industri, tujuan, dan strategi bisnis. Contoh model bisnis termasuk penjualan langsung, langganan, freemium, iklan, dan lisensi. Pentingnya model bisnis adalah membantu perusahaan memahami bagaimana mereka dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, mengatasi persaingan, dan menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan.

Dengan terdapatnya data bahwa penggunaan dari para pengguna kendaraan listrik yang berpotensi atau berminat untuk menggunakan aplikasi NGECESS, terdapat sebuah penghalang dalam menjadikan bisnis model sebelumnya berhasil. Hal ini terdapat pada permasalahan penggunaan *Cost Control* yang sebelumnya tidak terancang dengan jelas pada prototipe awal aplikasi. Dengan dilakukannya optimalisasi pengeluaran melalui *Cost Control*, bisnis model aplikasi NGECESS dapat memberikan daya pemasukan yang layak bagi sebuah bisnis yang untung.

Ngecess memiliki model bisnis seperti biaya langganan *premium*, biaya per transaksi, dan pendapatan dari iklan. Sehingga pengguna dapat dengan mudah merencanakan perjalanan mereka, menemukan stasiun pengisian daya yang sesuai, dan memaksimalkan penggunaan kendaraan listrik mereka.

Berikut adalah proyeksi dari keuangan bisnis Ngecess untuk mencapai *Break Even Point* atau BEP :

- Year 1

ngecass		Knowledge Base: Visit KB Talk to an expert: Book a Call											
Financial Statements- Monthly		Jan-24	Feb-24	Mar-24	Apr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Aug-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24
		Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12
INCOME STATEMENT													
Revenue	IDR	94,500	226,013	276,865	339,160	770,141	943,423	1,155,693	1,415,724	1,734,262	2,124,471	2,602,478	3,188,035
Advertising Business	IDR	94,500	115,763	141,809	173,716	212,802	260,683	319,336	391,187	479,204	587,025	719,106	880,904
Subscription	IDR	0	110,250	135,056	165,444	557,339	682,740	836,357	1,024,537	1,255,058	1,537,446	1,883,372	2,307,131
Revenue Source 4	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COGS	IDR	687,500	306,250	347,500	1,917,000	500,400	600,480	720,576	864,691	1,037,629	1,245,155	1,494,186	1,793,024
Server/Infrastructure Costs	IDR	687,500	306,250	347,500	1,917,000	500,400	600,480	720,576	864,691	1,037,629	1,245,155	1,494,186	1,793,024
Payment Processing	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Other COGS	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gross Profit	IDR	(593,000)	(80,238)	(70,635)	(1,577,840)	269,741	342,943	435,117	551,033	696,633	879,316	1,108,291	1,395,011
Gross margin	%	627.5%	-35.3%	-25.3%	-465.2%	35.0%	36.4%	37.0%	38.9%	40.2%	41.4%	42.6%	43.8%
SG&A	IDR	3,800,000	2,000,000	11,450,000	10,450,000	10,450,000	10,450,000	10,950,000	10,950,000	10,950,000	11,450,000	11,450,000	11,450,000
Payroll	IDR	0	0	9,450,000	9,450,000	9,450,000	9,450,000	9,450,000	9,450,000	9,450,000	9,450,000	9,450,000	9,450,000
Marketing & Growth	IDR	2,000,000	2,000,000	2,000,000	1,000,000	1,000,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
Advisory & Professional Services	IDR	1,800,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rent	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tech Support & Services	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Insurance	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilities	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Other Expenses	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Net income	IDR	(4,393,000)	(2,080,238)	(11,520,635)	(12,027,840)	(10,180,259)	(10,107,057)	(10,514,883)	(10,398,967)	(10,253,367)	(10,570,684)	(10,341,709)	(10,054,989)
Net margin	%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
CASH FLOW													
Initial cash balance	IDR	7,600,000	3,207,000	1,126,763	(1,393,872)	(4,421,712)	(5,601,971)	(6,709,028)	(8,223,910)	(9,622,877)	(10,876,244)	(12,446,928)	(13,788,637)
Funding Round								Seed					
Type of funding								Priced/Equity					
								Round					
Cash Infusions	IDR	0	0	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000
Effective Interest Rate	IDR	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Operating Change in Cash	%	(4,393,000)	(2,080,238)	(11,520,635)	(12,027,840)	(10,180,259)	(10,107,057)	(10,514,883)	(10,398,967)	(10,253,367)	(10,570,684)	(10,341,709)	(10,054,989)
Net income	IDR	(4,393,000)	(2,080,238)	(11,520,635)	(12,027,840)	(10,180,259)	(10,107,057)	(10,514,883)	(10,398,967)	(10,253,367)	(10,570,684)	(10,341,709)	(10,054,989)
(+) D&A	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) CAPEX	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) Dividends Paid to Investors	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ending cash balance	IDR	3,207,000	1,126,763	(1,393,872)	(4,421,712)	(5,601,971)	(6,709,028)	(8,223,910)	(9,622,877)	(10,876,244)	(12,446,928)	(13,788,637)	(14,843,625)

Gambar 3.23 Proyeksi Keuangan tahun pertama dari aplikasi NGECASS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

- Year 2

ngecass		Knowledge Base: Visit KB Talk to an expert: Book a Call											
Financial Statements- Monthly		Jan-25	Feb-25	Mar-25	Apr-25	May-25	Jun-25	Jul-25	Aug-25	Sep-25	Oct-25	Nov-25	Dec-25
		Month 13	Month 14	Month 15	Month 16	Month 17	Month 18	Month 19	Month 20	Month 21	Month 22	Month 23	Month 24
INCOME STATEMENT													
Revenue	IDR	4,121,164	5,048,426	6,184,322	7,575,795	9,280,349	11,368,427	13,926,323	17,059,746	20,898,189	25,600,282	31,360,345	38,416,423
Advertising Business	IDR	1,294,929	1,586,289	1,943,204	2,380,424	2,916,020	3,572,124	4,375,852	5,360,419	6,566,513	8,043,979	9,853,874	12,070,996
Subscription	IDR	2,826,235	3,462,138	4,241,119	5,195,371	6,364,329	7,796,303	9,550,471	11,699,327	14,331,676	17,556,303	21,506,471	26,345,427
Revenue Source 4	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COGS	IDR	2,151,628	2,581,954	3,098,345	5,218,014	4,461,617	5,353,940	6,424,728	7,709,674	9,251,608	11,101,930	13,322,316	15,986,779
Server/Infrastructure Costs	IDR	2,151,628	2,581,954	3,098,345	5,218,014	4,461,617	5,353,940	6,424,728	7,709,674	9,251,608	11,101,930	13,322,316	15,986,779
Payment Processing	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Other COGS	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gross Profit	IDR	1,969,536	2,466,472	3,085,978	2,357,781	4,818,732	6,014,487	7,501,595	9,350,073	11,646,581	14,498,352	18,038,029	22,429,644
Gross margin	%	47.8%	48.9%	49.9%	31.1%	51.9%	52.9%	53.9%	54.8%	55.7%	56.6%	57.5%	58.4%
SG&A	IDR	13,450,000	13,450,000	14,395,000	14,395,000	14,395,000	14,395,000	18,395,000	18,395,000	18,395,000	18,395,000	18,395,000	18,395,000
Payroll	IDR	9,450,000	9,450,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000	10,395,000
Marketing & Growth	IDR	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000
Advisory & Professional Services	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rent	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tech Support & Services	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Insurance	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilities	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Other Expenses	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Net income	IDR	(11,480,464)	(10,983,528)	(11,309,022)	(12,037,219)	(9,576,288)	(8,380,513)	(10,893,405)	(9,044,927)	(6,748,419)	(3,896,648)	(356,971)	4,034,644
Net margin	%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.5%

CASH FLOW													
Initial cash balance	IDR	(14,843,625)	(17,324,089)	(19,307,617)	(20,716,639)	(22,853,858)	(22,530,126)	(21,010,639)	(22,004,043)	(21,148,971)	(17,997,390)	(11,994,038)	(2,451,009)
Funding Round Type of funding													
Cash infusions	IDR	9,000,000	9,000,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000
Effective Interest Rate	IDR	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Operating Change in Cash	%	(11,480,464)	(10,983,528)	(11,309,022)	(12,037,219)	(9,576,268)	(8,380,513)	(10,893,405)	(9,044,927)	(6,748,419)	(3,896,648)	(356,971)	4,034,644
Net income	IDR	(11,480,464)	(10,983,528)	(11,309,022)	(12,037,219)	(9,576,268)	(8,380,513)	(10,893,405)	(9,044,927)	(6,748,419)	(3,896,648)	(356,971)	4,034,644
(+) D&A	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) CAPEX	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) Dividends Paid to Investors	IDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ending cash balance	IDR	(17,324,089)	(19,307,617)	(20,716,639)	(22,853,858)	(22,530,126)	(21,010,639)	(22,004,043)	(21,148,971)	(17,997,390)	(11,994,038)	(2,451,009)	11,483,635

Gambar 3.24 Proyeksi Keuangan tahun kedua dari aplikasi NGECESS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

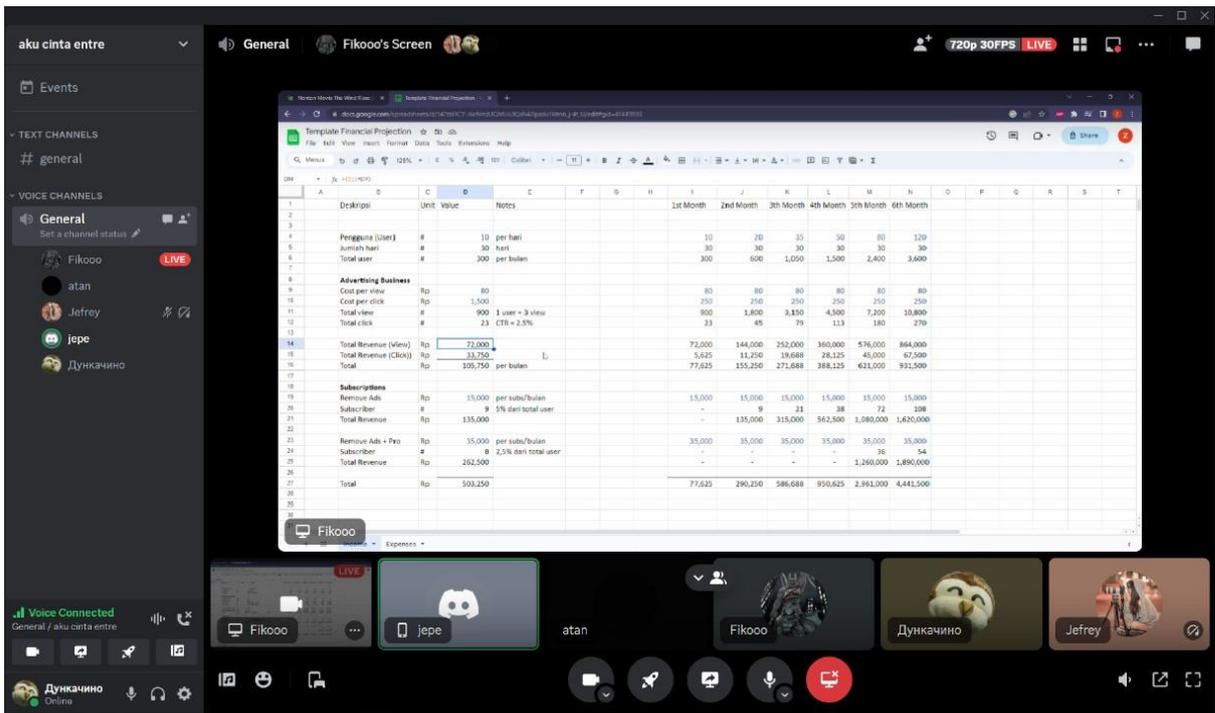
Berdasarkan laporan keuangan Ngecass mulai dari Januari 2024 hingga Desember 2026, jelas bahwa perusahaan menggunakan lebih banyak uang daripada yang dihasilkannya, yang mengakibatkan masalah arus kas. Ngecass mengeluarkan sejumlah besar uang untuk operasi, terutama untuk penggajian, pemasaran, dan biaya infrastruktur atau server. Namun, cashflow mulai meningkat dari akhir tahun kedua (desember 2025) hingga akhir tahun ketiga (desember 2026). Oleh karena itu, dengan 32.000 pengguna pada akhir tahun kedua (desember 2025), bisnis Ngecass dapat mencapai Break-Even point (BEP). Selain itu, Ngecass menginvestasikan kembali banyak uang tunai ke dalam perusahaan. Oleh karena itu, jika Ngecass dapat meningkatkan posisi arus kas bisnisnya dengan menghasilkan lebih banyak kas atau mengurangi arus kas keluarnya, seperti mendapatkan investor sesuai dengan minus pada arus kasnya selama tahun pertama hingga akhir tahun kedua.

Dapat disimpulkan bahwa model bisnis dari produk aplikasi NGECESS merupakan model bisnis yang *sustainable* dan dapat dikembangkan seiring dengan pengembangan pasar *Electrical Vehicle* dan produk yang Ngecass tawarkan. Hal ini dapat ditarik karena aplikasi Ngecass membantu membentuk komunitas pengguna kendaraan listrik dengan berbagi informasi dan ulasan tentang stasiun pengisian daya, memungkinkan pengguna merencanakan perjalanan mereka, dan memaksimalkan penggunaan kendaraan listrik mereka.

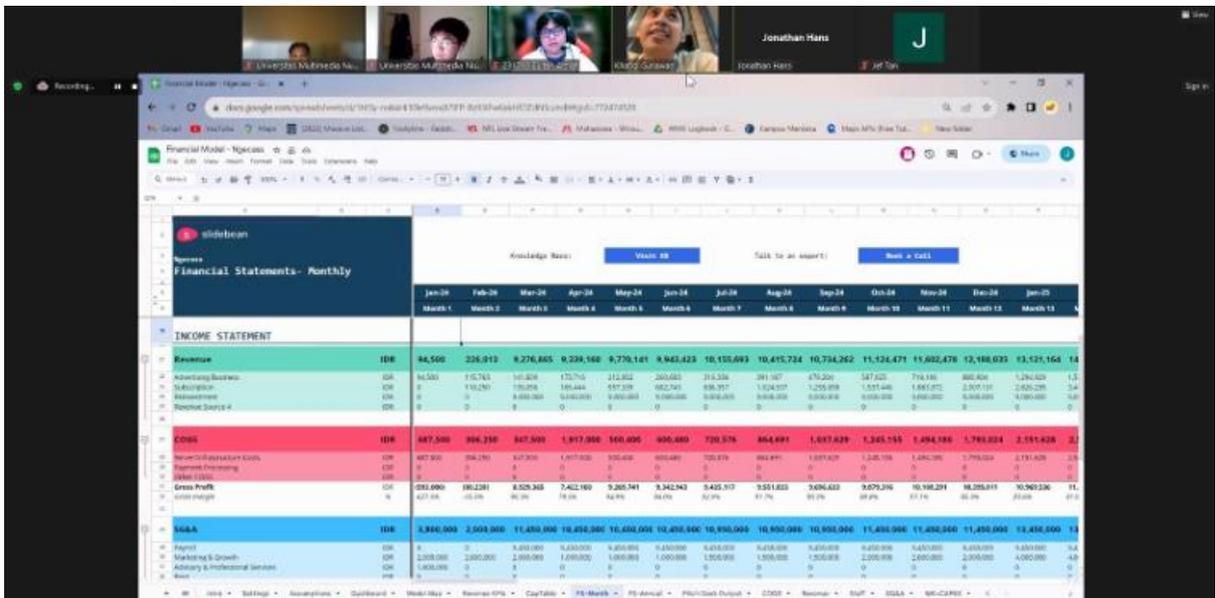


Gambar 3.25 Pengerjaan Model Bisnis tahap awal bersama anggota tim NGE-CASS yang berhubungan dengan bagian Finansial

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.26 Mengadakan kalkulasi secara internal mengenai proyeksi
 Finansial produk aplikasi NGECASS
 Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.27 Penyelesaian penghitungan model bisnis yang dikompilasi
 secara profesional
 Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

4. Pengelolaan pengembangan platform aplikasi NGECESS yang dibuat oleh anggota tim.

Pengembangan akan platform aplikasi NGECESS dimulai dengan koordinasi Penulis dengan salah satu anggota tim NGECESS yang bertanggung jawab mengenai aspek teknis dan operasional dari startup ini, yaitu Sultan Althaf Artawijaya sebagai Chief Operation Officer. Penulis mengadakan diskusi secara internal untuk melakukan tahap pengembangan mengenai apa saja yang akan dimasukkan kedalam aplikasi NGECESS. Setelah melakukan diskusi didapatkan poin-poin yang akan menjadi fungsi di dalam aplikasi NGECESS, yaitu :

1. Temukan Stasiun Pengisian Daya:

NGECESS memungkinkan pengguna untuk menemukan stasiun pengisian daya listrik terdekat, termasuk stasiun publik dan stasiun yang dikelola oleh individu atau bisnis. Pengguna dapat mencari stasiun pengisian daya berdasarkan lokasi mereka atau rencana perjalanan.

2. Informasi Detail Stasiun:

Aplikasi ini memberikan informasi detail tentang setiap stasiun pengisian daya, termasuk jenis konektor yang tersedia, tarif pengisian daya, jadwal operasi, dan ulasan dari pengguna lain.

3. Perencanaan Perjalanan:

Pengguna dapat merencanakan perjalanan mereka dengan memasukkan awal dan tujuan perjalanan. Ngecess akan menampilkan rute yang optimal dengan stasiun pengisian daya di sepanjang jalan, membantu pengguna menghindari kehabisan daya.

4. Pemantauan Status Pengisian:

Beberapa stasiun pengisian daya yang terdaftar di NGECESS menyediakan pemantauan status pengisian daya *real-time*. Pengguna dapat melihat kapan stasiun pengisian daya tersedia atau sedang digunakan.

5. Konektivitas Sosial:

Ngecass memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman mereka dengan stasiun pengisian daya dan mengirim ulasan serta foto. Ini membantu komunitas pengguna kendaraan listrik untuk berkolaborasi dan memberikan umpan balik.

6. Pembayaran:

Beberapa stasiun pengisian daya yang terdaftar di NGECESS memungkinkan pengguna untuk membayar langsung melalui aplikasi, memudahkan proses pengisian daya.

7. Notifikasi:

Pengguna dapat menerima notifikasi atau pemberitahuan tentang status stasiun pengisian daya yang mereka minati, seperti ketika stasiun tersedia atau terdapat gangguan.

8. Integrasi dengan Kendaraan Listrik:

Beberapa model mobil listrik tertentu dapat terhubung langsung dengan aplikasi NGECESS, memungkinkan pengguna untuk memantau dan mengontrol pengisian daya melalui perangkat seluler.

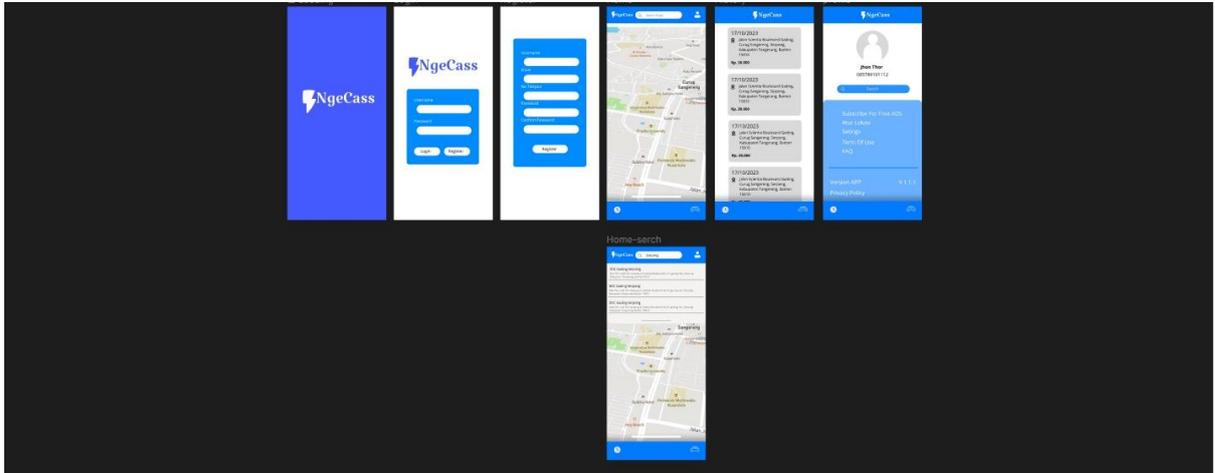
Poin-poin fungsi di atas dikompilasikan untuk di desain kedalam *User Interface* dan *User Experience* yang di kembangkan oleh tim NGECESS. *User Experience (UX)* mencakup seluruh pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan produk atau sistem, termasuk emosi, persepsi, dan respons mereka terhadap interaksi dengannya. *User Interface (UI)* juga mencakup desain grafis, ikon, dan tombol, serta cara informasi disajikan kepada pengguna. Meskipun *UI* dan *UX* sering digunakan bersama, keduanya memiliki fokus yang berbeda. *UI* berfokus pada aspek visual dan interaktif desain, sedangkan *UX* berfokus pada pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Dengan pengerjaan teknis yang secara mayoritas dilakukan oleh COO, Penulis sebagai CEO ikut membantu dalam pengembangan aplikasi berdasarkan fungsi-fungsi yang telah dicantumkan diatas melalui pengerjaan non-teknis. Salah satu contohnya adalah dengan mengikuti teori *Quality Management* yang diajukan oleh COO sebelumnya dalam upaya peningkatan kualitas aplikasi secara keseluruhan, seperti dalam pengumpulan *Feedback* yang didapatkan dari berbagai calon pengguna baru dan tentunya juga *Feedback* secara internal dari anggota tim itu sendiri.



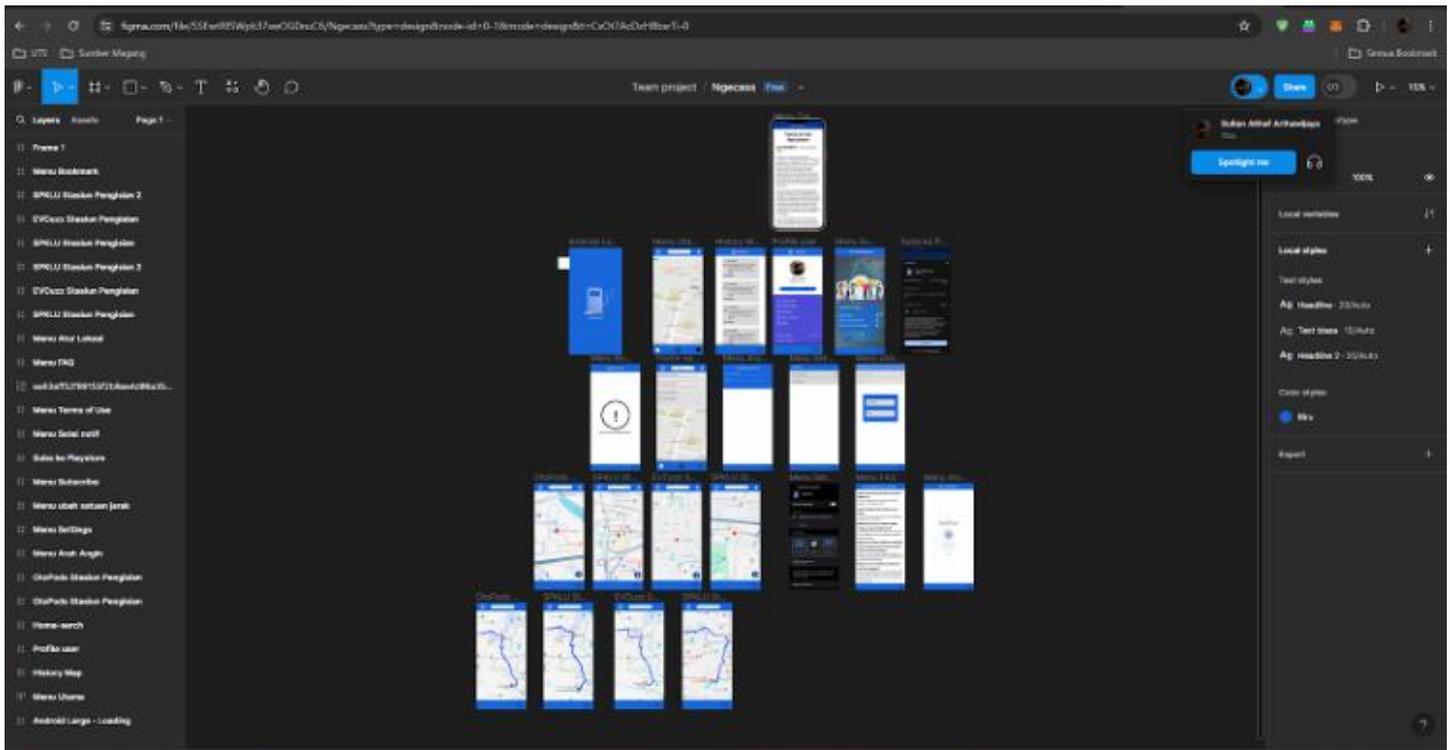
Gambar 3.28 Diskusi awal dengan Chief Operation Officer tim NGECASS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.29 Desain awal akan tampilan aplikasi NGE CASS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.30 Hasil User Interface dan User Experience akan aplikasi NGE CASS pada program Figma

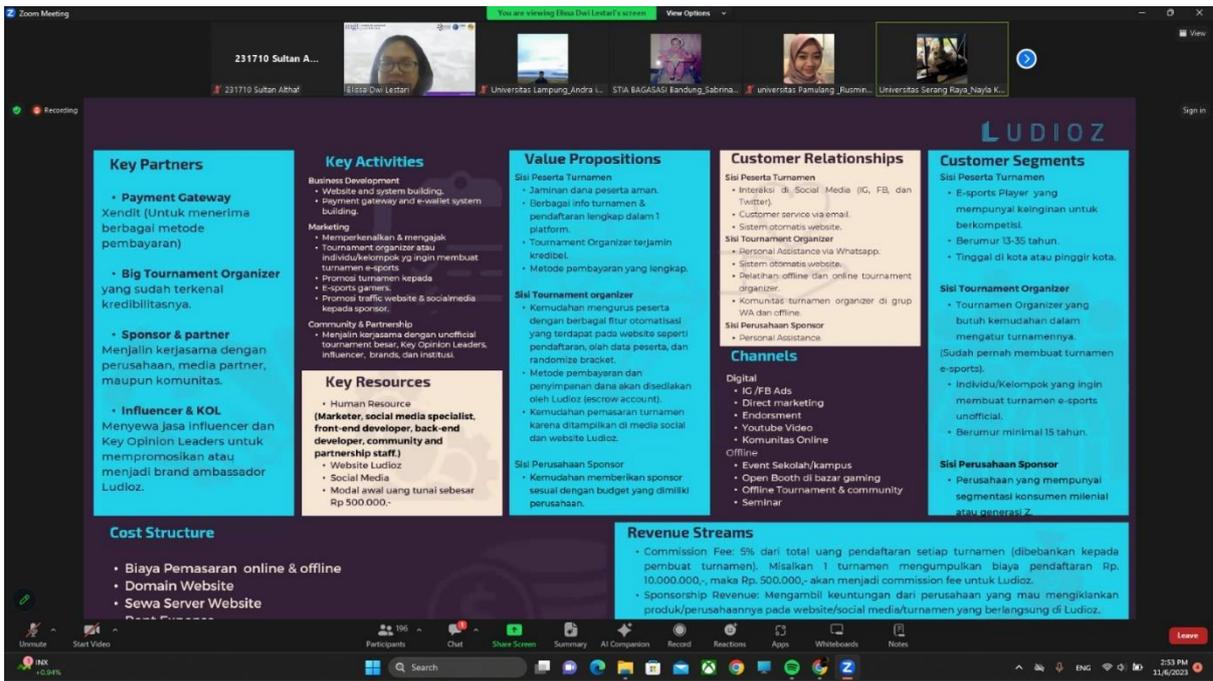
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

5. Melaksanakan pengembangan akan strategi pemasaran yang akan digunakan pada saat peluncuran produk aplikasi NGEACASS.

Dengan selesainya proses pengembangan aplikasi NGEACASS, Penulis dengan tim NGEACASS dapat melanjutkan menuju tahap peluncuran yang harus dimulai dengan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran adalah rencana lengkap untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Untuk mempromosikan, mendistribusikan, dan memasarkan barang dan jasa ke target pasar tertentu, strategi pemasaran mencakup pemilihan target pasar yang tepat, penetapan harga yang tepat, pengembangan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan, dan penggunaan saluran distribusi yang efektif. Selain itu, untuk meningkatkan kesadaran merek NGEACASS dan menarik pelanggan, strategi pemasaran juga melibatkan penggunaan berbagai alat pemasaran, seperti iklan, promosi penjualan, pemasaran digital, dan *public relations*. Fungsi strategi pemasaran adalah membantu bisnis mencapai keunggulan kompetitif, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

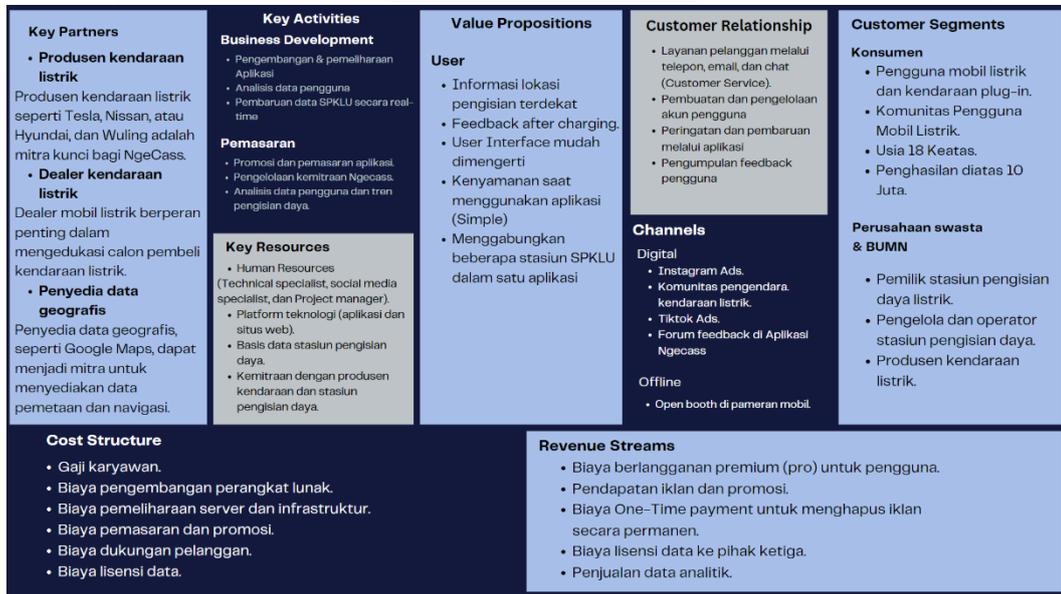
NGEACASS mengimplementasikan strategi promosi dan penentuan target pasar yang efektif untuk memperluas basis pengguna dan memastikan relevansi produknya. NGEACASS dapat memanfaatkan pemasaran digital untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dengan merekrut salah satu *influencer* berpengaruh di social media khususnya bagi orang maupun hal yang berkaitan dengan kendaraan listrik di Indonesia. *Influencer* yang ditargetkan adalah Ridwan Hanif dengan *follower* Instagram sebesar 1 juta *followers* dan *Engagement Rate* dengan presentasi 2,17%.

NGEACASS juga melakukan pemasaran digital dengan penggunaan iklan *online* di *platform* seperti *Google Ads* dan iklan media sosial di *platform* seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Dalam iklan, Ngecass dapat menyoroti manfaat utama dari aplikasi navigasi, seperti kemudahan menemukan stasiun pengisian dan fitur komunitas yang memungkinkan pengguna untuk berbagi ulasan dan informasi berguna.



Gambar 3.31 Mengikuti kelas mengenai proses pemasaran yang dimulai dari rencana bisnis

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.32 Hasil Revisi Business Model Canvas terbaru dari NGECESS

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.33 Melakukan mentoring bersama mentor eksternal mengenai rancangan pemasaran yang telah dibuat

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

3.3 Kendala yang Ditemukan

1. Miskomunikasi antar anggota tim NGEACASS

Dengan diadakannya kegiatan magang secara kelompok seperti yang penulis lakukan bersama dengan anggota tim NGEACASS memungkinkan terjadinya miskomunikasi yang dapat berakibat fatal terhadap pengerjaan dan operasional dari kegiatan magang hingga pengembangan produk aplikasi NGEACASS. Selain dari itu, miskomunikasi ini juga dapat mengakibatkan kerenggangan keharmonisan antar tim yang pada akhirnya berakibat *negative* terhadap kinerja tim. Seperti dalam kasus dimana anggota dari tim NGEACASS berdomisili yang jauh dari satu sama lain yang dikarenakan oleh sifat magang yang lebih cenderung daring. Hal ini mengakibatkan terdapatnya berbagai permasalahan dalam menkoordinasi kegiatan secara berkelompok yang berpengaruh penting terhadap penyelesaian magang itu sendiri. Melalui kendala ini, penulis dapat belajar lebih lanjut mengenai cara akan mengelola tim sebagai pemimpin yang telah dipilih.

2. Sumber daya penyokong yang kurang memadai

Sumber daya penyokong dapat menjadi hambatan besar bagi tim NGEACASS. Penulis dan tim menghadapi masalah menjalankan tugas sehari-hari dengan efisien karena terdapatnya kekurangan akan keterbatasan dalam jumlah atau kualitas sumber daya manusia, teknologi, atau infrastruktur. Kurangnya sumber daya yang memadai dapat menyebabkan keterlambatan dalam pemenuhan pekerjaan tim, dan peningkatan permasalahan serta beban kerja bagi anggota tim. Selain itu, kurangnya dukungan juga dapat menyebabkan penurunan produktivitas, kehilangan peluang bisnis atau keunggulan kompetitif. Salah satu dari kekurangan sumber daya yang dialami oleh tim NGEACASS adalah dengan minimnya pemahaman akan aspek teknis mengenai sebuah aplikasi yang penting dalam mengembangkan sebuah aplikasi *digital*. Oleh karena itu, penting bagi Penulis dan tim NGEACASS untuk menemukan dan mengatasi kekurangan sumber daya yang mendukung agar dapat terus berkembang.

3. Pengambilan keputusan sebagai *Chief Executive Officer*

Sebagai CEO, pengambilan keputusan oleh penulis adalah tugas penting yang sering dihadapkan pada masalah kompleks. Keputusan CEO harus dibuat dalam waktu yang terbatas, seringkali di bawah tekanan, dan dalam situasi bisnis yang berubah dengan cepat. Seperti dalam pengambilan keputusan dalam menentukan arah akan *roadmap* dari aplikasi NGECESS itu sendiri yang berdasarkan pengalaman sebelumnya memakan waktu yang cukup lama, waktu yang sebenarnya tidak ada banyak. Penulis juga harus mempertimbangkan banyak variabel dan konsekuensi, serta tekanan dari kebutuhan akan kinerja tim untuk mencapai target. Oleh karena itu, penulis harus berkonsultasi dengan tim NGECESS, pembimbing lapangan hingga mentor dalam menggunakan pendekatan sistematis untuk mengatasi masalah ini, dan menggunakan data dan informasi yang tersedia dengan baik.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Melakukan sebuah optimalisasi mengenai komunikasi antar tim

Melakukan optimalisasi dalam komunikasi antar tim adalah yang penulis dan tim NGECESS lakukan untuk memperbaiki dan meningkatkan aliran informasi, kolaborasi, dan koordinasi antara anggota tim. Hal ini dilakukan dengan menggunakan berbagai metode dan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan tim dan tujuan proyek. Optimalisasi komunikasi antar tim meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi kesalahpahaman, dan memperkuat hubungan antar individu. Dengan melakukan optimalisasi komunikasi antar tim, sebuah organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih terbuka, responsif, dan produktif.

2. Pengadaan *Outsourcing*

Tim NGECESS dapat memilih untuk menyerahkan sebagian atau sepenuhnya operasi tertentu kepada vendor atau pihak eksternal daripada melakukannya secara internal. Metode ini digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan perhatian pada kegiatan inti tim. Dengan *outsourcing*, penulis dan tim NGECESS dapat

mengakses sumber daya yang mungkin tidak tersedia secara internal dengan memanfaatkan kapasitas dan keahlian khusus dari pihak ketiga yang sudah terbukti.

3. Menggunakan teori *Strategic Decision Making*

Solusi pengambilan keputusan oleh seorang CEO merupakan proses kompleks di mana seorang penulis harus mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal sebelum membuat keputusan strategis. CEO harus mengintegrasikan data dan informasi dari berbagai sumber, termasuk laporan keuangan, analisis pasar, dan riset industri, untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang situasi tim dan pasar. Selain itu, solusi pengambilan keputusan juga melibatkan penilaian risiko, evaluasi sumber daya yang tersedia, dan proyeksi dampak jangka panjang dari keputusan yang diambil. Proses ini sering kali melibatkan konsultasi dengan penulis, anggota tim dan pembimbing lapangan untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil sejalan dengan visi, misi, dan tujuan tim.