

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Skystar Ventures sebagai penyedia program inkubator bisnis untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang ingin menjadi entrepreneurship. Dalam program ini para mahasiswa dibantu untuk mengembangkan bisnis yang mereka bentuk sendiri, dari tahap ide sampai dengan tahap mengeksekusi bisnis yang telah dibuat. Salah satu bisnis yang dikembangkan dari program ini adalah MOOFS, dimana bisnis mochi waffle yang kekinian dan inovatif yang mengusung konsep mochi setengah matang di cetak pada cetakan waffle yang menjadikan jajanan dengan tekstur chewy didalam dan crispy diluar.



Gambar 3.1.1 Logo MOCHI WAFFLE

Sumber : MOOFS,2025

MOOFS (Mochi Waffle) sendiri adalah bisnis jajanan atau makanan ringan yang menawarkan mochi dalam bentuk waffle yang menghasilkan tekstur yang chewy atau lembut di dalam dan crispy atau garing diluar yang di balut dengan berbagai macam rasa serta topping diatasnya. Berasal dari permasalahan banyaknya mahasiswa yang masih jarang menemukan jajanan unik yang harganya terjangkau pada daerah Gading Serpong, MOOFS hadir sebagai pilihan bagi para mahasiswa untuk menambah pilihan mereka dalam memilih jajanan yang unik dengan harga yang murah serta kualitas produk dengan bahan-bahan yang memiliki kualitas yang tinggi.

MOOFS sendiri memiliki empat varian rasa serta tiga varian topping untuk saat ini, yakni coklat, caramel, thirasmisu, dan biscoff serta topping oreo crumble, marshmellow, dan white tulip. pemilihan rasa serta topping di atas berdasarkan hasil survey yang telah kami sebarakan kepada teman-teman mahasiswa melalui Google Forms sebagai target utama konsumen MOOFS. Maka dari itu MOOFS selalu memberikan kualitas serta rasa yang tidak terlalu manis juga bagi para mahasiswa yang menyukai jajanan atau cemilan seperti ini, karena kebanyakan mahasiswa atau Gen Z tidak menyukai jajanan yang terlalu manis.



Gambar 3.1.2 contoh foto produk MOOFS

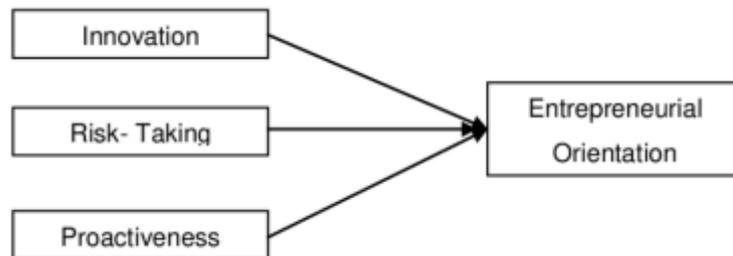
Sumber : MOOFS,2025

MOOFS mencoba menggunakan teori dari Entrepreneurial Orientation seperti Rauch et al. (2009) Dalam membuat strategi dalam proses menjual produknya dimana memilih inovasi baru dan mengambil resiko serta tindakan proaktif dalam menjalankan bisnis nya, karena menjadikan indikator dalam menjalankan bisnis yang sistematis. Teori ini mencakup tiga dimensi utama dalam berwirausaha yaitu, inovasi, pengambilan resiko, dan proaktif

Dalam penciptaannya MOOFS berniat menciptakan ide-ide baru dan kreatif dalam menentukan ide bisnisnya agar dapat bersaing dan menghasilkan kinerja yang bagus, karena dengan relevansi pasar yang terus berubah-ubah. Dengan contoh MOOFS menciptakan jajanan unik berupa mochi yang dijadikan waffle dan berhasil menghasilkan tekstur crispy diluar namu tetap chewy didalam dengan di kombinasikan dengan berbagai macam rasa serta topping diatasnya. Pengambilan resiko dibutuhkan dalam sebuah bisnis agar bisa mendapatkan keuntungan yang signifikan didalamnya, dan didalam pengambilan resikonya MOOFS melakukan tindakan untuk langsung berjualan secara offline dengan membayar sewa perbulan dari pada dibandingkan system pre-order (po) atau dari online saja. Dan hal tersebut dilakukan sebagai Langkah dalam memaksimalkan penjualan serta brand awarness kepada calon pembeli dan bisa juga menjadi cara untuk melakukan interaksi kepada customer secara langsung.

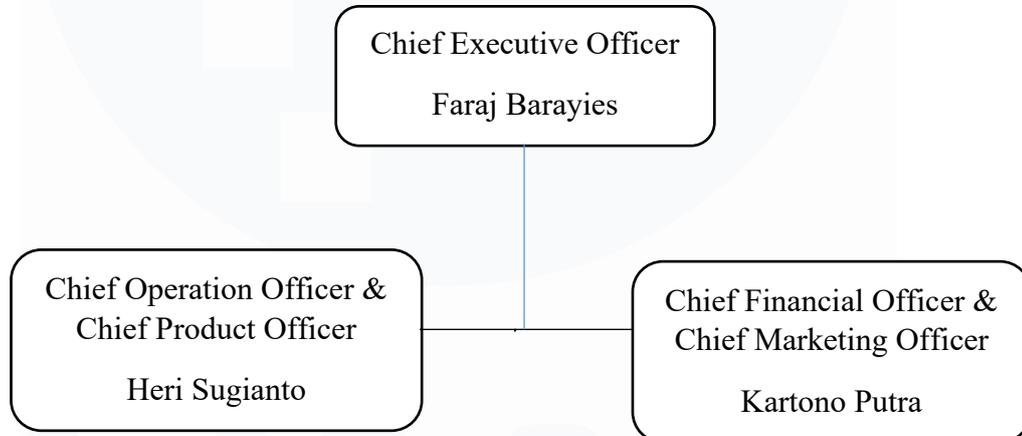
Dalam ke proaktifan dimana pelaku usaha yang sedang berupaya dalam memperoleh keuntungan dengan menjadi yang pertama atau menciptakan pasar baru, dalam mencapai target pasar yang baru dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam pasar pesaing. Dan moofs telah melakukan analisis dan riset

pasar menggunakan metode design thinking dalam mengantisipasi perubahan preferensi konsumen serta mengidentifikasi tren kuliner terbaru.



Gambar 3.1.3 Entrepreneurial Orientation (EO) Model

Dalam proses kerja magang di Skystar Ventures, penulis berkesempatan mendapatkan mentor yang professional dalam mengembangkan proyek bisnis MOOFS. Dengan bantuan Skystar Ventures proyek bisnis MOOFS diharapkan bertumbuh menjadi bisnis yang sukses dan bisa berkontribusi positif bagi pasar makanan dan industry kewirausahaan local secara keseluruhan.



Tabel 3.1.1 Struktur Team MOOFS

Pada bagian struktur tim MOOFS yang bisa dilihat pada gambar 3.4, penulis memiliki kedudukan sebagai CFO (Chief Financial Officer) dan CMO (Chief Marketing Officer) dalam melaksanakan program kerja magang. Sebagai CFO dan CMO penulis memiliki tanggung jawab dalam manajemen keuangan dan marketing dari MOOFS. Hal ini dapat terwujud dengan menerapkan fungsi teori dari manajemen keuangan yang terdiri dari pengelolaan, pengendalian, penyusunan anggaran, dan pelaporan keuangan MOOFS secara keseluruhan.

Selama menjalani proses magang di Skystar Ventures MOOFS penulis selalu berkordinasi dengan pihak Skystar Ventures selaku yang membimbing dalam program magang ini. Penulis langsung dibimbing oleh Hoky Nanda, proses pengembangan bisnis MOOFS di pantau setiap perkembangannya secara offline maupun online selama periode magang.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Tugas dalam pelaksanaan praktik kerja magang diatur dengan berkoordinasi Bersama pihak Skystar Ventures sebagai pembimbing magang. Tugas yang dikerjakan selama proses kerja magang sebagai berikut,

NO	Proyek	Keterangan
1.	Merencanakan kebutuhan modal awal untuk bisnis.	Proyeksi keuangan jangka pendek dan pajang.
2.	Survey pembelian peralatan	Melakukan survey terhadap tempat untuk membeli peralatan dimana saja.
3.	Pembuatan logo	Membuat logo yang memiliki filosofi didalamnya.

4.	Trial and error	Melakukan trial and error terhadap produk sebelum di produksi.
5.	Melakukan design banner dan menu	Melakukan desing banner dan menu untuk gerobak.
6.	Membuat tester produk	Membuat tester produk sebagai bahan evealuasi rasa dan tekstur produk.
7.	Kemasan produk	Mencari bahan kemasan produk yang ramah lingkungan.
8.	Pembuatan HPP	Melakukan pembuatan HPP agar bisa mengetahui modal dan harga jual yang dihasilkan untuk satu batch produk.
9.	Produksi Produk	Melakukan penjualan produk secara offline dan pre order.
10.	Pembuatan konten social media	Melakukan pembuatan konten social media untuk menarik perhatian pelanggan.

Tabel 3.2.1 Tugas yang dikerjakan selama proses kerja magang

#### 1. Merencanakan kebutuhan modal awal untuk bisnis.

Menurut Purba et al. (2021), dalam proses pengelolaan keuangan merupakan proses merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengontrol aktivitas keuangan, termasuk dalam pengadaan dan penggunaan dana perusahaan. Dalam melaksanakan proyek bisnis MOOFS, hal yang paling penting yang perlu dilakukan salah satunya adalah pengelolaan keuangan. Karena Ketika pengelolaan

keuangan dilakukan dengan baik, maka pastinya akan tercipta juga bisnis yang sukses. Pengelolaan keuangan dimulai dari merencanakan kebutuhan modal awal, pengeluaran operasional, dan investasi yang diperlukan dalam memulai dan mengembangkan bisnis secara efisien.

Tahapan yang penulis lakukan didalam pengelolaan kas pada tahap pertama, penulis melakukan analisis kebutuhan modal dengan merincikan pembelian peralatan, bahan baku, biaya sewa dan yang lainnya.

Nama barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah
<b>Bahan baku</b>				
Tepung Ketan	5	Kg	Rp18,000	Rp90,000
Susu Cair	8	Liter	Rp25,000	Rp200,000
Susu Kental Manis	4	1/2 Kg	Rp20,000	Rp80,000
minyak	2	Liter	Rp38,000	Rp76,000
baking powder	2	Pcs	Rp7,000	Rp14,000
vanilla	2	Pcs	Rp8,000	Rp16,000
pemakaian gas	1	tabung	Rp25,000	Rp25,000
gula	3	Kg	Rp18,000	Rp54,000
Oreo	1	Kg	Rp24,000	Rp24,000
Sprinkle	2	100 Gram	Rp10,000	Rp20,000
Marshmallow	1	200Gram	Rp36,500	Rp36,500
Coklat	1	Plastik	Rp19,000	Rp19,000
Matcha	1	Pcs	Rp55,000	Rp55,000
Tiramisu	1	Kg	Rp53,000	Rp53,000
Caramel	1	310gr	Rp27,000	Rp27,000
Biscoff	1	400gr	Rp83,000	Rp83,000
<b>Alat-alat</b>				
Kompor	1	Kompor	Rp320,000	Rp320,000
Gas	1	Tabung	Rp170,000	Rp170,000
Regulator	1	Regulator	Rp134,000	Rp134,000
Cetakan waffle	2	Teflon	Rp89,000	Rp178,000
Mangkok adonan kecil	3	pcs	Rp13,000	Rp39,000
Mangkok adonan	2	Pcs	Rp50,000	Rp100,000
Dandang	1	pcs	Rp85,000	Rp85,000

Mangkok stainless	2	Pcs	Rp69,000	Rp138,000
Kuas	2	Pcs	Rp4,000	Rp8,000
Spatula	2	Pcs	Rp30,000	Rp60,000
Mixer	1	pcs	Rp15,000	Rp15,000
Timbangan	1	Pcs	Rp20,000	Rp20,000
Rollan	1	Pcs	Rp20,000	Rp20,000
Talenan	1	Pcs	Rp75,000	Rp75,000
Sarung Tangan	1	Pack	Rp2,000	Rp2,000
Micro Fiber	2	pcs	Rp6,000	Rp12,000
Botol Untuk Rasa	5	pcs	Rp12,000	Rp60,000
Wadah Takaran	1	pcs	Rp32,000	Rp32,000
packaging	30	pcs	Rp500	Rp15,000
plastik	1	1/2 Kg	Rp18,000	Rp18,000
sticker logo	5	lembar	Rp9,000	Rp45,000
Wadah Adonan 1/2 Jadi	2	Pcs	Rp40,000	Rp80,000
Pisau Bergerigi	2	Pcs	Rp50,000	Rp100,000
alat makan	50	pcs	Rp450	Rp22,500
Wadah Topping	3	Pcs	Rp9,000	Rp27,000
Biaya sewa tempat	Rp. 2,000,000			
Total	Rp4,648,000			

Gambar 3.2.1 perencanaan keuangan investasi awal

Sumber : RAB MOFFS,2025

## 2. Survey pembelian peralatan

Dalam memilih tempat pembelian peralatan penulis memilih untuk membeli peralatan di S5000 Gading Serpong. Dikarenakan tempat tersebut memiliki banyak sekali keperluan yang diperlukan tim untuk membeli peralatan yang dibutuhkan, dan yang paling penting tempat tersebut memiliki harga yang

relative murah di bandingkan tempat yang lainnya dalam membeli semua perlengkapan yang dibutuhkan.



Gambat 3.2.2 Tempat pembelian perlengkapan kelompok MOOFS

Sumber : Google.com

### 3. Pembuatan logo

Dalam proses pembuatan logo penulis mengalami satu kali perubahan logo karena dalam prosesnya penulis membuat logo yang sulit untuk di ingat dan menurut pembimbing terlihat terlalu rumit



Gambar 3.2.3 Logo MOOFS yang pertama

Sumber : MOOFS,2025

Logo pada gambar 3.7 adalah logo MOOFS yang pertama lalu penulis merubah logo menjadi lebih simple dan lebih mudah untuk di ingat oleh para customer seperti logo di bawah ini.



### Gambar 3.2.4 Logo MOOFS yang baru

Sumber : MOOFS,2025

Dengan logo MOOFS yang baru pada gambar 3.8 memiliki design yang lebih simple dan mudah untuk di ingat oleh para customer dan lebih menunjukkan identitas dari si mochi waffle tersebut. Dengan memiliki filosofi di dalam logo tersebut. Dari yang bisa dilihat elemen yang ada pada dalam logo berbentuk waffle maker dan menampilkan mochi waffle di dalamnya, melambangkan bahwa MOOFS menunjukkan apa yang sedang ditawarkan oleh brand. Warna oranye pada logo melambangkan kelezatan, semangat, dan energi positif. Warna ini membangkitkan selera dan menyiratkan rasa yang beragam, dan warna abu-abu sendiri memberikan kesan professional, modern, dan kuat. Bentuk-bentuk lingkaran sendiri melambangkan kesempurnaan, kehangatan, kebersamaan, dan keterbukaan yang mau merangkul semua kalangan dengan produk MOOFS. Ornamen dekoratif di sebelah kiri dan kanan memberikan setuhan klasik dan elegan sesuai dengan filosofi jepang tentang keindahan dalam kesederhanaan. Dan nama MOOFS serta mochi waffle sebagai pesan terhadap customer atau sebagai brand awareness, bahwa MOOFS merupakan makanan mochi waffle.

#### 4. Trial and Error

Pada bagian trial and error penulis melakukan uji coba produk berulang kali untuk membuat resep yang fix dari mochi waffle tersebut. Penulis dan tim mengalami kegagalan beberapa kali dikarenakan cetakan mochi waffle tim MOOFS yang pertama menggunakan kompor yang berbahan Teflon. Kegagalan tersebut dikarenakan cetakan yang mudah panas karena api kompor yang terlalu cepat panas dan panasnya tidak merata. Menghasilkan mochi waffle yang keras dan selalu hampir gosong serta ukuran mochi waffle yang kecil, Dari kasus tersebut kami mengganti cetakan waffle kami menggunakan cetakan waffle Listrik yang dimana saat kami menggunakan cetakan Listrik

tersebut menghasilkan mochi yang matang sempurna dan tidak lengket pada cetakan tersebut.



Gambar 3.8 cetakan mochi waffle dan Mochi Waffle saat trial and error

Sumber : MOOFS,2025

#### 5. Design banner dan menu

Untuk membuka booth yang berada di pasar 8 Alam Sutera di perlukan banner serta menu untuk di tempelkan pada gerobak MOOFS. Untuk itu tim MOOFS melakukan design untuk membuat banner serta menu agar para pelanggan bisa mengetahui bahwa produk MOOFS ada di pasar 8 ketika melewati booth. Telah dibuat dua design banner yang berbeda untuk diletakan dibawah serta diatas gerobak. Setelah design banner dilanjutkan dengan membuat design menu agar para pembeli bisa dengan mudah melihat menu yang kami sediakan Ketika sedang berjualan pada Pasar 8.



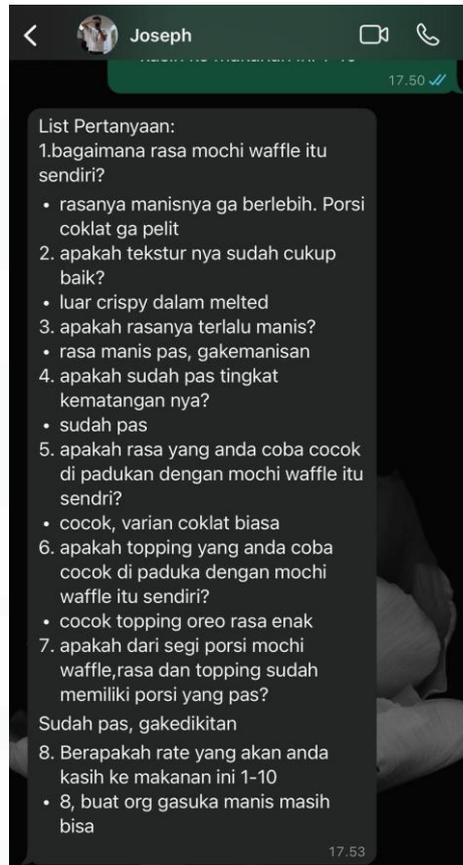
Gambar 3.2.6 Design Menu, Banner atas, dan banner bawah

Sumber : MOOFS 2025

## 6. Membuat tester produk MOOFS

Team MOOFS membuat tester atau sampling produk mochi waffle untuk di bagikan kepada orang-orang terdekat untuk mencoba rasa dari mochi waffle itu sendiri. Agar jika terjadi kekurangan yang terdapat pada mochi waffle tersebut dapat diperbaiki sebelum dijual kepada para pelanggan. Kami membagikan sekitar sepuluh sampai lima belas sample

kepada teman-teman kami dan mendapatkan respon positif dari pembagian sample tersebut, dimana semua berkomentar sudah baik dari rasa serta topping yang diberikan



Gambar 3.2.7 Contoh Testimoni terhadap produk MOOF

Sumber : MOOFS,2025

## 7. Kemasan produk

Pada pemilihan kemasan produk MOOFS memilih untuk memakai kemasan craft agar ramah lingkungan dan mudah untuk dihancurkan. Selain team MOOFS mementingkan kemasan yang ramah lingkungan alasan lain

menggunakan kemasan tersebut adalah kemasan tersebut terkesan simple dan bisa dengan mudah di tempel dengan logo kami dimana logo tersebut di tempelkan pada atas tutup kemasan tersebut. Dan bisa dibilang harga yang termasuk murah untuk kemasan yang sudah proper dan bisa dibawa kemana-mana dengan mudah.



Gambar 3.2.8 Contoh kotak craft MOOFS

Sumber : MOOFS,2025 / Google.com

## 8. Pembuatan HPP

Team MOOFS melakukan pembuatan HPP dengan tujuan bisa menetapkan harga jual dari produk dengan harga yang kompetitif tetapi tetap menguntungkan bagi MOOFS. Setelah itu team MOOFS juga dapat mengetahui margin keuntungan dari setiap produk mochi waffle yang terjual, dapat mengendalikan atau memantau biaya bahan baku, kemasan, tenaga kerja, dan yang lainnya. Dari HPP yang telah didapatkan

MOOFS, team bisa menentukan seberapa besar diskon yang bisa diberikan tanpa ada kerugian. HPP juga berfungsi sebagai evaluasi kerja Ketika ada peningkatan HPP, MOOFS bisa langsung mengidentifikasi penyebabnya.

Harga Per Satuan	Harga Yang Dibutuhkan
22/gram	Rp 1.650,00
23/ml	Rp 4.025,00
35/gr	Rp 1.400,00
158/ml	Rp 52,67
19/ml	Rp 95,00
17,5/gr	Rp 35,00
191/gr	Rp 63,67
50/gr	Rp 750,00
36/gr	Rp 540,00
80/gr	Rp 1.200,00
202/gr	Rp 2.020,00
88 /gr	Rp 880,00
24/gr	Rp 240,00
100/gr	Rp 200,00
7/gr	Rp 238,00
1,444/Kwh	Rp 144,40
Total HPP Bahan Baku Per Batch	Rp 13.533,73
Biaya Tenaga Kerja Per Batch	Rp 4.166,00
Total HPP Per Box	Rp 4.511,24
Harga Jual Per Box	Rp 20.000,00
Margin Per Box	Rp 11.322,76

Note: Per Batch Jadi 3 Box, Per Batch memakan waktu 30 menit Gaji Pegawai: 50.000/hari  
1 Hari = 6 Jam Kerja  
Gaji Per Jam = 8.333  
Gaji Per Batch = 4.166

#### ANALISIS HPP PER BATCH

Nama Bahan	Harga	Satuan	Yang Dibutuhkan	Banyak Nya Pakai
Tepung ketan	Rp 11.000,00	500 Gr	75 Gr	6 kali
Susu cair	Rp 23.000,00	1 Liter	175 Ml	5,5 kali
Susu kental Manis	Rp 19.200,00	545 Gr	40 Gr	13,5 kali
Vanila	Rp 9.500,00	60 Ml	0,3 Ml	200 kali
Minyak	Rp 38.000,00	2 liter	5 Ml	200 kali
Gula	Rp 17.500,00	1 Kg	2 Gr	500 kali
Baking Powder	Rp 8.600,00	45 Gr	0,3 Gr	90 kali
Coklat	Rp 50.000,00	1 Kg	15 Gr	50 kali
Tiramisu	Rp 36.000,00	1 Kg	15 Gr	66,5 Kali
Caramel	Rp 25.000,00	310 gr	15 Gr	20,5 kali
Biscoff	Rp 77.000,00	380 Gr	10 Gr	38 kali
White Tulip	Rp 22.000,00	250 Gr	10 Gr	25 kali
Oreo Crumble	Rp 24.000,00	1 Kg	10 Gr	100 kali
Sprinkle	Rp 10.000,00	100 gr	2 Gr	10 kali
Gas	Rp 22.000,00	3 Kg	34 gram	88 kali
Listrik	Rp 1.444,00	Kwh	0,1 Kwh	10 kali

### Gambar 3.2.9 HPP MOOFS

Sumber : HPP MOOFS,2025

#### 9. Produksi produk

Kami melakukan penjualan produk MOOFS yaitu mochi waffle pada pasar 8 Alam Sutera. Dimana kami menyewa tempat atau booth selama proses kerja magang, kami melakukan pembuatan atau produksi produk mochi waffle. Kami memiliki beberapa rasa seperti : Cokelat, Caramel, Tiramisu, dan Biscoff, serta topping : Oreo Crumble, Marshmellow, dan White Tulip.



Gambar 3.2.10 Porduk Mochi waffle Tiramisu Marshmellow

Sumber : MOOFS,2025

Gambar diatas merupakan produk MOOFS dengan rasa tiramisu disertai topping marshmellow. Rasa ini banyak di minati oleh para pelanggan MOOFS di padukan dengan marshmellow yang ditaburkan diatasnya yang memiliki efek meleleh akibat dari panasnya mochi menambahkan rasa yang unik dan enak dan semakin diminati oleh pelanggan.



Gambar 3.2.11 Produk mochi waffle Tiramisu oreo crumb

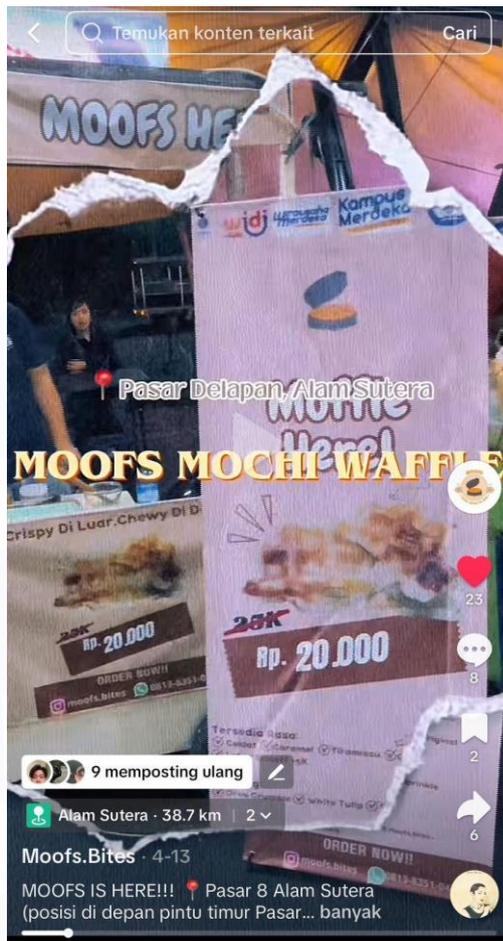
Sumber : MOOFS,2025

Gambar diatas juga merupakan salah satu best seller dari MOOFS yaitu tiramisu oreo crumble dimana salah satu best seller dari produk MOOFS yang diminati pelanggan perpaduan dari tiramisu yang ditaburi oreo diatasnya dan menghasilkan kombinasi rasa yang pas sebagai topping dari mochi waffle.

#### 10. Pembuatan konten social media

MOOFS memiliki dua platform social media yaitu Instagram dan Tiktok. Dimana social media menjadikan tempat promosi secara digital agar dapat menarik lebih banyak pelanggan, dengan menambahkan konten-konten menarik dan foto serta memberikan testimonial pada social media seperti Instagram dapat meningkatkan brand awareness bagi para pelanggan. MOOFS membuat konten yang menarik bagi para pelanggannya dan memberikan konten informatif mengenai produk yang diberikan. Kami juga melakukan endorse terhadap influencer melalui instastory, pada saat kami sedang berjualan di pasar 8 Alam Sutera





Gambar 3.16 konten Tiktok MOOFS

Sumber : Tiktok moofs.bites

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Pelaksanaan kerja magang yang membangun proyek bisnis MOOFS merupakan salah satu kesempatan yang bagus bagi penulis dalam mengembangkan pengetahuan dan wawasan dalam menjadi seorang entrepreneurship. Akan tetapi dalam proses nya tidak luput dari kendala, penulis memiliki beberapa kendala dalam proses mengembangkan proyek bisnis MOOFS, seperti :

#### 1. Keterbatasan modal

Sebagai mahasiswa, penulis beserta para founder MOOFS yang lainnya tidak memiliki banyak modal dalam membangun dan mengembangkan bisnis dari MOOFS. Hal ini sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis dalam meningkatkan produk yang sudah ada, dimana inovasi produk yang lambat dapat menyebabkan bisnis yang kita bangun menjadi tertinggal dibandingkan dengan competitor yang mempunyai sumber daya yang lebih.

Keterbatasan modal juga menyebabkan penghambatan bagi jalannya bisnis dalam menutupi biaya oprasional setiap harinya, dan hal tersebut dapat menjadikan resiko keuangan didalam bisnis. Jika terjadi kenaikan biaya yang tidak terduga dan penurunan penjualan penulis dan team tidak memiliki Cadangan keuangan untuk menutupi masalah tersebut. Ditambah dengan keterbatasannya modal MOOFS menjadi sulit dalam melaksanakan promosi dan pemasaran, dan hal tersebut mengakibatkan mengurangi penglihatan pasar terhadap produk MOOFS dan membatasi untuk menarik pelanggan yang baru.

#### 2. Keterbatasan pengalaman dalam membangun bisnis

Team MOOFS masih memiliki kekeurangan dalam membangun bisnis dikarenakan masih memiliki pengetahuan yang

minim dalam menjalankan bisnis secara praktik khususnya dalam pemasaran dan juga oprasional, dalam hal ini penulis kurang memiliki pengalaman dalam melakukan budgeting, forecasting, dan cash flow management yang benar. Dengan kurangnya pengalaman penulis dan team MOOFS kesulitan dalam mengambil Keputusan yang tepat dan hal tersebut mengakibatkan bisa salah dalam mengambil Keputusan khususnya dalam manajaemn keuangan.

### 3. Penjualan produk yang cendrung konstan

Penulis menyadari bahwa MOOFS mengalami masalah pada penjualan, yang dimana seringkali penjualan hanya berkisar di angka 7-12 orderan perhari Ketika melakukan penjualan pada pasar 8 Alam Sutera atau saat berjualan secara pre order (PO). Hal tersebut bisa dibilang baik, akan tetapi penjualan seperti itu mengartikan bahwa bisnis tidak mengalami perkembangan.

Penulis juga merasa bisnis memiliki ketergantungan dengan pelanggan yang sudah ada. Dengan ketergantungan tersebut tentunya menjadi hambatan bagi MOOFS jika terjadi perubahan preferensi dari kebutuhan pelanggan tersebut, dan bisa menyebabkan penurunan yang terjadi dialam bisnis.

### 4. Kesulitan dalam Menyusun dan mengelola anggaran

pada kenyataannya penulis sering kali mengalami kesulitan dalam membuat anggaran yang realistis dan mengelola pengeluaran sesuai dengan anggaran yang ada. Ketika anggaran tersebut tidak dapat dikelola dengan baik dapat menyebabkan pengambilan

Keputusan yang buruk dan dapat membuat pembengkakan dana. Dan jika pengeluaran yang tidak terkendali maka keuntungan yang tidak sesuai bisa menyebabkan dampak negative pada finansial dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

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

- Keterbatasan modal

Walaupun Team MOOFS memiliki keterbatasan dari sisi modal, team mengatasi dengan menggunakan model bootstrapping, yang dimana menggunakan dana sendiri dan meminimalisir pengeluaran di awal. Dengan cara tersebut dari modal awal yang kami miliki dari keuntungan selama proses demo day pada saat WMK dan di tambahkan dengan modal dari masing-masing founder dapat menghasilkan modal yang cukup untuk membuka booth offline di pasar 8 Alam Sutera dan membeli semua kebutuhan untuk berjualan.

- Keterbatasan dalam pengetahuan dan pengalaman dalam membangun bisnis

Dalam mengatasi kendala ini penulis berusaha untuk memperdalam ilmu dalam bisnisnya, menambah wawasan, serta kemampuannya dengan dibantu mentor professional yang telah disediakan oleh pihak Skystar Ventures di setiap minggunya dalam meningkatkan wawasan serta pengetahuan penulis dalam berwirausaha, sehingga kami menjadi lebih paham dalam mengambil keputusan ketika menjalani bisnis.

- Penjualan produk cenderung konstan

Ada dua cara yang di solusikan oleh mentor kepada tim dari penjualan yang konstan. Yang pertama mentor memberikan kepada tim Solusi dimana menurunkan harga jual MOOFS karena ketika dilihat dari HPP masih bisa untuk menurunkan harga jual MOOFS yang dari Rp. 20.000 menjadi di harga Rp. 15.000 – 18.000, dimana hal tersebut merupakan strategi yang bagus untuk di jalankan oleh tim.

Yang kedua tim diberikan Solusi promosi seperti beli satu gratis satu. Dimana Solusi tersebut dijadikan opsi kedua karena mengingat HPP kami masih sangat memungkinkan untuk menggunakan promosi yang pertama tim lebih memilih untuk menggunakan Solusi yang pertama terlebih dahulu. Dan disamping dua Solusi tersebut tim juga menyediakan Solusi seperti memberikan sample mochi waffle gratis kepada setiap orang yang lewat di depan booth kami. Akan tetapi sample yang kami berikan ukuran mochinya jauh lebih kecil dan tujuannya dari pemberian sample tersebut adalah agar menarik perhatian orang-orang yang lewat di depan booth MOOFS.

- Kesulitan dalam Menyusun dan mengelola anggaran

Dalam menghadapi kendala Menyusun dan mengelola anggaran dengan akurat, penulis melakukan perbaikan dalam pembuatan anggaran dengan menentukan harga yang akurat dan realistis. Dengan memepertimbangkan semua aspek pendapatan dan juga pengeluaran, dimana anggaran tersebut telah mencakup anggaran pengeluaran tidak terduga. Dan setelah melakukan hal tersebut penulis juga melakukan pengecekan secara berkala agar

dapat meamastikan pengeluaran berjalan sesuai rencana dan bisa dilakukannya penyesuaian ketika diperlukan.