

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan di Skystar Venture, Universitas Multimedia Nusantara, yang berlokasi di New Media Tower Lv.11 & 12, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15811. Selama program praktik kerja magang ini, penulis menempati posisi sebagai *Chief Operating Officer* atau COO yang memiliki tanggung jawab atas operasional perusahaan atau bisnis. Tugas yang dilakukan oleh COO adalah memastikan segala aspek perusahaan berjalan sesuai dengan kebijakan yang telah ditentukan. .



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Secara gambaran umum, Chief Operating Officer (COO) mempunyai berbagai tanggung jawab sebagai berikut:

A. Membuat dan Melaksanakan Strategi Operasional

Chief Operating Officer (COO) bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi perusahaan dalam bentuk kerja sama dengan rekan-rekan lainnya. Bekerja bersama CEO, CFO, dan Direktur Utama, COO membantu merumuskan strategi yang ideal

dan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Proses kolaboratif ini melibatkan diskusi dan analisis data yang mendalam serta evaluasi berbagai pendekatan untuk memastikan bahwa strategi yang dihasilkan selaras dengan tujuan jangka panjang perusahaan.

Strategi yang dikembangkan harus mewujudkan visi perusahaan, yang mewakili gambaran ideal tentang tujuan jangka panjang perusahaan, dan misinya, yang menggambarkan tujuan spesifik dan metode untuk mencapainya. COO memastikan bahwa setiap aspek operasional mendukung visi dan misi ini, mulai dari meningkatkan efisiensi produksi hingga mengoptimalkan layanan pelanggan dan penjualan.

Di luar pengembangan strategi, COO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap tim di dalam perusahaan berkontribusi secara maksimal dan berkolaborasi secara efektif untuk mencapai tujuan-tujuan ini. Hal ini melibatkan pengawasan langsung terhadap berbagai aspek, memberikan arahan yang jelas, menetapkan tujuan yang terukur, dan memastikan bahwa setiap tim memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai kesuksesan.

B. Mengawasi operasional perusahaan

Chief Operating Officer (COO) memiliki tanggung jawab yang luas dan penting dalam memastikan kelancaran dan efisiensi operasional perusahaan sehari-hari. Hal ini termasuk mengawasi aspek-aspek utama seperti produksi, penjualan, dan layanan pelanggan. Dengan mengelola produksi, COO memastikan bahwa proses produksi berjalan sesuai prosedur, mengelola sumber daya secara efektif, dan menghasilkan produk yang memenuhi standar kualitas. Hal ini melibatkan pengawasan terhadap proses produksi, mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah produksi, serta menerapkan metode terbaik untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

Dalam hal penjualan, COO berfokus pada optimalisasi strategi penjualan dan pemasaran untuk memastikan produk perusahaan menjangkau pasar yang tepat dan memenuhi target penjualan. Hal ini termasuk mengawasi perkembangan tim penjualan, menganalisis tren pasar, dan mengembangkan strategi penjualan yang inovatif dan efektif. COO bekerjasama dengan tim untuk menetapkan tujuan yang realistis dan memberikan dukungan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan aspek penting lainnya yang berada di bawah pengawasan COO. COO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelanggan menerima layanan berkualitas tinggi dan konsisten. Hal ini termasuk menangani keluhan pelanggan dengan baik, dan menerapkan sistem umpan balik pelanggan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Dengan menjaga tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, COO membantu membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat reputasi pasar perusahaan.

Secara keseluruhan, peran COO memastikan bahwa semua proses operasional di dalam perusahaan berjalan dengan lancar dan efisien. Melalui pengawasan yang ketat dan strategi yang tepat sasaran, COO memastikan bahwa perusahaan tidak hanya memenuhi, tetapi juga melampaui standar dan kualitas yang diharapkan, sehingga mendukung pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan.

C. Mengelola anggaran

Chief Operating Officer (COO) memegang tanggung jawab penting dalam mengelola anggaran perusahaan, memastikan bahwa semua pengeluaran digunakan secara efisien dan efektif. Peran ini mencakup mengawasi penggunaan dana, dan mengawasi pengeluaran untuk memastikan investasi memberikan nilai tambah bagi perusahaan. COO berkolaborasi dengan setiap divisi untuk mengidentifikasi kebutuhan

anggaran, menyusun rencana pengeluaran yang realistis, dan menetapkan prioritas yang sesuai dengan strategi jangka panjang perusahaan.

Pengelolaan anggaran yang efektif oleh COO tidak hanya bertujuan untuk menjaga keseimbangan keuangan perusahaan, tetapi juga untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi perusahaan. Dengan memastikan alokasi dana yang optimal, COO dapat membantu perusahaan mencapai efisiensi operasional, meningkatkan produktivitas, dan memaksimalkan keuntungan. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, peran COO dalam pengelolaan anggaran menjadi semakin penting untuk memastikan perusahaan tetap kompetitif dan berkelanjutan di pasar.

Sebagai COO, penulis melakukan tanggung jawab dalam bisnis sehari-hari seperti, melakukan perencanaan bisnis, pengembangan produk, menjalani, dan mengawasi proses operasional bisnis, seperti pengawasan proses produksi, hingga proses pengiriman ke konsumen. Selama program magang, penulis mengembangkan bisnis Sweevories di bawah program inkubasi di Skystar Ventures. Penulis berkoordinasi dengan Skystar Ventures, yang bertindak sebagai mentor untuk program magang dan sebagai inkubator untuk bisnis yang didirikan oleh penulis, serta bertindak sebagai penyelenggara dan lokasi magang penulis. Penulis bertanggung jawab kepada Bapak Andre Henderson, Head of Program di Skystar Ventures, dan berkoordinasi dengan Ibu Michelle Greysianti dan Bapak Hoky Nanda, yang keduanya menjabat sebagai Program Officer dari Skystar Ventures.

Program kerja magang ini dilakukan secara daring, dengan koordinasi tugas praktik kerja magang dilakukan melalui bimbingan secara daring melalui Zoom Meeting atau Google Meet dengan Kak Michelle Greysianti dan Bapak Hoky Nanda untuk pelaporan perkembangan terkait bisnis yang sedang dijalankan. Selain itu, koordinasi tugas praktik kerja magang juga difasilitasi melalui Google Classroom, dimana Kak Hoky

Nanda membagikan materi yang relevan dan tugas-tugas yang bersifat asinkronisasi selama program kerja magang berlangsung di Skystar Ventures.

Berikut proses mentoring bersama Kak Michelle dan Kak Hoky selama praktik kerja magang:



No.	Hari & Tanggal	Objektif Bimbingan	Koordinasi	Output
1.	7 Februari 2024	Mengembangkan <i>business plan</i> , dan <i>pitch deck</i>	Kak Hoky	Mengembangkan rencana bisnis yang menyeluruh yang mencakup visi, misi, analisis pasar, strategi pemasaran, operasi, keuangan, dan proyeksi bisnis. Melakukan riset pasar yang detail untuk mengidentifikasi peluang, tantangan, dan strategi untuk meraih peluang
1.	5 Maret 2024	Mengidentifikasi masalah-masalah yang berpengaruh terhadap nilai usaha, merumuskan solusi, dan mengembangkan persona pelanggan. Selain itu mengembangkan strategi <i>Segmentasi, Targeting, dan Positioning</i> (STP)	Kak Michelle & Kak Hoky	Menemukan masalah terkait nilai terhadap produk yang signifikan untuk mendapatkan solusi yang relevan, dengan menetapkan persona pelanggan dan merumuskan strategi STP yang efektif, hingga melakukan analisis menyeluruh terhadap ukuran pasar potensial, untuk mempertahankan eksistensi di pasar.

2.	8 April 2024	Menilai, dan mengevaluasi strategi pemasaran media sosial dan merencanakan peningkatan produksi produk.	Kak Hoky	Mengunggah konten media sosial untuk meningkatkan brand awareness Instagram Sweevories. Belum adanya peningkatan jumlah produksi produk karena strategi pemasaran yang kurang aktif, sehingga menyebabkan stagnasi penjualan.
3.	15 Mei 2024	Melakukan evaluasi performa produk di pasar berdasarkan data penjualan.	Kak Hoky	Menyiapkan laporan analisis penjualan yang mencakup pre-order pertama hingga kelima, termasuk analisis varian yang diminati dan yang kurang diminati. Mempresentasikan laporan penjualan yang dilengkapi dengan data hasil penjualan untuk periode mendatang dan membuat solusi untuk meningkatkan efisiensi, memaksimalkan keuntungan, atau mengatasi tantangan.

Tabel 3. 1 Proses Mentoring selama Praktik Kerja Magang

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama penulis melakukan kerja magang di Skystar Venture, penulis melakukan tugas-tugas dalam bisnis, sebagai berikut:

No	Tugas yang dilakukan	Tujuan	Periode	Koordinasi	Output
1.	Perencanaan Usaha	Penulis mempelajari tahapan - tahapan dalam membangun bisnis dengan melakukan pendekatan terkait pengetahuan, konsep, dan tren dalam industri yang relevan.	<i>Week 1 - 4</i>	Kak Michelle & Kak Hoky	Menghasilkan rencana bisnis yang komprehensif, inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, dan strategi pemasaran yang efektif.
2.	Analisis Kompetitor	Penulis mempelajari dan mendalami terkait competitor dengan melakukan analisis menggunakan <i>perceptual maps</i> pada competitor.	<i>Week 5</i>	Kak Michelle & Kak Hoky	Mengetahui kekuatan dan kelemahan kompetitor berdasarkan aspek penting seperti harga, kualitas, inovasi, dan layanan pelanggan. Analisis ini juga membantu penulis dalam mengidentifikasi

					celah pasar dan peluang untuk diferensiasi.
3.	Pengadaan Bahan Baku	Penulis mengidentifikasi, dan mempelajari kualitas terhadap kebutuhan bahan baku, dan pemasok untuk memproduksi produk.	Week 6 - 7	Kak Michelle & Kak Hoky	Mmenghasilkan daftar pemasok yang memenuhi standar kualitas yang diinginkan, termasuk informasi mengenai kualitas, harga, dan waktu pengiriman, dan menetapkan standar kualitas yang jelas untuk bahan baku, memastikan bahwa semua bahan yang digunakan dalam produksi memenuhi spesifikasi yang diperlukan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

4.	Pengawasan Proses Produksi	Penulis mempelajari aspek - aspek penting dalam proses produksi, mulai dari proses produksi dalam <i>trial and error</i> , hingga proses produksi untuk penjualan.	Week 8 - 15	Kak Michelle & Kak Hoky	Menghasilkan panduan yang mendetail tentang langkah-langkah dalam proses produksi, yang dihasilkan dari berbagai percobaan trial and error. Panduan ini mencakup metode yang telah diuji dan terbukti efektif, dan mengembangkan serta menetapkan kualitas yang ketat untuk setiap tahap produksi, memastikan bahwa produk akhir memenuhi standar yang diinginkan sebelum mencapai konsumen.
----	----------------------------	--	-------------	-------------------------	--

5.	Pengirimannya	Penulis mempelajari aspek - aspek penting dalam proses pengemasan produk sampai proses pengiriman, untuk menjamin produk dikemas dengan baik dan terhindar dari kerusakan selama pengiriman.	Week 8 - 15	Kak Michelle & Kak Hoky	Mengembangkan dan menetapkan aturan pengemasan yang terstandarisasi, yang mencakup instruksi rinci tentang cara mengemas produk dengan benar, termasuk penggunaan bahan pelindung, dan memastikan bahwa setiap paket memiliki label yang jelas dan informasi pengiriman yang lengkap, termasuk instruksi penanganan khusus.
6.	Pengendalian Kualitas	Penulis mempelajari terkait pengendalian kualitas produk dengan memastikan bahwa semua produk yang	Week 8 - 15	Kak Michelle & Kak Hoky	Menetapkan standar kualitas yang jelas dan rinci untuk setiap produk, termasuk spesifikasi teknis, estetika, dan fungsionalitas yang harus dipenuhi pada setiap tahap produksi

		<p>dihasilkan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan, sehingga dapat menekan komplain dari pelanggan.</p>			<p>untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar yang telah ditetapkan.</p>
7.	<p>Pemeliharaan Operasional</p>	<p>Penulis mempelajari cara merawat alat - alat operasional untuk menjaga kelancaran operasional sehari-hari dan memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik.</p>	<p>Week 8 - 15</p>	<p>Kak Michelle & Kak Hoky</p>	<p>Menghasilkan manual perawatan peralatan yang terperinci, mencakup instruksi langkah demi langkah untuk perawatan rutin, pembersihan, dan perbaikan dasar, hingga mengimplementasikan sistem dokumentasi untuk mencatat semua kegiatan perawatan yang dilakukan pada setiap alat, termasuk tanggal, dan jenis perawatan.</p>

8.	Analisis Data Penjualan	Penulis mempelajari terkait analisis data penjualan untuk mengidentifikasi tren, dan peluang peningkatan produk. Dengan menganalisis produk terlaris, dan produk yang kurang diminati melalui data penjualan.	Week 16	Kak Michelle & Kak Hoky	Menghasilkan laporan penjualan yang terperinci, mencakup data penjualan per <i>batch pre order</i> . Laporan ini mencakup jumlah penjualan, pendapatan, dan profitabilitas setiap produk, hingga mengidentifikasi produk-produk terlaris berdasarkan volume penjualan dan kontribusi terhadap pendapatan.
----	-------------------------	---	---------	-------------------------	---

Tabel 3. 2 Tugas Kerja Magang

3.2.2 Uraian Kerja Magang

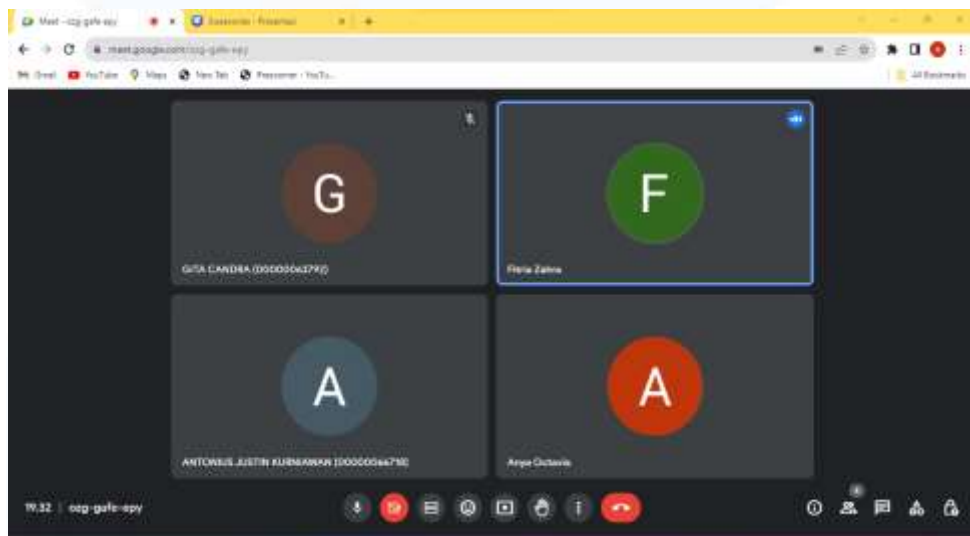
Selama melakukan kerja magang di Skystar Venture, penulis melakukan kegiatan sebagai divisi operasional, oleh karena itu pekerjaan utama penulis sebagai berikut:

3.2.2.1 Perencanaan Usaha

Perencanaan merupakan sebuah proses menyusun tahapan-tahapan yang akan diambil untuk mencapai tujuan bisnis. Aspek ini melibatkan identifikasi tujuan jangka panjang maupun jangka pendek perusahaan, menganalisa sumber daya yang tersedia, menganalisis pasar dan pesaing,

serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan dan persiapan yang matang dapat membantu dalam menentukan proses ide bisnis yang akan dijalankan. Selain itu, perencanaan dapat membantu dalam menganalisa penjualan untuk perkembangan bisnis yang akan dimulai.

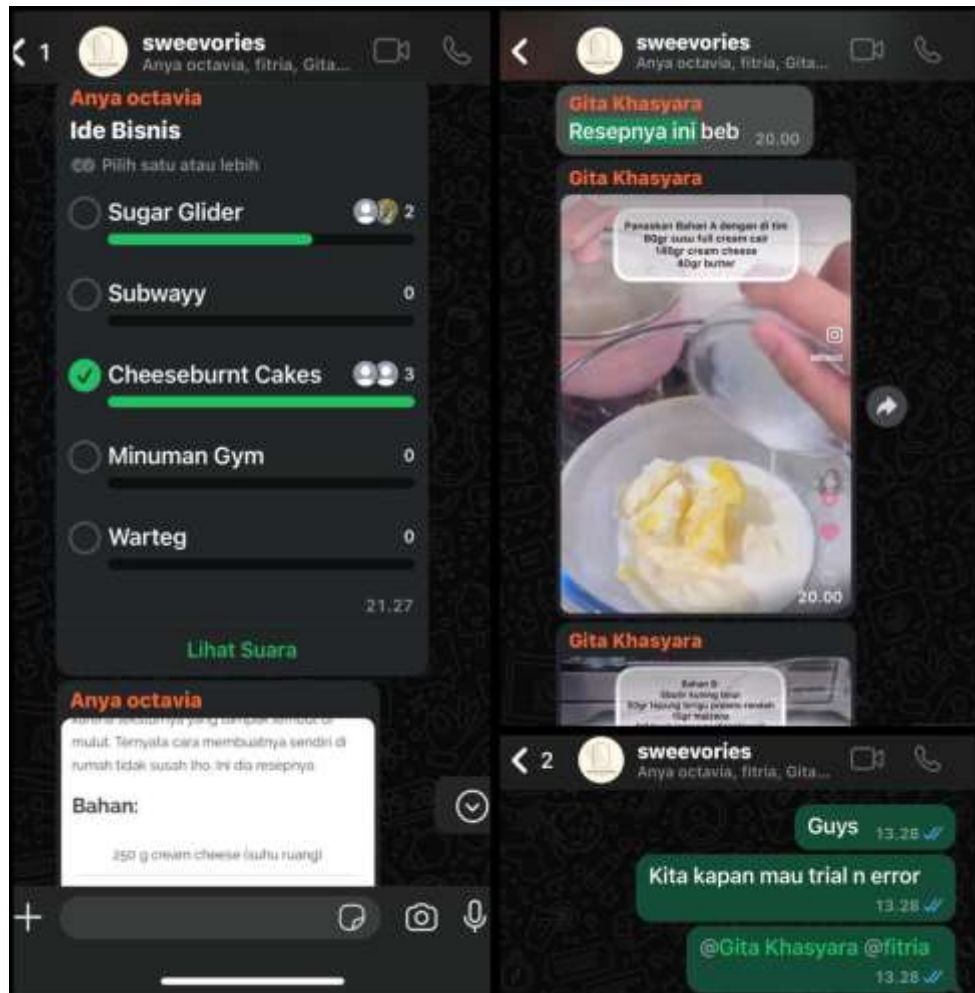
Dalam membangun bisnis baru, penulis dan rekan - rekan lainnya melakukan perencanaan untuk menjalankan bisnis. Pada proses perencanaan, penulis dan rekan-rekan lainnya melakukan pendekatan untuk menentukan dan memutuskan terkait dengan produk yang akan diciptakan dengan cara memberikan masing-masing ide untuk produk. Penulis dan rekan lainnya berdiskusi via Google Meet, dan via WhatsApp mengenai visi misi bisnis, struktur organisasi, strategi dan perencanaan bisnis, hingga operasional bisnis.



Gambar 3. 1 Penulis Melakukan Diskusi via Google Meet

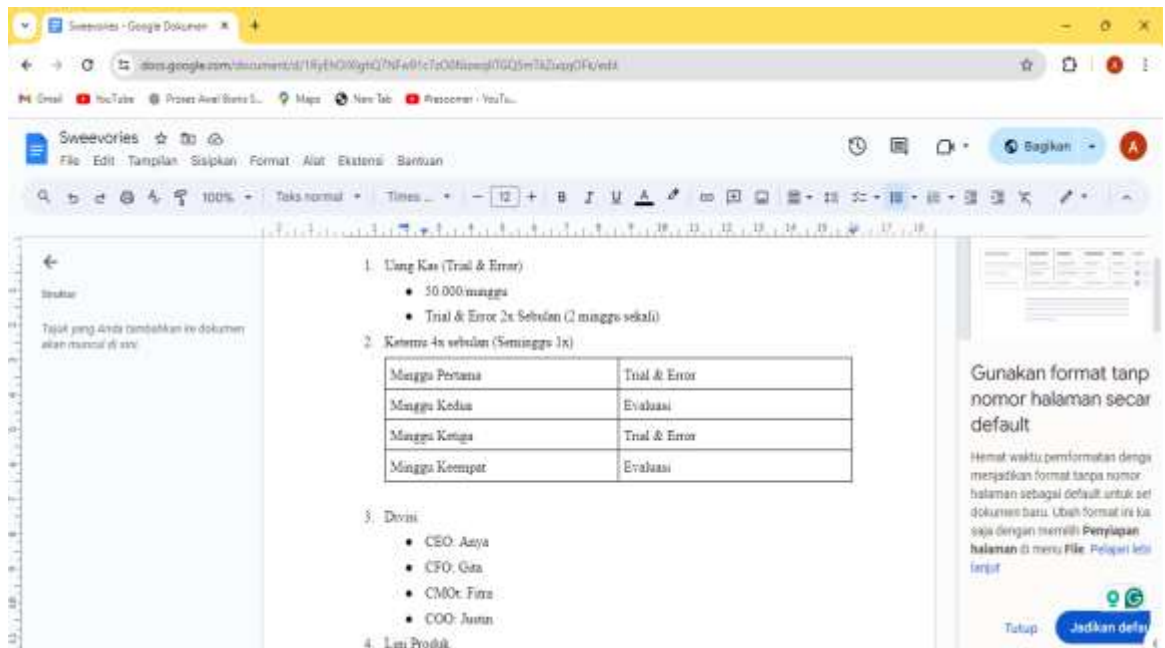
Selain itu, penulis berdiskusi untuk menentukan produk yang akan diciptakan, hingga mencari dan menentukan resep yang akan menjadi kunci utama pembuatan produk dengan mencari informasi di internet, dan beberapa tutorial dari ahli masakan penutup. Penulis dan tim lainnya melakukan penentuan resep, dan memodifikasi resep yang telah ditetapkan, hal ini

bertujuan untuk membuat ciri khas yang menonjol dalam produk diantara produk pesaing.

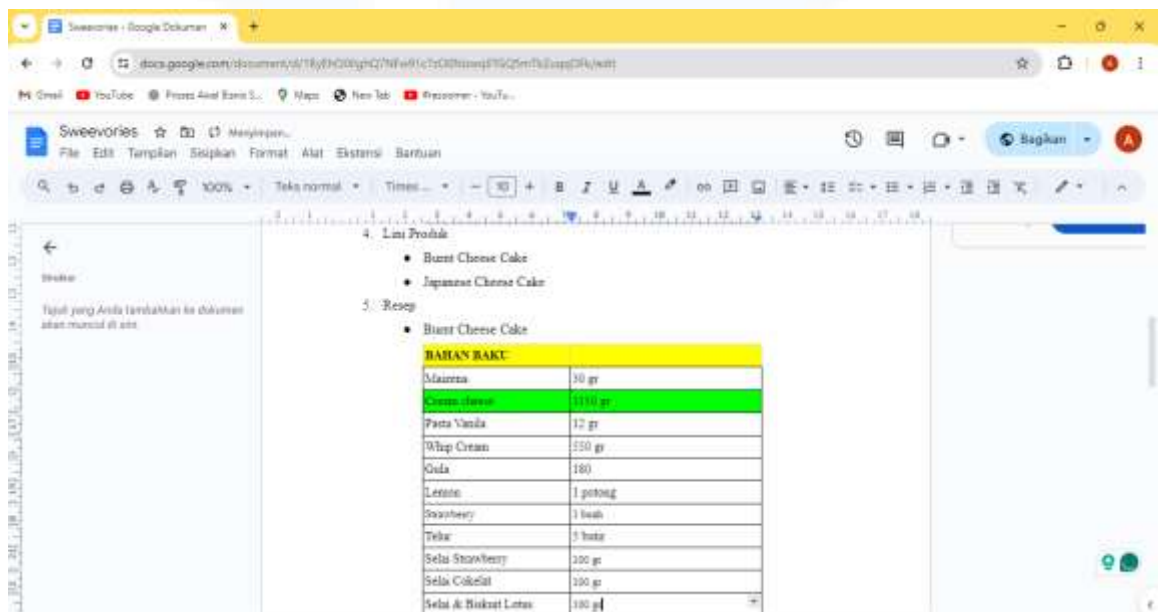


Gambar 3. 2 Proses Menentukan Ide Bisnis

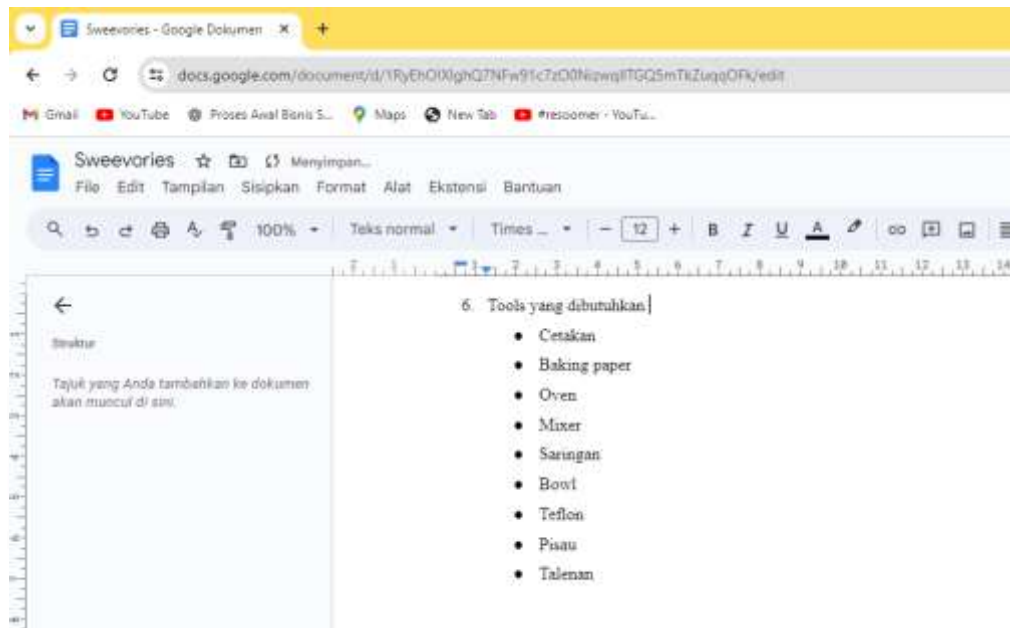
Penulis juga membahas mengenai *trial and error* produk atau uji coba produk untuk mencoba pembuatan produk. Sebagai divisi operasional penulis mencatat rencana - rencana terkait operasional bisnis, melakukan penentuan jadwal, dan mencatat bahan baku yang akan digunakan, dengan beberapa bantuan dari rekan tim lainnya, penulis dapat menentukan pembelian alat maupun bahan baku yang akan digunakan, baik secara *offline* maupun secara *online*.



Gambar 3. 3 Penulis Mencatat untuk Operasional Bisnis



Gambar 3. 4 Penulis Mencatat Resep



Gambar 3.5 Penulis Mencatat Alat - Alat Operasional

3.2.2.2 Analisis Kompetitor

Menganalisis pesaing adalah aspek penting dalam perencanaan bisnis, yang bertujuan untuk memahami kekuatan dan kelemahan mereka dalam industri yang sama. Langkah awal yang dilakukan adalah menentukan kompetitor utama, baik langsung maupun tidak langsung, yang beroperasi di pasar yang sama atau menawarkan produk atau layanan serupa. Setelah mengidentifikasi kompetitor, mengumpulkan data mengenai kompetitor merupakan hal yang sangat penting, termasuk penawaran, harga, taktik pemasaran, saluran distribusi, dan reputasi merek. Data ini dapat diperoleh melalui riset pasar, pengamatan langsung, atau menganalisis informasi yang tersedia untuk umum.

Hal ini yang dilakukan oleh penulis sebagai Chief Operation Officer atau COO, penulis menganalisis kompetitor baik langsung maupun tidak langsung melalui informasi yang tersedia untuk umum seperti web dan media sosial kompetitor. Berikut langkah - langkah yang penulis lakukan dalam menganalisis kompetitor:

- a. Penulis mengkategorikan kompetitor dengan menggunakan *Perceptual Maps*



Gambar 3. 6 Penulis Mengkategorikan Kompetitor di Canva



Gambar 3. 7 Penulis Membuat *Perceptual Maps* Kompetitor

Dari gambar 3. 6, penulis mengelompokkan kompetitor langsung dan tidak langsung. Kompetitor langsung merupakan kompetitor yang menawarkan produk, dan segmen pasar yang serupa dengan bisnis yang penulis bangun. Contoh kompetitor langsung dari bisnis yang penulis bangun adalah Arvo Bakes, dan Kibo. Sementara itu, kompetitor tidak langsung merupakan kompetitor yang tidak secara langsung menawarkan

produk yang sama, namun kompetitor memiliki kesempatan, dan kemampuan untuk menciptakan produk yang sama dengan bisnis yang sedang penulis bangun. Selain itu, kompetitor tidak langsung memiliki kesempatan, dan kemampuan dalam mempengaruhi preferensi konsumen dengan menawarkan produk yang berbeda. Kompetitor yang tidak langsung dari bisnis ini seperti The Harvest, Mako, Exquise Patisserie, dan Hokkaido Cheese Tart.

Sedangkan gambar 3.7, penulis menggunakan Perceptual Maps yang merupakan salah satu alat analisis dalam riset bisnis, yang digunakan untuk merepresentasikan persepsi konsumen secara representatif terhadap merek atau produk dalam industri atau pasar tertentu. Peta ini membantu dalam memahami bagaimana konsumen melihat perbedaan di antara merek atau produk dengan variabel tertentu. Penulis membagi dua variabel yaitu *More Reachable & Unreachable*, dan *More Options & Less Options*. Variabel *More Reachable & Unreachable* berada di garis vertikal, yaitu sumbu x. Variabel *More Reachable* merupakan kompetitor yang memiliki akses jangkauan yang dekat kepada pelanggan. Kemudahan akses jangkauan yang dibahas dalam riset pasar ini terkait dengan kompetitor yang memiliki cabang bisnis yang dapat ditemukan di berbagai wilayah. *Unreachable* merupakan lawan dari variabel *More Reachable* yaitu kompetitor yang sulit dijangkau oleh pelanggan, tidak memiliki banyak cabang dalam berbagai wilayah.

Variabel *More Options & Less Options* berada di garis horizontal, yaitu sumbu y. Variabel *More Options* dapat diartikan sebagai kompetitor yang menawarkan berbagai lini produk dalam produk *pastry* dan *bakery*, sehingga konsumen memiliki kesempatan untuk memilih berbagai produk yang ditawarkan. Sedangkan *Less Options* merupakan lawan dari variabel *More Options*, yaitu kompetitor yang hanya memiliki fokus dalam beberapa produk.

Dari riset yang penulis lakukan memiliki hasil terkait kompetitor, sebagai berikut:

- a. The Harvest, Mako Bakery, dan Kibo merupakan kompetitor yang masuk ke dalam variabel *More Options*, dan *More Reachable* yang artinya kompetitor - kompetitor tersebut menawarkan berbagai pilihan produk *pastry* dan *bakery*. Selain itu, kompetitor - kompetitor tersebut memiliki banyak cabang di berbagai wilayah, sehingga konsumen mudah untuk menjangkau.
- b. Exquise Patisserie merupakan kompetitor yang masuk dalam variabel *More options* dan *Unreachable*. Exquise Patisserie merupakan kompetitor yang menawarkan berbagai pilihan produk *pastry* dan *bakery*, namun Exquise Patisserie hanya memiliki cabang di wilayah Jakarta, dan Tangerang, sehingga hal ini menjadi pertimbangan dalam kemudahan akses jangkauan bagi konsumen.
- c. Hokkaido Cheese Tart merupakan kompetitor yang masuk dalam variabel *More Reachable* dan *Less Options*. Hokkaido Cheese Tart memiliki akses jangkauan yang mudah untuk konsumen dengan memiliki berbagai cabang di berbagai wilayah, namun Hokkaido Cheese Tart hanya memiliki dua produk yaitu Cheese Tart dan Patisserie. Hal ini yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam pilihan menu produk yang disediakan oleh Hokkaido Cheese Tart.
- d. Arvo Bakes merupakan kompetitor yang termasuk dalam variabel *Less Options*, dan *Unreachable* yang artinya Arvo bakes tidak memiliki pilihan produk, Arvo bakes hanya memiliki dua produk, yaitu Brownies dan *Burnt Cheese Cake*. Selain itu, Arvo Bakes tidak memiliki toko offline, dan hanya

menerima pesanan online dengan jangkauan pemesanan di wilayah Tangerang melalui bantuan pengiriman aplikasi pengantaran *online*.

3.2.2.3 Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku adalah fase awal yang penting dalam siklus produksi perusahaan. Proses ini diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan bahan baku atau komponen yang penting untuk memproduksi barang atau memberikan layanan tertentu. Selanjutnya, berfokus pada pencarian pemasok atau pemasok yang mampu memenuhi kebutuhan bahan baku dan komponen utama tersebut. Proses pencarian ini memerlukan penelitian mendalam untuk menentukan pemasok yang dapat diandalkan yang dapat menyediakan bahan baku dengan kualitas yang sesuai. Selanjutnya, pemilihan pemasok mencakup beberapa pertimbangan seperti reputasi, harga, jaminan pengiriman, dan standar layanan pelanggan.

Setelah memilih pemasok yang sesuai, langkah selanjutnya adalah pengadaan bahan baku melalui tahap negosiasi yang bertujuan untuk mendapatkan harga yang menarik dan persyaratan kontrak yang menguntungkan. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan perolehan bahan baku dalam jumlah yang cukup, dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan, dan sesuai dengan anggaran yang disediakan. Proses pengadaan bahan baku yang dijalankan dengan baik memiliki peran penting dalam memfasilitasi kelancaran operasi produksi, mengurangi risiko yang terkait dengan keterbatasan persediaan atau kerusakan bahan, serta meningkatkan efisiensi dan laba perusahaan secara keseluruhan.

Sebagai Chief Operating Officer (COO), penulis melakukan tahap awal untuk persiapan bahan baku yang ditinjau dari resep yang sudah ditentukan, penentuan resep dilakukan secara menggali informasi dari internet dan juga beberapa saran dari masing-masing tim. Selain itu, penulis melakukan beberapa persiapan untuk pengadaan bahan baku, tahapan awal

yang dilakukan penulis sebagai COO adalah berkoordinasi kepada seluruh tim dan CEO untuk berdiskusi perihal tempat pemasok, penulis melakukan analisa seperti berbelanja di toko *online* maupun datang ke toko fisik dengan memperhatikan kualitas bahan baku, harga dan juga jarak tempuh untuk membeli bahan baku, dengan begitu penulis bisa memperhitungkan untuk operasional bisnis yang lebih efisien.

Penulis dan tim melakukan survei ke tempat secara fisik atau offline. Untuk memenuhi kebutuhan, penulis dan tim melakukan pembelian di toko fisik *indogrosir*, bahan yang dibeli secara *offline* seperti gula, susu, mentega, nutella, telur, buah strawberry, tepung maizena. Hal ini dilakukan untuk membandingkan harga di toko fisik, dan toko *online* untuk membeli bahan baku produk, dengan tujuan untuk mengoptimalkan anggaran biaya perusahaan. Selain itu, membandingkan harga di toko fisik dan toko online memungkinkan penulis untuk mengevaluasi faktor-faktor tambahan seperti biaya pengiriman, diskon, dan promosi yang ditawarkan. Dengan mempertimbangkan semua faktor ini, penulis dapat membuat keputusan yang tepat dan berdasarkan data ketika memilih tempat untuk melakukan pembelian bahan baku produk.

Dalam bisnis, pengelolaan biaya merupakan hal yang penting, dan membandingkan harga di berbagai platform belanja adalah strategi yang efektif untuk mencapai tujuan ini. Melalui perbandingan yang dilakukan dengan tepat, penulis dapat memastikan bahwa setiap pembelian dilakukan dengan harga yang paling menguntungkan bagi bisnis tanpa mengorbankan kualitas produk yang dibeli. Pendekatan ini memastikan bahwa sumber daya dialokasikan secara efisien, sehingga memaksimalkan nilai yang diperoleh dari setiap keputusan pembelian.



Gambar 3. 8 Penulis Melakukan Pembelian di Toko Fisik

Pengadaan bahan baku secara *online* di pesan melalui aplikasi Shopee seperti, kemasan, alat baking, *cream cheese*, *whip cream*, tepung maizena, selai strawberry, selai coklat, selai lotus, dan biskuit lotus. Hal ini dilakukan karena penulis melakukan pertimbangan dengan melakukan pembelian melalui toko *online*. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian di toko *online*, penulis memilih toko yang memiliki rating tinggi. Platform belanja *online* biasanya menampilkan ulasan dan peringkat dari pelanggan sehingga membantu konsumen membuat keputusan yang lebih tepat tentang produk yang dibutuhkan.

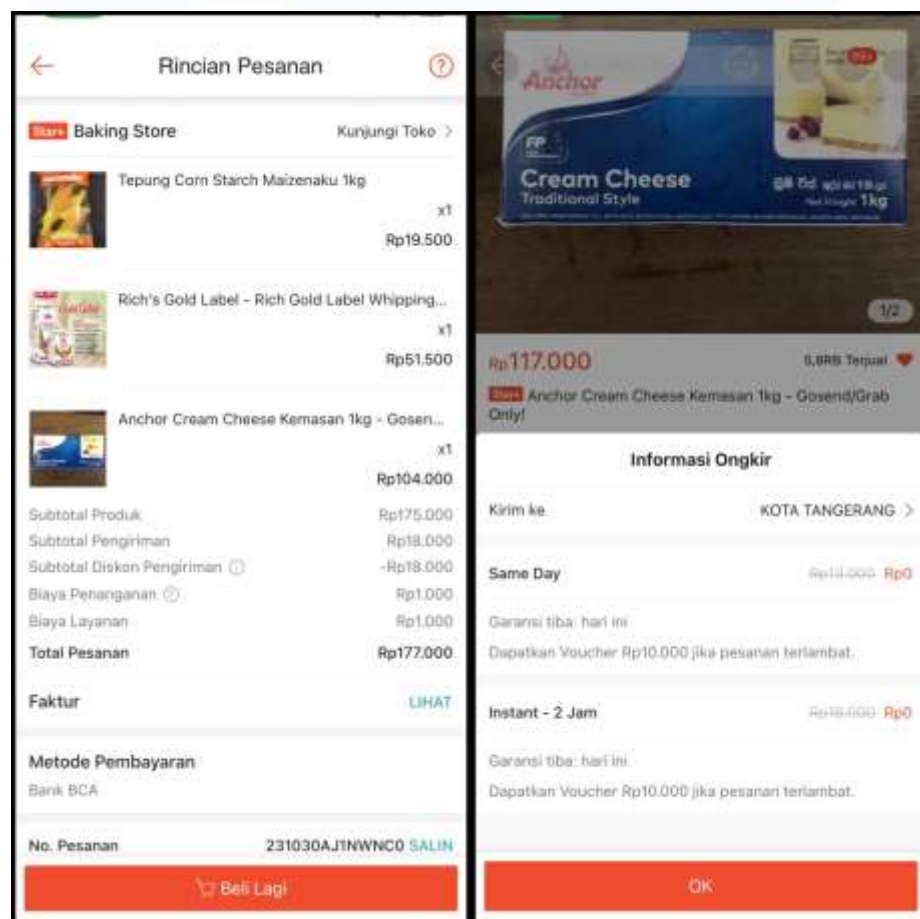


Gambar 3. 9 Toko Pemasok *Online* yang Dipilih oleh Penulis dan Tim

Pemasok yang ditetapkan oleh penulis dan tim dalam pembelian secara *online* yaitu *baking store*. Baking Store memiliki rating yang tinggi, dan memiliki reputasi yang baik di dalam aplikasi Shopee, hal ini yang membuat penulis memutuskan toko tersebut menjadi salah satu pemasok. Penulis memilih Baking Store sebagai salah satu pemasok utama karena harganya yang kompetitif dibandingkan dengan toko fisik. Faktor harga ini

adalah faktor penting, terutama dalam industri kuliner yang seringkali memerlukan pembelian bahan baku dalam jumlah tertentu untuk menjaga stabilitas produksi.

Selain harga yang kompetitif, Baking Store menyediakan berbagai macam produk berkualitas tinggi yang diperlukan untuk membuat produk dalam bisnis ini, yaitu *Burnt Cheese Cake*. Ini termasuk bahan-bahan penting seperti *cream cheese*, *whipping cream*, gula, tepung maizena, dan pasta vanila. Pembelian semua kebutuhan kue dari satu pemasok tidak hanya menghemat waktu tetapi juga memastikan konsistensi kualitas bahan yang digunakan.



Gambar 3. 10 Program Gratis Ongkir dan Cashback pada Toko Online

Kenyamanan berbelanja di Baking Store yang menyediakan layanan belanja *online* juga menjadi pertimbangan penting lainnya. Baking store memberikan *cashback points* dalam setiap transaksi, yang akan menghasilkan poin yang dapat ditukarkan dengan diskon. Ini memberikan insentif tambahan bagi penulis untuk terus berbelanja di Baking Store, yang pada gilirannya dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan tingkat loyalitas. Dengan sistem pemesanan yang mudah, Baking Store menyediakan pengiriman yang cepat, hal ini menjadi nilai tambah yang signifikan. Keuntungan dari penghematan biaya pengiriman ini mengurangi total biaya pembelian, sehingga memungkinkan penulis untuk mengalokasikan anggaran ke aspek bisnis lainnya, seperti pengembangan produk baru, atau pemasaran.

Kombinasi harga yang kompetitif, berbagai macam produk berkualitas, dan kemudahan layanan *online* membuat Baking Store menjadi pilihan yang tepat bagi penulis sebagai pemasok bahan baku kue. Pilihan ini memungkinkan penulis untuk mengelola biaya operasional dengan lebih efektif dan memastikan bahwa produk akhir memenuhi standar kualitas tinggi.

3.2.2.4 Pengawasan Proses Produksi

Menurut Sofjan Assauri dalam buku Manajemen Operasi dan Produksi, produksi adalah aktivitas yang mengubah input menjadi output, meliputi semua kegiatan atau aktivitas yang menghasilkan barang atau jasa, termasuk juga aktivitas lain yang mendukung atau menunjang upaya menghasilkan produk tersebut baik dalam bentuk barang atau jasa (Budiartami & Wijaya, 2019). Sofijan Assauri menyatakan bahwa Kelancaran pelaksanaan proses produksi dapat ditentukan oleh sistem produksi yang diterapkan dalam perusahaan. Kualitas sistem produksi ini akan mempengaruhi bagaimana proses produksi berlangsung. Ketika sistem produksi di perusahaan berjalan dengan baik, maka barang atau jasa yang dihasilkan akan berkualitas. Begitu juga sebaliknya, jika sistem produksi

buruk, maka kualitas produk yang dihasilkan juga akan menurun. Oleh karena itu, pengawasan dalam proses produksi sangat diperlukan. Pengawasan bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan produksi dan operasi berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan, serta untuk memperbaiki terjadinya penyimpangan yang terjadi, sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai (Budiartami & Wijaya, 2019).

Sebagai *Chief Operating Officer* atau COO, penulis harus mampu memahami sistem produksi untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Proses ini mencakup beberapa tahapan dalam menentukan sebuah produk. Sweevories berproduksi di rumah salah satu tim, dengan menggunakan tempat yang sudah diizinkan menjadi tempat produksi. Salah satu dari tim Sweevories telah memberikan tempat produksi berupa tempat tinggal yang tidak di gunakan, sehingga penulis dan tim memanfaatkan penyediaan tempat produksi yang sudah ada dengan merombak atau menata tempat tinggal menjadi tempat produksi.

Tahap awal dalam pengawasan produksi bertujuan untuk menjamin kelancaran proses produksi dan kualitas produk yang konsisten. Penulis mengawasi proses produksi, mulai dari proses produksi untuk proses *trial and error*, hingga pengawasan proses produksi untuk penjualan produk. *Trial and Error* atau nama lain dari uji coba merupakan upaya menemukan solusi atau pemecahan masalah yang dilakukan dengan cara melakukan berbagai percobaan atau eksperimen secara bertahap.

Dalam pengembangan produk, proses ini mencakup pengujian berbagai jenis fungsi, desain, atau strategi pemasaran untuk produk baru atau yang sudah ada. Mengembangkan produk memerlukan tahapan yang bertujuan untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan permintaan pasar atau pelanggan. Hal ini dilakukan dengan bereksperimen dengan ide dan membuat perbaikan berdasarkan umpan balik, seperti membuat beberapa prototipe dan meminta pendapat dari audiens target. Proses *Trial and Error*, berperan penting untuk

mendapatkan gambaran dari setiap kelemahan dan dapat diterapkan pada siklus berikutnya. Meskipun ada potensi untuk kemajuan yang lambat dan penggunaan sumber daya yang besar, cara kerja seperti ini dapat memberikan hasil yang inovatif dan sukses.

Pengawasan proses produksi memerlukan sejumlah prosedur yang dilakukan secara teratur untuk mengawasi setiap proses produksi di dalam perusahaan atau bisnis yang dijalankan secara menyeluruh. Prosedur ini mencakup pemantauan secara teliti terhadap proses kerja, penggunaan peralatan, dan ketersediaan bahan baku untuk memastikan bahwa operasi sesuai dengan tolak ukur yang telah ditentukan. Selain itu, prosedur ini bertujuan untuk mencegah dan mengatasi masalah potensial yang mungkin timbul pada saat produksi, sehingga meminimalisir kemungkinan terjadinya kesalahan atau kerusakan pada produk yang akan dihasilkan. Dengan berfokus pada hal-hal yang berkaitan dengan operasional, manajemen dapat meningkatkan efisiensi produksi dengan menunjukkan area yang membutuhkan peningkatan dan menerapkan upaya-upaya perbaikan yang dibutuhkan. Selain itu, mengawasi proses produksi juga melibatkan penilaian kualitas hasil akhir secara berkala untuk menjamin pemenuhan standar kualitas dan memastikan kepuasan pelanggan. Tahap awal dalam pengawasan produksi bertujuan untuk menjamin kelancaran proses produksi dan kualitas produk yang konsisten. Langkah penting yang dilakukan oleh penulis adalah pengadaan bahan baku yang sesuai dengan resep yang ditentukan sebelumnya. Dalam proses ini, penulis memastikan ketersediaan bahan baku yang sesuai, dan juga mematuhi standar kualitas yang diinginkan sebelum memasuki produksi. Persiapan tersebut mencakup pengawasan terhadap kualitas bahan baku, memastikan resep sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, dan mempersiapkan peralatan yang diperlukan. Melalui pelaksanaan dengan baik, penulis dan tim dapat mengurangi resiko tahap produksi di pasar.



Gambar 3. 11 Penulis Memastikan Ketersediaan Alat - Alat dan Bahan Baku

Setelah bahan baku dan peralatan sudah memenuhi kriteria resep, penulis memastikan bahwa persiapan adonan makanan ringan sesuai dengan resep dan standar kualitas yang ditentukan. Hal ini membutuhkan perhitungan yang tepat dan selalu mengawasi kualitas produk untuk memastikan setiap produk yang diproduksi memenuhi harapan pelanggan dan standar perusahaan. Guna memastikan setiap langkah-langkah pembuatan harus diperhatikan agar menghasilkan produksi yang sesuai dengan standar yang diterapkan baik dari rasa, tekstur dan juga hasil yang menarik. Selain memastikan adonan yang sesuai, penulis juga memastikan untuk alat masak yang akan digunakan juga sudah sesuai standar yang baik.

Penulis mengatur dan mengawasi pengaturan waktu untuk proses memanggang *burnt cheese cake* dengan memastikan suhu yang tepat, sehingga *burnt cheese cake* memiliki hasil yang sesuai dengan yang diinginkan dalam hal tekstur dan rasa. Penulis mengawasi proses pemanggangan kue yang memerlukan suhu 175°C selama 10-15 menit untuk mematangkan *mini burnt cheese cake*, selanjutnya menaikkan suhu sampai dengan 180°C untuk mendapatkan hasil *crust* di permukaan cake.



Gambar 3. 12 Penulis Mengawasi Proses Produksi

Produk yang akan dihasilkan dengan menggunakan tata cara pemasakan yang benar dapat membantu adonan yang dihasilkan sesuai dengan bentuk maupun rasa yang memuaskan. Penulis memastikan tekstur, rasa, dan tampilan dari produk *mini burnt cheese cake* sesuai dengan standar yang ditetapkan setelah proses pemanggangan. Selain itu, penulis juga memastikan proses pengemasan produk sesuai dengan standar yang telah

ditetapkan, dengan menggunakan bahan kemasan yang dapat menjaga kualitas produk, dan pengemasan produk sesuai dengan permintaan konsumen.



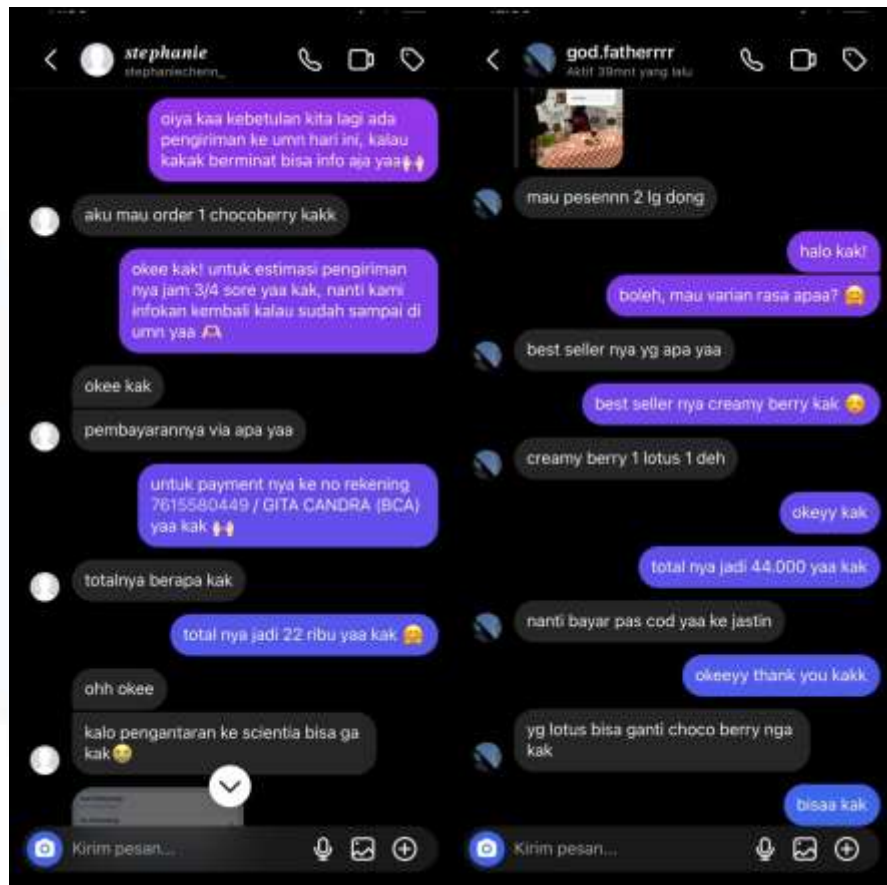
Gambar 3. 13 Penulis Mengawasi Proses Pengemasan

Proses *trial and error* pada pembuatan produk *mini burnt cheese cake* dilakukan dalam jangka waktu dua minggu sekali. Dalam setiap minggu nya, penulis melakukan evaluasi terhadap produk dari hasil proses *trial and error*, mengevaluasi dari segi konsistensi rasa, bentuk produk, hingga kualitas dari bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan produk. Proses *trial and error* berlangsung selama empat kali selama proses praktik kerja magang, dengan mencoba berbagai resep, hingga merombak dan membuat resep yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

3.2.2.5 Pengiriman

Pengiriman produk merupakan aspek penting dalam bisnis yang secara signifikan berdampak pada kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional. Pengiriman bukan hanya tentang mengangkut barang dari satu lokasi ke lokasi lain, tetapi juga memastikan bahwa produk sampai ke tangan pelanggan dalam kondisi sangat baik dan tepat waktu. Pengemasan yang tepat memainkan peran penting dalam proses ini. Pengemasan yang efektif juga melindungi produk dari kerusakan selama pengiriman dan memastikan produk tiba dalam kondisi yang sama saat dikirim ke konsumen, dengan menggunakan bahan kemasan yang kokoh, dan tepat yang disesuaikan dengan jenis produk.

Bagian pengiriman dalam sebuah perusahaan mengawasi dan melaksanakan semua tugas yang terkait dengan pengiriman barang atau jasa kepada pelanggan dan mitra bisnis. Dalam hal ini, penulis memastikan pengiriman produk yang tepat waktu dan utuh kepada pelanggan. Adapun tanggung jawab penulis meliputi berbagai aktivitas seperti memproses pesanan, mengemas barang dengan aman, memilih penyedia layanan pengiriman yang sesuai, dan memantau secara intensif terhadap pengiriman melalui mekanisme pengawasan. Selain itu, penulis mengatur pengiriman dengan menerapkan standar kualitas, dan menjamin kepuasan pelanggan, serta berkontribusi pada kesuksesan bisnis secara menyeluruh.



Gambar 3. 14 Penulis Memproses Pesanan via *Direct Message* Instagram

Sebagai COO, penulis harus mampu mengelola dan mengawasi pengiriman barang dalam sistem produksi, penulis melakukan analisa terhadap proses penghantaran barang yang akan diterima konsumen. Untuk menghindari kerusakan produk selama pengiriman, ada berbagai langkah yang dilakukan oleh penulis seperti, melakukan persiapan produk secara menyeluruh sebelum pengiriman, dengan memperhatikan pengemasan yang aman dan pelindung yang memadai terhadap benturan atau guncangan. penulis melakukan pemilihan kemasan yang kuat, menambahkan bantalan atau dudukan lapisan pelindung pada kemasan agar melindungi produk dari bahaya fisik. Selain itu, penulis memastikan posisi produk yang tepat di

dalam kemasan untuk menghindari gerakan atau getaran. Dalam melakukan pemilihan kemasan, penulis melakukan diskusi terhadap tim untuk memilih kemasan yang bagus dan aman. penulis melakukan pemerhatian terhadap barang kemasan yang menarik dan tetap aman, dengan cara sebagai berikut:

a) Bahan Kemasan

Penulis memilih bahan kemasan yang aman untuk makanan, aman untuk bersentuhan langsung dengan makanan, dan bebas dari bahan kimia berbahaya. Penulis menggunakan *packaging box* dengan bahan *body* yang menggunakan kertas *food grade* anti bocor, dan menggunakan plastik PET sebagai bahan penutup *packaging box* yang merupakan bahan plastik yang tidak tembus air dan gas dengan karakteristik tampilannya yang jernih/tembus pandang. Bahan ini banyak digunakan untuk botol minuman dan beberapa kemasan makanan. Plastik berlabel PET tergolong aman untuk penggunaan sekali pakai, karena diklasifikasikan sebagai *food grade*, sehingga aman untuk mengemas makanan dan minuman.



Gambar 3. 15 Packaging yang Digunakan untuk Produk

b) Daya tahan

Penulis memastikan kemasan cukup kuat untuk melindungi produk dari kerusakan fisik selama pengangkutan. Ini termasuk kemampuan

kemasan untuk menahan tekanan, benturan, dan kelembapan. Salah satu penentuan dengan menggunakan box berbahan dasar kraft yang dilapisi dengan kertas *food grade*, yang tahan dari benturan dan tidak mudah rusak

c) Segel dan Penutup

Penulis memastikan kemasan tertutup rapat untuk menjaga kualitas produk, dan mencegah kontaminasi. Penulis menggunakan *paper belt* atau *sticker*, dan plastik untuk menjaga kualitas produk.



Gambar 3. 16 Penulis Melakukan Persiapan Produk secara Menyeluruh sebelum Pengiriman

Penulis juga melakukan pengawasan terhadap pengiriman produk melalui aplikasi pengiriman *online*. Penulis melakukan pengawasalan dalam pengiriman produk melalui aplikasi pengiriman *online* untuk memastikan bahwa produk sampai ke tangan pelanggan dengan aman, dan tepat waktu. Dengan memanfaatkan

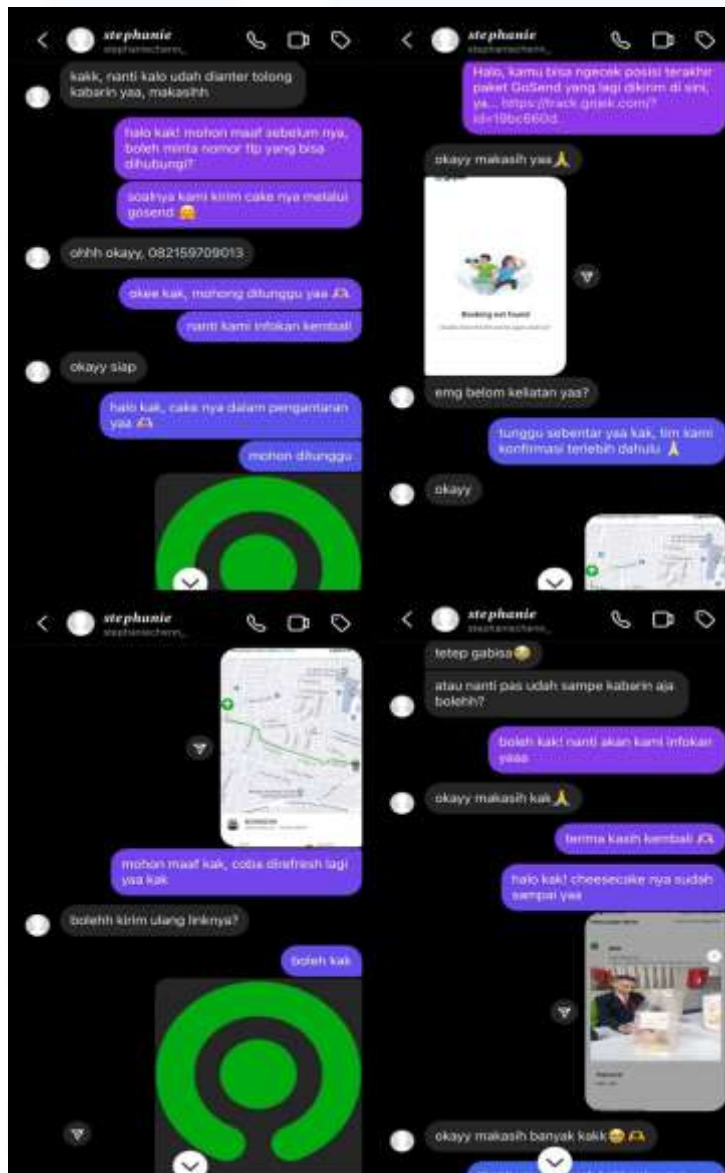
teknologi *modern*, penulis memilih layanan pengiriman yang dapat diandalkan dan bereputasi baik yang menjaga kualitas produk selama perjalanan. Sebelum pengiriman, produk dikemas dengan cermat menggunakan bahan kemasan yang kuat dan tepat untuk melindungi dari kerusakan fisik dan perubahan suhu yang dapat mempengaruhi kualitasnya.



Gambar 3. 17 Penulis Memastikan Produk yang Dikirim Terhindar dari Kerusakan Kemasan sebelum Dikirim

Aplikasi pengiriman online juga menawarkan fitur pelacakan waktu nyata, sehingga penulis dan pelanggan dapat memantau status pengiriman. Penulis bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan

tentang perkiraan waktu kedatangan, memastikan produk tiba dalam kondisi yang optimal. Selain itu, dukungan layanan pelanggan dari aplikasi pengiriman tersedia untuk mengatasi masalah apa pun yang mungkin timbul selama pengiriman, memastikan bahwa penulis dapat menjamin setiap pelanggan menerima produk dalam kondisi terbaik.



Gambar 3. 18 Penulis Mengawasi Pengiriman melalui Fitur Aplikasi Pengantaran *Online*

3.2.2.6 Pengendalian Kualitas

Pengendalian kualitas adalah proses yang dilakukan untuk memastikan hasil produksi atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan standar dan kriteria yang telah ditetapkan. Proses ini melibatkan berbagai kegiatan seperti pengawasan, pengujian, dan pemantauan selama tahap produksi untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan atau kesalahan. Tujuan utama dari pengendalian kualitas adalah untuk memastikan kualitas produk, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengurangi biaya yang timbul akibat produk yang rusak atau kegagalan layanan.

Pemeriksaan kualitas juga termasuk dalam proses operasional bisnis, dengan melakukan pemeriksaan secara rutin untuk pemakaian bahan baku, produk setengah jadi, dan juga produk jadi agar dapat memastikan semua produk memenuhi standar kualitas. Tujuan dari pengendalian kualitas bahan produksi akan membantu mengurangi dampak negatif yang diberikan oleh pembeli. Penulis melakukan pemeriksaan terhadap kualitas dari bahan produksi, mulai dari memeriksa tanggal expired bahan yang digunakan, menyimpan produk dengan standar penyimpanan yang benar, dan juga membantu memberikan info bahan-bahan yang akan digunakan untuk pembuatan produk selanjutnya.

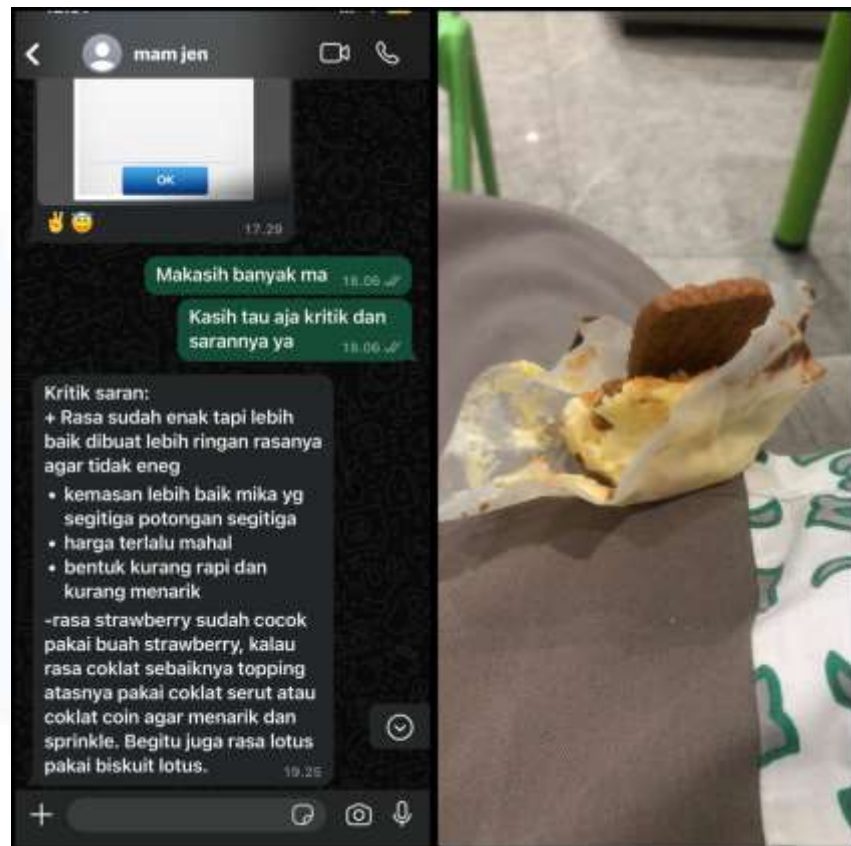




Gambar 3. 19 Penulis Mengecek Tanggal Expired pada Bahan Baku

Sebagai *Chief Operating Officer* atau COO, penulis melakukan pengendalian kualitas untuk mengurangi dampak negatif tersebut, karena penulis juga harus menangani keluhan-keluhan yang diberikan oleh pelanggan. Banyak nya masukan, kritik, dan saran pelanggan akan memberikan suatu kesan baik maupun buruk pada suatu produk yang dihasilkan, sehingga penulis memiliki tanggung jawab untuk membantu mendengar, dan menampung beberapa keluhan atau kritik maupun saran dari pelanggan secara cepat dan tanggap. Dengan begitu penulis dapat meninjau keluhan yang disampaikan oleh pelanggan untuk memperbaiki kualitas produk, seperti memperbaiki rasa hingga kemasan.

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 20 Penulis Merespons Kritik dan Saran dari Pembeli

Dari gambar 3. 19, merupakan contoh kritik dan saran dari konsumen terhadap produk, kritik dan saran yang mencakup rasa, kemasan, hingga harga. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk, mulai dari rasa, hingga kemasan produk, sehingga tidak terjadi kecacatan produk seperti gambar di atas di masa yang akan datang.



Gambar 3. 21 Penulis Merespon Kritik terkait Kemasan dari Pembeli

3.2.2.7 Pemeliharaan Operasional

Pemeliharaan operasional mencakup berbagai tugas yang bertujuan untuk melestarikan dan menjaga integritas fisik aset perusahaan,

memastikan aset tersebut secara konsisten berada dalam kondisi siap pakai dan tersedia untuk digunakan dalam operasi produksi. Hal ini mencakup pemeriksaan rutin, perbaikan, dan kegiatan pemeliharaan yang dirancang untuk mencegah kerusakan, memperpanjang masa pakai aset, meningkatkan efisiensi operasional, dan memaksimalkan efektivitas. Selain itu, upaya pemeliharaan memprioritaskan penciptaan lingkungan kerja yang aman bagi karyawan, mengurangi risiko kecelakaan atau kegagalan peralatan yang dapat mengganggu proses produksi. Dengan melakukan pemeliharaan aset secara rutin, perusahaan dapat meminimalkan biaya perawatan, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, dan pada akhirnya meningkatkan produktivitas dan profitabilitas secara keseluruhan.

Pemeliharaan dalam operasional bisnis mengacu kepada serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk menjaga aset fisik dari sebuah organisasi, seperti mesin produksi, peralatan, bangunan, dan juga infrastruktur agar tetap dalam kondisi baik dan bekerja secara optimal. Tujuan dari pemeliharaan alat-alat produksi adalah memperpanjang umur dari aset fisik, meningkatkan performa kerja alat-alat, dan meminimalkan biaya pengoperasian. Pemeliharaan dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu (Aliyah, 2019):

1. *Breakdown Maintenance*

Breakdown Maintenance merupakan pemeliharaan yang dilakukan pada saat terjadi kerusakan terhadap mesin atau peralatan yang mengakibatkan mesin tidak dapat berfungsi secara optimal atau mesin berhenti beroperasi dalam kondisi yang tidak terduga.

2. *Preventive Maintenance*

Pemeliharaan Preventif atau *Preventive Maintenance* merupakan pemeliharaan yang dilakukan secara bertahap untuk mengurangi dampak kerusakan atau kegagalan aset fisik sebelum terjadi.

3. *Corrective Maintenance*

Pemeliharaan Korektif atau *Corrective Maintenance* merupakan pemeliharaan yang dilakukan agar dapat memperbaiki kerusakan atau kegagalan aset fisik yang sudah terjadi.

Sebagai *Chief Operating Officer* atau COO penulis melakukan Preventive Maintenance, hal ini bertujuan untuk mencegah kerusakan pada alat - alat selama proses produksi berlangsung. Penulis memastikan bahwa semua peralatan kerja yang akan digunakan dalam sistem produksi produk yang akan dihasilkan sudah terjamin dan siap untuk digunakan, secara gambaran besarnya penulis harus mempersiapkan barang yang akan dipakai dengan melihat ke higienisan, dan siap untuk dipakai. Sebagaimana penulis juga bertanggung jawab untuk melakukan pemeliharaan seperti membersihkan peralatan, dan tempat kerja setelah melakukan produksi, dengan cara memastikan semua peralatan yang telah digunakan dibersihkan secara teratur untuk memastikan barang dan tempat yang akan dipakai bersih dan sanitasi. Alat-alat dan tempat produksi yang telah digunakan telah dipastikan siap untuk pembuatan produk selanjutnya dan terhindar dari debu dan kotoran yang ada, tidak hanya itu penulis bertanggung jawab untuk melakukan pemeliharaan alat-alat yang digunakan. Peralatan yang digunakan harus melewati tahapan pengecekan secara berkala, penulis melakukan pengecekan kinerja dari alat-alat yang dipakai tetap bekerja secara optimal.



Gambar 3. 22 Penulis Mempersiapkan Alat - Alat dengan Melihat Kehigienisan, dan Siap untuk Dipakai

Penulis melakukan berbagai upaya dalam melakukan pemeliharaan alat dan tempat produksi agar kerja tetap terjaga, salah satunya dengan melakukan pembersihan alat-alat yang telah digunakan seperti mencuci dan juga menaruh di tempat yang steril. Penulis juga selalu memastikan alat-alat yang digunakan untuk memproduksi barang masih bekerja dengan baik, penulis memastikan oven, *mixer*, timbangan, cetakan yang akan digunakan bebas dari kecacatan, dan siap untuk digunakan. Sebagai contoh, penulis melakukan pengecekan dengan memanaskan oven tersebut di suhu yang optimal, untuk memastikan oven berfungsi dengan baik maka oven siap untuk digunakan. Penulis juga memastikan cetakan yang digunakan untuk

proses produksi tidak memiliki kecacatan, seperti berlubang, kotor, dan tidak tahan panas. Selain itu, Penulis melakukan pengecekan terhadap timbangan digital, dan *mixer* untuk memastikan alat - alat tersebut masih bisa digunakan.



Gambar 3. 23 Penulis Memastikan Alat yang Digunakan Masih Bisa Beroperasi

Penulis menggunakan rumah tempat tinggal sebagai tempat produksi, dengan memanfaatkan rumah tempat tinggal akan membantu keberlangsungan produksi yang sedang maupun sudah dilakukan. Keputusan yang diambil oleh penulis adalah menggunakan tempat tinggal dari tim yang memberikan fasilitas tempat tinggal yang tidak digunakan untuk menjadi rumah produksi. Kebersihan dan juga ke higienisan sudah menjadi faktor utama dalam pelaksanaan kerja, melakukan pembersihan rutin, dan juga menjaga alat-alat kebersihan dengan air bersih.

3.2.2.8 Analisis Data Penjualan

Analisis data penjualan memiliki peranan penting dalam operasi bisnis dengan memberikan informasi mendalam mengenai kinerja pasar, preferensi pelanggan, dan tren penjualan. Dengan menganalisis data penjualan secara menyeluruh, bisnis dapat mengidentifikasi produk yang

paling laris dan kurang diminati, sehingga mendapatkan pemahaman yang jelas tentang pola pembelian pelanggan. Informasi ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam mengembangkan produk, mengatur strategi pemasaran, dan menetapkan harga yang kompetitif.

Penulis menganalisis data penjualan dengan mencatat semua pesanan yang masuk secara sistematis, sehingga dapat mengidentifikasi produk yang paling laris dan produk yang kurang diminati. Setiap transaksi dicatat dengan rinci, termasuk jenis produk, kuantitas, dan waktu pemesanan. Dengan data ini, penulis dapat memetakan penjualan untuk setiap produk, dengan menyoroti produk-produk yang banyak diminati dan yang kurang diminati.

Produk terlaris memperoleh fokus khusus, dengan memastikan ketersediaan stok yang cukup dan berpotensi menyesuaikan strategi pemasaran untuk memaksimalkan penjualan. Untuk produk yang kurang diminati, penulis dapat mengevaluasi kembali faktor-faktor seperti kualitas, harga, atau promosi, dan mencari cara untuk meningkatkan daya tariknya. Hal ini mungkin melibatkan perubahan dalam strategi pemasaran atau inovasi produk untuk meningkatkan minat pelanggan. Dengan memahami data penjualan, penulis dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait pengelolaan persediaan, menghindari kelebihan atau kekurangan persediaan, dan merencanakan produksi dengan lebih efisien. Analisis data penjualan juga memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi tren musiman atau perilaku pelanggan tertentu yang dapat dimanfaatkan untuk kampanye pemasaran yang lebih efektif. Secara keseluruhan, melalui analisis data penjualan yang akurat, penulis dapat mengoptimalkan operasi bisnis, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Analisis ini membantu penulis memahami pola pembelian dan preferensi pelanggan, sehingga memungkinkan penyesuaian strategi bisnis

yang lebih efektif. Berikut langkah - langkah penulis dalam menganalisis data penjualan, sebagai berikut:

1) Penulis mencatat semua data penjualan dalam *Microsoft Excel*

PO 1					PO 3				
No	Nama Produk	Harga	Quantity	Total	No	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1	Original	Rp18.000	3	Rp54.000	1	Original	Rp18.000	2	Rp36.000
2	Lotus	Rp22.000	10	Rp220.000	2	Lotus	Rp22.000	4	Rp88.000
3	Creamy Berry	Rp22.000	9	Rp198.000	3	Creamy Berry	Rp22.000	5	Rp110.000
4	Choco Berry	Rp22.000	8	Rp176.000	4	Choco Berry	Rp22.000	3	Rp66.000
Total			30	Rp648.000	Total			14	Rp300.000

PO 2				
No	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1	Original	Rp18.000	3	Rp54.000
2	Lotus	Rp22.000	10	Rp220.000
3	Creamy Berry	Rp22.000	9	Rp198.000
4	Choco Berry	Rp22.000	2	Rp44.000
Total			24	Rp516.000

Gambar 3. 24 Penulis Mencatat Data Penjualan Pre - Order 1- 3



LAPORAN PENJUALAN SWEEVORIES - Exce

PO 4				
No	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1	Original	Rp18.000	4	Rp72.000
2	Lotus	Rp22.000	9	Rp198.000
3	Creamy Berry	Rp22.000	7	Rp154.000
4	Choco Berry	Rp22.000	8	Rp176.000
Total			28	Rp600.000
PO 5				
No	Nama Produk	Harga	Quantity	Total
1	Original	Rp18.000	3	Rp54.000
2	Lotus	Rp22.000	6	Rp132.000
3	Creamy Berry	Rp22.000	9	Rp198.000
4	Choco Berry	Rp22.000	2	Rp44.000
Total			20	Rp428.000

Gambar 3. 25 Penulis Mencatat Data Penjualan *Pre - Order* 4 - 5

Penulis mencatat semua data - data penjualan dengan rinci, termasuk jenis produk, harga produk, kuantitas, total pendapatan per produk, hingga total keseluruhan pendapatan mulai dari *pre - order* pertama, sampai *pre - order* kelima.

- 2) Penulis mengidentifikasi produk terlaris, dan produk yang kurang diminati dalam berbentuk persen dalam setiap *pre - order*

LAPORAN PENJUALAN SWEEVORIES - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Tell me what you want to do

Clipboard Font Alignment Number Conditional Formatting Table Styles

Q37

Analisis Penjualan (%)							
PO 1				PO 3			
No	Nama Produk	Quantity	Percent	No	Nama Produk	Quantity	Percent
1	Original	3	10%	1	Original	2	14%
2	Lotus	10	33%	2	Lotus	4	29%
3	Creamy Berry	9	30%	3	Creamy Berry	5	36%
4	Choco Berry	8	27%	4	Choco Berry	3	21%
Total		30	100%	Total		14	100%
PO 2				PO 4			
No	Nama Produk	Quantity	Percent	No	Nama Produk	Quantity	Percent
1	Original	3	13%	1	Original	4	14%
2	Lotus	10	42%	2	Lotus	9	32%
3	Creamy Berry	9	36%	3	Creamy Berry	7	25%
4	Choco Berry	2	8%	4	Choco Berry	8	29%
Total		24	100%	Total		28	100%

Gambar 3. 26 Penulis Melakukan Analisis Penjualan Pre - Order 1 – 4

LAPORAN PENJUALAN SWEEVORIES - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Tell me what you want to do

Clipboard Font Alignment Number Conditional Formatting Table Styles

P27

PO 3				Analisis Penjualan (%)			
No	Nama Produk	Quantity	Percent				
1	Original	2	14%				
2	Lotus	4	29%				
3	Creamy Berry	5	36%				
4	Choco Berry	3	21%				
Total		14	100%				
PO 4				PO 5			
No	Nama Produk	Quantity	Percent	No	Nama Produk	Quantity	Percent
1	Original	4	14%	1	Original	3	15%
2	Lotus	9	32%	2	Lotus	6	30%
3	Creamy Berry	7	25%	3	Creamy Berry	9	45%
4	Choco Berry	8	29%	4	Choco Berry	2	10%
Total		28	100%	Total		20	100%

Gambar 3. 27 Penulis Melakukan Analisis Penjualan Pre - Order 3 - 5

Dari gambar 3.25 dan gambar 3.26, penulis melakukan analisis produk terlaris, dan produk kurang diminati tiap *pre - order* dengan cara membagi *quantity* per jenis produk dengan total jumlah produk, dan dijadikan ke dalam bentuk persen. Perhitungan ini dilakukan tiap *pre - order*, agar penulis dan tim dapat melihat produk mana yang secara konsisten mendapatkan persentase penjualan tertinggi, dan penulis dapat mengidentifikasi jika terdapat perubahan preferensi pelanggan atau produk yang memerlukan fokus tertentu dalam tiap *pre - order*.

- 3) Setelah melakukan analisa data per *pre - order*, penulis menganalisa data penjualan secara keseluruhan

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data table:

Analisis Penjualan (%)			
PO 1 - 5			
No	Nama Produk	Quantity	Percent
1	Original	15	13%
2	Lotus	39	34%
3	Creamy Berry	39	34%
4	Choco Berry	23	20%
Total		116	100%

Gambar 3. 28 Penulis Melakukan Analisis Data Penjualan secara Keseluruhan

- Penulis menjumlahkan masing - masing jenis varian produk dari *pre order* pertama hingga *pre order* kelima dengan menggunakan rumus *excel*, yaitu =SUM.

- Penulis menjumlah keseluruhan total produk dengan semua varian rasa yaitu, Original, Lotus, Creamy Berry, Lotus, dan Choco Berry, menggunakan rumus *excel*, yaitu =SUM.
- Penulis melakukan analisis data keseluruhan penjualan dengan cara membagi total *quantity* per jenis produk dengan total keseluruhan jumlah produk, dan dijadikan ke dalam bentuk persen.

Dari hasil gambar 3.27, penulis melakukan analisis penjualan dan menyimpulkan bahwa rasa Lotus dan Creamy Berry adalah varian yang paling banyak terjual, masing-masing menyumbang 34% dari total penjualan. Kedua rasa ini menunjukkan minat pelanggan yang signifikan dan permintaan yang kuat. Diikuti oleh rasa Choco Berry dengan persentase penjualan sebesar 20%, hal ini membuat Choco Berry menjadi varian terlaris ketiga. Dengan strategi pemasaran yang tepat sasaran, varian Choco Berry memiliki potensi untuk lebih meningkatkan penjualannya. Sebaliknya, varian rasa Original adalah yang paling sedikit diminati oleh pembeli, dengan penjualan yang jauh lebih rendah daripada varian lainnya. Hal ini mengindikasikan perlunya penulis mempertimbangkan strategi untuk meningkatkan daya tarik rasa Original atau mungkin mengevaluasi kembali posisinya dalam jajaran produk.

Melalui analisis ini, penulis dapat membuat keputusan yang lebih tepat mengenai produksi, pemasaran, dan manajemen persediaan. Untuk varian terlaris seperti Lotus dan Creamy Berry, peningkatan produksi dan kampanye promosi yang lebih kuat akan diperlukan untuk memaksimalkan keuntungan. Untuk rasa Original, penulis perlu melakukan survei pelanggan untuk memahami kurangnya minat, menyesuaikan strategi pemasaran, atau berinovasi dalam produk untuk menarik lebih banyak pembeli.

Dengan memanfaatkan data penjualan yang akurat, penulis dapat mengoptimalkan strategi bisnis untuk memastikan produk yang paling

populer selalu tersedia sambil terus berupaya meningkatkan penjualan varian lain yang memiliki potensi pertumbuhan. Produk terlaris memperoleh fokus khusus, dengan memastikan ketersediaan stok yang cukup dan berpotensi menyesuaikan strategi pemasaran untuk memaksimalkan penjualan. Untuk produk yang kurang diminati, penulis dapat mengevaluasi kembali faktor-faktor seperti kualitas, harga, atau promosi, dan mencari cara untuk meningkatkan daya tariknya. Hal ini mungkin melibatkan perubahan dalam strategi pemasaran atau inovasi produk untuk meningkatkan minat pelanggan.

Selain itu, dengan memahami data penjualan, penulis dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait pengelolaan persediaan, menghindari kelebihan atau kekurangan persediaan, dan merencanakan produksi dengan lebih efisien. Analisis data penjualan juga memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi tren musiman atau perilaku pelanggan tertentu yang dapat dimanfaatkan untuk kampanye pemasaran yang lebih efektif. Secara keseluruhan, melalui analisis data penjualan yang akurat, penulis dapat mengoptimalkan operasi bisnis, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang di inkubator bisnis Skystar Ventures, penulis menghadapi berbagai kendala operasional sebagai berikut:

1. **Keterbatasan Pengalaman dan Pengetahuan dari Penulis dan Tim**

Penulis menemukan kendala selama menjalankan bisnis, yang menekankan pentingnya pengalaman dan keahlian yang dimiliki. Setiap bisnis, terutama di industri kuliner, membutuhkan pengalaman praktis untuk meningkatkan kinerja operasional. Mengandalkan pengetahuan teoritis saja tidak cukup untuk menangani atau memecahkan masalah yang muncul dalam kegiatan bisnis secara efektif.

Dalam konteks bisnis makanan penutup seperti Sweevories, pemahaman teoritis tentang resep harus dilengkapi dengan pengalaman praktis untuk mencapai keseimbangan rasa, tekstur, dan presentasi yang sesuai dengan harapan pelanggan. Sebagai contoh, menciptakan hidangan penutup yang sempurna tidak hanya melibatkan mengikuti resep, tetapi juga memahami perbedaan dari kombinasi bahan dan teknik memasak. Pengalaman membantu penulis untuk melakukan penyesuaian dengan cepat, memastikan konsistensi dan kualitas di setiap produk. Tanpa memiliki pengalaman praktik, penulis cenderung kesulitan menjalankan aspek-aspek praktis dalam membangun bisnis, mulai dari pengembangan resep hingga mengelola operasional dapur yang kompleks.

2. Penjualan yang Tidak Meningkatkan

Penjualan yang stagnan atau tidak meningkat merupakan tantangan yang signifikan bagi bisnis, yang mengindikasikan adanya masalah mendasar yang membutuhkan penanganan yang tepat. Tantangan ini dapat muncul dari berbagai faktor, termasuk strategi pemasaran yang tidak efektif, dan perubahan preferensi pelanggan. Ketika penjualan mengalami stagnasi, hal ini menandakan adanya ketidakselarasan antara bisnis dan target pasar, yang berpotensi berasal dari jangkauan pasar yang tidak efektif atau penawaran produk yang tidak sesuai.

Salah satu penyebab utama stagnasi penjualan adalah strategi pemasaran yang tidak efektif yang menyebabkan kurangnya kesadaran dari target audiens atau tidak dapat menarik perhatian audiens secara efektif. Selain itu, dalam lingkup bisnis yang terus berkembang, perubahan preferensi dan perilaku pelanggan juga dapat menyebabkan penjualan yang tidak stabil. Bisnis harus tetap selaras dengan perubahan ini dan menyesuaikan strategi bisnis agar tetap kompetitif dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

3. Sulit Mengidentifikasi Faktor - Faktor yang Mendorong Popularitas Produk

Menghadapi tantangan dalam menganalisis data penjualan memang merupakan proses yang kompleks yang membutuhkan pemahaman yang mendalam dan pendekatan yang komprehensif. Meskipun penulis telah mencatat semua data dengan akurat, namun menguraikannya untuk membuat keputusan yang strategis menjadi tantangan tersendiri. Salah satu kendala utama penulis adalah mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap popularitas produk tertentu di pasar.

Misalnya, meskipun rasa Lotus dan Creamy Berry menjadi produk terlaris, diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengungkap apa yang membuat varian ini begitu menarik bagi pelanggan. Apakah karena cita rasa yang khas, desain kemasan yang menarik, atau mungkin strategi promosi yang lebih efektif. Memahami elemen-elemen dasar ini sangat penting bagi penulis untuk menyusun strategi yang lebih sesuai dan efektif yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk-produk ini. Selain itu, dalam proses ini penulis juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kinerja penjualan, seperti tren pasar yang sedang berlangsung dan preferensi konsumen yang terus berubah.

4. Kurangnya Kontribusi dan Motivasi Tim

Penulis menemukan kendala terhadap kontribusi tim yang kurang kompak, sedangkan bisnis yang sedang bergerak memerlukan kontribusi dan kerja sama tim yang baik. Kurangnya kerja sama dan komunikasi dalam tim dapat menyebabkan berbagai masalah yang menghambat produktivitas dan efektivitas, ketika anggota tim tidak berkomunikasi dengan jelas dan terbuka, informasi penting yang ada tidak tersampaikan atau mengalami kesalahpahaman, akan berdampak pada kesalahan dan

kontribusi dalam pekerjaan. Selain itu, tanpa kerja sama yang baik, anggota tim cenderung bekerja secara terpisah dan tidak terkoordinasi, sehingga mengurangi sinergi dan efisiensi dalam menyelesaikan tugas.

Dalam kasus yang penulis alami, penulis menghadapi kendala kurangnya kontribusi dari tim, terutama terkait dengan motivasi untuk mengembangkan bisnis dan melakukan penjualan produk. Salah satu penyebab utama dari masalah ini adalah jumlah penjualan yang tidak meningkat, yang mengakibatkan menurunnya semangat dan motivasi tim.

Selain itu, kurangnya motivasi untuk mengembangkan bisnis dapat dilihat dari tidak adanya inisiatif, dan takut dalam mengambil resiko untuk berinovasi atau menciptakan strategi baru untuk meningkatkan penjualan. Saat hasil tidak memuaskan, tim merasa bahwa upaya untuk mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada tidak akan menghasilkan perbedaan yang signifikan. Akibatnya, upaya pengembangan produk terabaikan, dan bisnis kehilangan kesempatan untuk berkembang lebih jauh.

5. Keterbatasan dalam penggunaan alat-alat

Peralatan produksi yang terbatas dapat menjadi masalah utama dalam operasi bisnis. Ketika peralatan produksi tidak memadai, baik dari segi kuantitas maupun kualitas, efisiensi dan kapasitas produksi dapat menurun drastis. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam memenuhi pesanan, peningkatan biaya produksi, dan penurunan kualitas produk. Selain itu, peralatan produksi yang sudah berumur atau bermasalah dapat memicu kerusakan yang lebih sering terjadi, sehingga mengakibatkan kerugian yang besar.

Keterbatasan peralatan menyebabkan berbagai masalah dalam operasi bisnis. Ketika alat yang tersedia tidak memadai atau tidak berfungsi dengan baik, hal ini dapat mengakibatkan penurunan efisiensi dan kapasitas produksi. Akibatnya, terjadi keterlambatan dalam

pemenuhan pesanan yang dapat mengecewakan pelanggan dan merusak reputasi bisnis. Selain itu, keterbatasan peralatan seringkali menyebabkan peningkatan biaya produksi karena tingginya angka kerusakan dan kebutuhan perbaikan yang lebih sering. Produk yang dihasilkan juga dapat memiliki kualitas yang lebih rendah, yang pada akhirnya dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan mengurangi daya saing perusahaan di pasar.

Penulis menemukan kendala dalam perlengkapan alat dan bahan produksi, seperti alat yang digunakan dalam memanggang (oven) sudah memiliki umur yang sudah lumayan tua. Keterbatasan dalam alat masak dapat menghambat produksi yang cukup banyak, sehingga memiliki batasan untuk penggunaan oven dalam proses produksi. Hal tersebut menjadi salah satu kendala, karena oven yang digunakan hanya mampu menampung 15 produk mini burnt cheese cake, sedangkan dalam satu produksi biasanya Sweevories dapat memproduksi 20-30 pesanan mini burnt cheese cake. Daya tarik konsumen menjadi satu alasan utama dalam peningkatan produksi yang dihasilkan lebih banyak lagi, sehingga alasan utama penulis dan tim kesulitan dalam mencari pasar luas terjadi karena alat-alat yang terbatas.

Selain itu, penulis dan tim masih menggunakan alat-alat operasional milik keluarga seperti seperti mixer, oven, dan timbangan, sehingga dapat terjadi kemungkinan alat-alat tersebut dapat dikembalikan, dan hal ini akan menjadi salah satu penghambat proses produksi bisnis

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Keterbatasan Pengalaman dan Pengetahuan dari Penulis dan Tim

Mengatasi hambatan atau tantangan yang dihadapi selama menjalankan bisnis bukanlah hal yang biasa, terutama ketika tidak memiliki pengalaman yang cukup. Pengalaman berperan penting dalam mengarahkan operasi bisnis, terutama dalam industri kuliner yang mengutamakan pengembangan

resep dan teknik memasak. Salah satu kendala yang dihadapi penulis dan tim adalah kurangnya pengalaman dalam mengelola operasional bisnis kuliner, termasuk pengembangan resep dan prosedur memasak. Tanpa keahlian yang memadai, tantangan seperti menciptakan resep yang inovatif, memastikan konsistensi rasa, dan mengelola persediaan bahan makanan sering kali muncul.

Untuk mengatasi tantangan ini, ada beberapa strategi yang bisa dilakukan yaitu, penulis melakukan bimbingan dari orang-orang yang berpengalaman dalam membangun bisnis yang dapat memberikan panduan dan wawasan yang sangat bermanfaat. Belajar dari pengalaman para profesional berpengalaman dapat mempercepat proses belajar penulis dan membantu menghindari kesalahan yang umum terjadi. Selain itu, berpartisipasi dalam *workshop* atau kegiatan industri dapat memberikan kesempatan untuk belajar secara kolaboratif dan berbagi pengetahuan.

Selain itu, penulis dapat memanfaatkan sumber daya *online* seperti tutorial video dan forum kuliner juga dapat bermanfaat untuk pembelajaran mandiri. Dengan memanfaatkan keahlian chef terkenal dan sesama praktisi, penulis dapat meningkatkan pemahaman tentang teknik kuliner dan strategi bisnis. Selain itu, melakukan eksperimen dan uji coba untuk mengembangkan resep dapat mengasah kemampuan memasak dan kreativitas penulis.

Dengan ketekunan dan rasa ingin tahu yang tinggi, penulis dapat mengatasi kendala yang dihadapi dalam perjalanan bisnis kuliner. Dengan memanfaatkan berbagai sumber pengalaman dan pengetahuan, penulis dapat meningkatkan kemampuan, dan menghadapi tantangan dengan percaya diri, yang pada akhirnya mencapai kesuksesan dalam industri yang kompetitif ini.

2. Penjualan yang Tidak Meningkat

Untuk mengatasi tantangan penjualan yang stagnan atau tidak meningkat, bisnis harus mengambil pendekatan yang komprehensif dan sistematis untuk merancang solusi yang efektif. Langkah awal yang penting adalah melakukan penilaian menyeluruh terhadap strategi pemasaran dan penjualan yang ada. Hal ini mencakup penilaian ulang segmen pasar yang dituju dan memperbarui pendekatan pemasaran untuk menjangkau audiens yang lebih luas atau lebih spesifik. Penulis dapat memanfaatkan platform media sosial dengan membuat konten yang menarik, menggunakan iklan berbayar, berkolaborasi dengan influencer, hingga berpartisipasi dalam acara - acara festival makanan untuk meningkatkan visibilitas merek dan menarik minat calon pelanggan.

Penulis juga dapat melakukan inovasi terhadap program - program yang akan ditawarkan kepada konsumen, untuk meningkatkan kesadaran merek, seperti memberikan program *bundling*, diskon, atau promo menarik akan membantu peningkatan terhadap minat konsumen dalam membeli produk. Ketertarikan konsumen terhadap program-program yang menarik akan memberikan *brand awareness* pada produk yang akan dihasilkan, sehingga peningkatan penjualan akan lebih tinggi.

Selain itu, bisnis harus tetap dapat beradaptasi dengan perubahan lanskap preferensi dan perilaku pelanggan. Hal ini membutuhkan penyempurnaan atau penyesuaian produk secara terus-menerus untuk menyelaraskan dengan tren konsumen saat ini. Penulis dapat menggunakan berbagai teknik riset pasar dan melakukan survei pelanggan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang tren dan preferensi yang sedang berkembang, sehingga memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan penawaran secara lebih efektif.

Dalam kendala yang penulis hadapi, solusi untuk perubahan preferensi konsumen adalah meningkatkan kualitas produk, dan menciptakan inovasi pada produk makanan penutup, dengan memberikan

banyak pilihan akan membantu konsumen dalam memilih produk yang diinginkan, selain itu dengan menghadirkan produk yang berinovasi akan membantu penjualan dalam skala besar. Produk yang akan diberikan kepada konsumen harus dipastikan sudah memenuhi standar dan sudah sesuai dengan harapan konsumen. Cara ini akan memberikan dampak positif kepada konsumen, agar dapat menghindari rasa bosan terhadap varian produk yang ditawarkan.

3. Sulit Mengidentifikasi Faktor - faktor yang Mendorong Popularitas Produk

Untuk mengatasi tantangan dalam menganalisis data penjualan dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi popularitas produk, penulis dapat menerapkan beberapa solusi strategis. Penulis dapat melakukan survei pelanggan dan studi pasar secara teratur untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang preferensi konsumen dan perilaku pembelian. Dengan mengumpulkan umpan balik langsung dari pelanggan, penulis dapat secara akurat mengidentifikasi kebutuhan mereka dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Penulis dapat memanfaatkan teknologi analisis data dan perangkat lunak analitik dapat mempermudah proses pengolahan data penjualan dan mendapatkan wawasan yang lebih dalam. Dengan menggunakan metode analisis dan memprediksi, penulis dapat mengidentifikasi peluang dan tren dalam data penjualan, sehingga dapat memprediksi perilaku pembelian konsumen di masa depan dengan lebih baik.

Selain itu, melakukan segmentasi pasar dapat membantu penulis memahami kelompok konsumen yang berbeda dan menyesuaikan strategi pemasaran yang sesuai dengan setiap segmen. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi unik dari setiap segmen, penulis dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan dan menarik bagi kelompok konsumen tertentu.

Penulis juga dapat membangun kolaborasi dengan tim pemasaran dan pengembangan produk sangat penting untuk menerapkan strategi yang efektif berdasarkan temuan analisis data. Dengan bekerja sama secara kolaboratif, tim dapat mengoptimalkan upaya pemasaran, mengembangkan produk baru, atau menyempurnakan produk yang sudah ada, serta merancang promosi yang lebih berdampak untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan konsumen. Melalui pendekatan kolaboratif dan berbasis data, penulis dapat mengatasi tantangan dalam menganalisis data penjualan dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

4. Kurangnya Kontribusi dan Motivasi Tim

Kerja sama yang erat antar tim, seperti komunikasi yang lancar dan saling membantu, menghasilkan kinerja yang kuat. Dengan terbentuknya sinergi ini, berbagai kendala dapat diatasi dengan lebih efisien dan bisnis dapat mencapai tujuannya secara optimal. Masalah yang ditemukan pada tim adalah kurangnya kontribusi yang berdampak pada motivasi tim dalam menjalankan bisnis, sehingga berdampak pada pendapatan atau semangat dalam mengembangkan bisnis.

Untuk mengatasi kendala terkait kekompakan tim dan motivasi yang rendah, penulis dapat menerapkan beberapa solusi efektif. Penulis dapat memperkuat komunikasi di dalam tim dengan mengadakan pertemuan rutin untuk memastikan bahwa setiap anggota tim menerima informasi yang jelas dan tepat waktu, serta membangun budaya komunikasi yang terbuka dan transparan membantu mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan kolaborasi.

Penulis dapat meningkatkan motivasi tim melalui penerapan sistem penghargaan dan apresiasi sangatlah penting dengan memberikan penghargaan kepada anggota tim yang berkinerja baik atau memberikan kontribusi yang signifikan akan meningkatkan semangat dan komitmen mereka. Selain itu, melibatkan tim dalam keputusan penting dan memberi

mereka ruang untuk berinovasi dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab mereka terhadap pekerjaan.

Untuk mengatasi kurangnya inisiatif dan rasa takut mengambil resiko, penulis dapat menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas dan eksperimen dengan mendorong tim untuk mencoba ide-ide baru tanpa takut gagal dan memberikan dukungan yang dibutuhkan saat menghadapi tantangan akan mendorong pendekatan yang lebih berani terhadap inovasi, dan mengadakan sesi bertukar pikiran atau mengikuti pengembangan ide dapat menginspirasi tim dan menghasilkan strategi baru untuk meningkatkan penjualan.

Penulis dan tim dapat menetapkan tujuan yang jelas dan terukur serta membuat perencanaan aksi yang konkret dengan memberikan panduan yang jelas tentang apa yang harus dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Hal ini bertujuan untuk memberikan arah dan motivasi yang lebih jelas bagi tim untuk bekerja lebih keras, dengan memecah tujuan besar menjadi langkah-langkah yang lebih kecil, dan lebih mudah dicapai membantu menjaga semangat dan memberikan dorongan untuk terus mencapai tujuan.

5. Keterbatasan dalam penggunaan alat-alat

Kelengkapan alat dan bahan merupakan faktor utama dalam produksi. Ketika peralatan dan bahan yang dibutuhkan dapat tersedia, maka proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan efisien. Dengan begitu, produksi dapat berjalan dengan maksimal dan kualitas produk tetap terjaga. Sebaliknya, jika terjadi kekurangan atau ketidaklengkapan alat dan bahan, produksi dapat terhambat sehingga menyebabkan penurunan efisiensi, keterlambatan pemenuhan pesanan, dan potensi penurunan kualitas produk. Oleh karena itu, memastikan ketersediaan alat dan bahan yang memadai adalah kunci untuk menjaga kelancaran operasional dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

Untuk mengatasi keterbatasan alat dan bahan dalam sistem produksi, penulis dapat melakukan kontribusi kepada tim untuk melakukan uang kolektif dari

hasil keuntungan berjualan dan mulai mencicil alat yang digunakan tanpa harus menggunakan alat yang dibawa dari masing-masing tim. Selama mendapatkan keuntungan pihak tim melakukan kolaborasi dalam memanfaatkan beberapa anggaran untuk membeli peralatan yang dibutuhkan.

