

BAB III

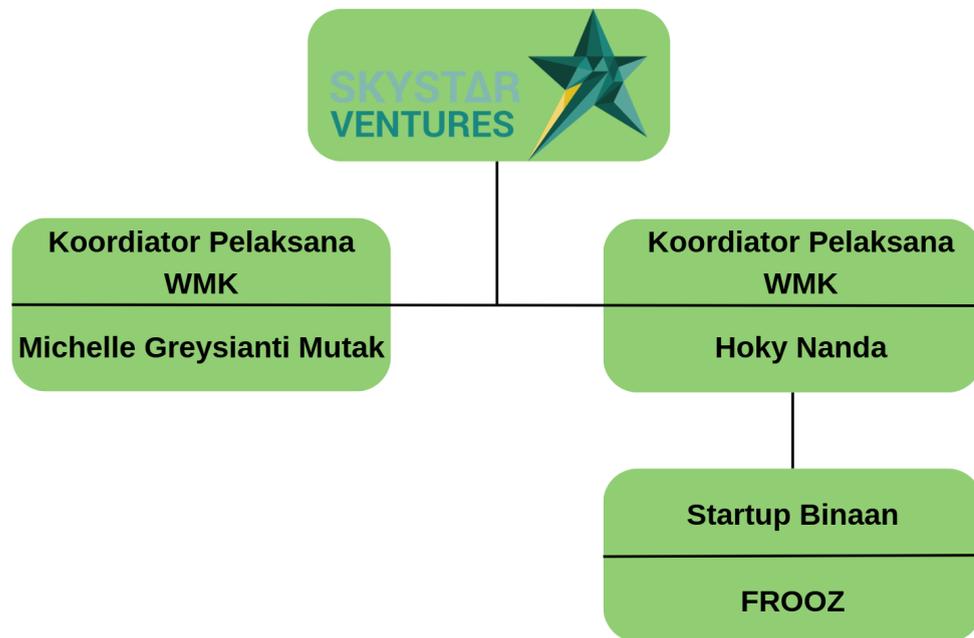
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama pelaksanaan kerja magang di Frooz, penulis berada langsung di bawah pengawasan Skystar Ventures selaku koordinator pelaksana program. Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis resmi yang menaungi kegiatan kewirausahaan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Skystar Ventures berperan sebagai koordinator pelaksana, yang tidak hanya menyediakan fasilitas dan sarana, tetapi juga memberikan pendampingan kepada peserta magang dalam proses menjalankan bisnis.

Selama pelaksanaan magang, penulis mendapatkan bimbingan dari Bapak Hoky Nanda selaku *Program Officer* dari Skystar Ventures yang bertindak sebagai *supervisor*. Bimbingan bersama Bapak Hoky Nanda dilaksanakan secara *offline* di Gedung Skystar Ventures lantai 11, Universitas Multimedia Nusantara, serta secara *online* melalui platform zoom meeting. Dalam sesi bimbingan ini, penulis beserta tim menerima arahan mengenai perencanaan kegiatan, pemantauan perkembangan bisnis, serta evaluasi terhadap hasil yang telah dicapai.

Selain bimbingan dari *supervisor*, penulis juga memperoleh pendampingan dari Bapak Andrew Henderson sebagai *dedicated mentor* yang ditugaskan untuk membimbing tim Frooz. Bimbingan bersama Bapak Andrew dilakukan secara *online* dan membahas mengenai pengembangan bisnis, strategi pemasaran, dan beberapa masukan lainnya. Masukan dan arahan yang diberikan sangat membantu penulis dan tim dalam menyusun strategi bisnis untuk kedepannya agar lebih efektif. Pada gambar 3.1 merupakan struktur koordinasi praktik kerja magang.



Gambar 3. 1 Struktur Koordinasi Praktik Kerja Magang

Sumber: Frooz (2025)

Selama pelaksanaan kerja magang di Frooz, penulis bertugas sebagai *Chief Financial Officer* di Frooz. Penulis bertanggung jawab dalam mengelola keuangan dalam Frooz. Sebagai *Chief Financial Officer* tugas utama yang perlu dimiliki adalah mengelola segala aspek keuangan dalam perusahaan. Penulis sebagai CFO harus memahami laporan keuangan seperti membuat laporan pengeluaran, menyusun laporan penjualan, membuat laporan laba rugi, membuat catatan aset yang dimiliki, dan laporan terkait aspek keuangan lainnya. Dalam pelaksanaan tugasnya, penulis juga melakukan koordinasi secara aktif dengan anggota tim lainnya agar terbentuk kerjasama dalam pengambilan keputusan serta kelancaran operasional bisnis. Berikut merupakan koordinasi yang dilakukan CFO terhadap anggota tim:

1. CEO (*Chief Executive Officer*):

- Menyampaikan laporan keuangan dengan akurat dan transparan kepada CEO.

- Berdiskusi secara berkala dengan CEO mengenai strategi dan perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.

2. COO (*Chief Operation Officer*)

- Melakukan koordinasi terkait harga bahan baku dan pemasok untuk kegiatan penjualan.
- Berkomunikasi mengenai ketersediaan stok serta kebutuhan bahan untuk menjaga kelancaran produksi.

3. CMO (*Chief Marketing Officer*)

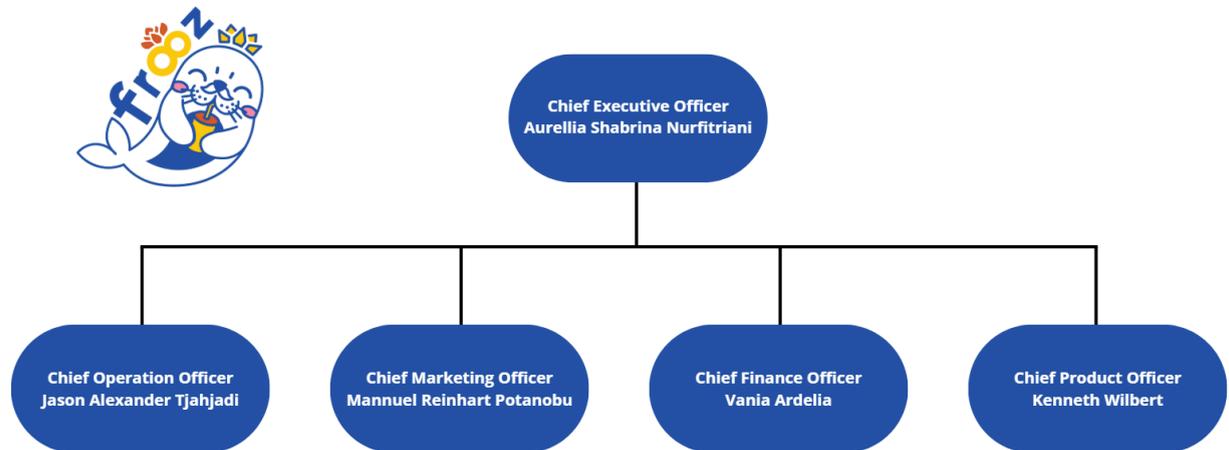
- Berkoordinasi dalam menyusun anggaran untuk kebutuhan pemasaran, khususnya dalam pembuatan konten media sosial untuk menarik minat calon konsumen.
- Terlibat dalam memikirkan ide dan konsep pembuatan konten pemasaran.

4. CPO (*Chief Product Officer*)

- Memastikan ketersediaan stok dan bahan baku untuk proses produksi.
- Membantu dalam kegiatan produksi minuman smoothies secara langsung pada saat melakukan penjualan.

Dengan adanya koordinasi yang efektif antara penulis sebagai *Chief Finance Officer* dan anggota tim lainnya, operasional bisnis Frooz dapat berjalan dengan lebih lancar dan efisien. Setiap keputusan yang diambil selalu mempertimbangkan aspek keuangan, sehingga keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis tetap terjaga. CFO berperan penting dalam mendukung strategi bisnis melalui pengelolaan anggaran dan pengawasan keuangan yang baik. Kerja sama yang baik antar anggota tim menjadi salah satu kunci keberhasilan Frooz dalam

mengembangkan bisnis serta meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Pada gambar 3.2 menunjukkan struktur organisasi dari bisnis Frooz.



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Frooz

Sumber: Frooz (2025)

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang di bisnis Frooz, penulis sebagai seorang *Chief Financial Officer* bertanggung jawab terhadap segala aspek yang berhubungan dengan keuangan. Pelaksanaan kerja magang dilakukan agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan berkembang. Pada tabel 3.1 dijelaskan semua tugas yang dijalankan oleh CFO bisnis Frooz.

Tabel 3. 1 Tugas yang Dilaksanakan Selama Kerja Magang

Sumber: Frooz, (2025)

No	Tugas yang dilaksanakan	Tujuan
1	Membuat <i>Pitch Deck</i>	Memberikan gambaran singkat tentang bisnis untuk

		dipresentasikan.
2	Membuat penyusunan rencana anggaran biaya (RAB) yang mencakup bahan baku, peralatan produksi, dan kebutuhan lainnya.	Mengetahui anggaran biaya agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
3	Mencatat dan mengumpulkan semua bukti transaksi pembelian bahan serta peralatan.	Memastikan transparansi keuangan, sebagai bentuk pertanggungjawaban keuangan, mempermudah pembuatan laporan keuangan.
4	Melakukan RnD dan mencatat seluruh anggaran yang dikeluarkan.	Mengembangkan produk yang sesuai kebutuhan pasar serta memastikan penggunaan dana yang efisien.
5	Melakukan survei pasar	Mengetahui preferensi konsumen terhadap harga smoothies untuk mendukung dalam pengambilan keputusan terhadap harga produk yang tepat.
6	Mencari vendor kemasan	Mendapatkan vendor kemasan yang sesuai dengan anggaran yang dipersiapkan untuk kebutuhan <i>packaging</i> .
7	Membuat perencanaan harga pokok penjualan.	Menentukan modal yang akan dikeluarkan untuk membuat minuman smoothies.

8	Mencatat semua pengeluaran yang dilakukan selama progres bisnis.	Mengelola keuangan dengan efisien, menghindari pengeluaran berlebih, mempermudah membuat laporan keuangan, dan membantu dalam evaluasi.
9	Mencatat pengeluaran pemasaran dalam pengembangan bisnis	Memastikan setiap dana yang digunakan memiliki manfaat yang jelas dalam pertumbuhan bisnis.
10	Menghitung modal yang diperlukan untuk setiap penjualan yang dilakukan.	Mengetahui laba bersih yang didapatkan dan mengelola biaya secara efisien.
11	Membuat laporan penjualan	Mengetahui produk yang paling diminati konsumen, membantu perencanaan stok.
12	Membuat laporan laba rugi	Mengetahui keuntungan atau kerugian yang didapatkan selama melakukan penjualan sehingga dapat mengevaluasi kinerja.
13	<i>Demo Day</i>	Mempresentasikan bisnis, menarik pelanggan, mendapatkan masukan.
14	<i>Break Even Point (BEP) Bisnis Froom</i> selama 3 bulan mendatang (Agustus, September, dan Oktober)	Mengetahui titik impas dimana total pendapatan sama dengan total biaya operasional.

Uraian Pelaksanaan Kerja Magang:

1. Membuat *pitch deck* bisnis Frooz

Dalam membangun sebuah bisnis diperlukan *pitch deck* sebagai langkah awal pengenalan bisnis. Dalam pelaksanaan bisnis Frooz, penulis bersama anggota timnya bersama-sama mengerjakan *pitch deck*. Pada pembuatan *pitch deck* bisnis Frooz, penulis mendapatkan bagian untuk mengerjakan *Financial Projection* dan beberapa bagian di *Business Model Canvas*. Di bagian *Financial Projection*, penulis diminta untuk membuat perkiraan target penjualan setiap hari, bulan, dan tahun. Pada bagian *Business Model Canvas* penulis mengerjakan bagian *Revenue Streams* dan *Cost Structure*. Pada gambar 3.3 merupakan hasil dari pembuatan *pitch deck* yang penulis lakukan.



Gambar 3. 3 *Pitch Deck* Keuangan Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Pitch Deck merupakan sebuah gambaran singkat sebuah ide bisnis yang dapat digunakan untuk menjelaskan suatu bisnis atau menarik calon *customer*. Pembuatan *pitch deck* Frooz dibuat dengan tujuan untuk memberikan gambaran pada bisnis Frooz. *Pitch Deck* yang telah dibuat penulis bersama anggota timnya dipresentasikan kepada mentor untuk memberikan penjelasan singkat terkait bisnis Frooz. Pada gambar 3.4 berisikan hasil dari *Pitch Deck* yang telah dibuat oleh anggota tim Frooz.



Gambar 3. 4 Pitch Deck Frooz

Sumber: Frooz (2025)

2. Membuat rencana anggaran biaya dari bahan-bahan, peralatan, dan kebutuhan untuk bisnis Frooz.

Penyusunan RAB dilakukan dengan tujuan untuk memastikan segala pengeluaran dalam bisnis seperti bahan baku, peralatan, dan kebutuhan lainnya sudah diperhitungkan dengan baik agar sesuai dengan target dan anggaran yang telah disediakan. Dengan dibuatnya RAB dengan jelas, suatu bisnis dapat mengelola pengeluarannya sehingga tidak terjadi pemborosan atau pengeluaran terhadap barang yang tidak diperlukan. Dalam pelaksanaan magang, penulis membuat RAB untuk bisnis Frooz.

RAB ini memiliki beberapa bagian untuk pengeluaran seperti pengembangan produk/riset, produksi, rencana pemasaran, dan survei pasar. Pada gambar 3.5 merupakan bentuk RAB dari bagian pengembangan produk/riset. Pada tahapan RAB ini dibagi menjadi dua bagian yaitu bahan-bahan *prototype* dan peralatan *prototype*. RAB bagian pengembangan produk/riset berdasarkan perhitungan yang telah dibuat penulis menghabiskan sebanyak Rp3.700.000,00.

Rencana Anggaran Belanja									
Kegiatan Utama	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	Keterangan/Referensi Harga	Target Capaian	Penanggung Jawab
	A	B	C	D	E	F=C x E	G	H	I
Pengembangan Produk/Riset	Bahan-bahan Prototype	Lengking	300	gram	Rp25.153	Rp7.545.900	Superindo	Menghasilkan 3 jenis minuman yaitu Smooth Berry, Tropical Frootz, dan Yellow Seasons	Aurelia Shabrina (CEO), Jason Alexander Tanjung (COO), Kenneth Wilbert (CFO)
		Mangga Alpukat 1	1	buah	Rp18.355.000	Rp18.355.000	Superindo		
		Strawberry 1	1	pack	Rp17.900.000	Rp17.900.000	Superindo		
		Biskuit 1	2	buah	Rp7.590.000	Rp15.180.000	Superindo		
		Semangka 1	1	buah	Rp13.052.000	Rp13.052.000	Superindo		
		Madu 1	1	buah	Rp22.990.000	Rp22.990.000	Superindo		
		Pisang 1	1	buah	Rp12.320.000	Rp12.320.000	Superindo		
		Mangga 2	2	buah	Rp8.750.000	Rp17.500.000	Urban Fresh Gading Serpong		
		Buah naga	2	buah	Rp10.530.000	Rp21.060.000	Urban Fresh Gading Serpong		
		Pisang 2	1	buah	Rp21.560.000	Rp21.560.000	Urban Fresh Gading Serpong		
		Strawberry 2	1	pack	Rp17.000.000	Rp17.000.000	Urban Fresh Gading Serpong		
		Gula	1	kg	Rp17.500.000	Rp17.500.000	Urban Fresh Gading Serpong		
		Biskuit 2	2	buah	Rp8.390.000	Rp16.780.000	Urban Fresh Gading Serpong		
		Madu 2	1	buah	Rp17.190.000	Rp17.190.000	Superindo		
		Strawberry 3	3	pack	Rp10.000.000	Rp30.000.000	Pasar Induk		
		Semangka 2	1	buah	Rp28.000.000	Rp28.000.000	Pasar Induk		
		Nanas 1	1	buah	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Pasar Induk		
		Biskuit 3	1	buah	Rp4.990.000	Rp4.990.000	Hypermart		
		Es batu 1	1	pack	Rp16.000.000	Rp16.000.000	Ico Kristal Gading Serpong		
		Nestle (air)	3	botol	Rp5.500.000	Rp16.500.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Pisang 3	1	buah	Rp20.850.000	Rp20.850.000	Hypermart		
		Mangga 3	1	buah	Rp9.022.000	Rp9.022.000	Hypermart		
		Biskuit 4	2	buah	Rp9.500.000	Rp19.000.000	Aeon Supermarket		
		Pisang 4	1	buah	Rp18.732.000	Rp18.732.000	Lulu Supermarket		
		Mangga 4	4	buah	Rp4.417.500	Rp17.670.000	Lulu Supermarket		
Hydro Coco	1	botol	Rp15.900.000	Rp15.900.000	Lulu Supermarket				
Nanas 2	1	buah	Rp25.900.000	Rp25.900.000	Lulu Supermarket				
Soya Bean	2	botol	Rp6.100.000	Rp12.200.000	Indomaret				
Es batu 2	1	pack	Rp18.000.000	Rp18.000.000	Ico Kristal Gading Serpong				
Pisang 5	1	buah	Rp17.665.000	Rp17.665.000	Superindo				
Mangga 5	2	buah	Rp12.247.000	Rp24.494.000	Hypermart				
Nanas 3	2	buah	Rp1.000.000	Rp2.000.000	Pasar Induk				
Semangka 3	1	buah	Rp25.595.000	Rp25.595.000	Superindo				
Biskuit 5	1	buah	Rp6.990.000	Rp6.990.000	Superindo				
Peralatan Prototype		Gelas plastik kecil	25	pcs	Rp580.000	Rp14.500.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Gelas cup 1	25	pcs	Rp240.000	Rp6.000.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Scotch	1	buah	Rp4.000.000	Rp4.000.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Sunlight	1	buah	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Gelas plastik besar	25	pcs	Rp720.000	Rp18.000.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Gelas kertas	25	pcs	Rp520.000	Rp13.000.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Gelas cup 2	25	pcs	Rp240.000	Rp6.000.000	Toko Sembako (Aniva Gading Serpong)		
		Asal Takar	1	buah	Rp30.000.000	Rp30.000.000	SSOOO		
		Tissue	2	buah	Rp32.900.000	Rp65.800.000	Superindo		
		Blender	2	buah	Rp460.000.000	Rp920.000.000	https://id.sho.es/C4ukK9Z		
		Timbangan	1	buah	Rp65.990.000	Rp65.990.000	https://id.sho.es/5CoaD7Y		
		Pisau	1	paket	Rp14.000.000	Rp14.000.000	https://id.sho.es/570nG6H		
		Cooler Box	2	buah	Rp373.000.000	Rp746.000.000	https://id.sho.es/55mvo9g8		
		Termos es batu	1	buah	Rp121.000.000	Rp121.000.000	https://id.sho.es/55mvo9g8		
		Sens Fritzer	3	buan	Rp20.000.000	Rp60.000.000	https://www.instagram.com/rental?igah=MHWkzUpOeGEC2G0B9		
Biskit kaca	2	buah	Rp21.000.000	Rp42.000.000	https://id.sho.es/570nG6H				
Jigger	2	buah	Rp8.000.000	Rp16.000.000	https://id.sho.es/55M6M5r				

Gambar 3. 5 Rencana Anggaran Belanja Pengembangan Produk Bisnis Frootz

Sumber: Frootz (2025)

Pada gambar 3.6 berisikan anggaran belanja yang penulis keluarkan untuk bagian produksi. Pada bagian ini penulis menghitung biaya akan dikeluarkan yaitu senilai Rp5.700.000,00.

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Kategori	Detail	Qty	Unit	Rp	Rp	Sumber	Keterangan	Nama	
									1
Produk	Produksi Hasil H Demo D 90 Cup per 3 hari	Strawberry	8.910	gram	Rp40.00	Rp356.400.00	Pasar Induk Tangerang		
		Pisang	8.910	gram	Rp26.90	Rp239.679.00	Pasar Induk Tangerang		
		Semangka	9.315	gram	Rp7.00	Rp65.205.00	Pasar Induk Tangerang		
		Nanas	9.315	gram	Rp28.78	Rp268.085.70	Pasar Induk Tangerang		
		Mangga	11.745	gram	Rp21.90	Rp257.192.01	Pasar Induk Tangerang		
		Yogurt	2.825	ml	Rp69.98	Rp197.299.50	Superindo		
		Gula	1.620	ml	Rp17.50	Rp28.350.00	Superindo		
		Air	1.620	ml	Rp3.67	Rp5.945.40	Toko Malaka		
		Ea batu	10.530	gram	Rp1.60	Rp16.848.00	Ice Kristal Gading Serpong		
		Kemasan	Gelas plastik 500ml	1000	pack	Rp990.00	Rp990.000.00	https://id.shopee.com/api	Menghasilkan 90 Cup Smoothies (Smooth Berry, Tropical Froot, dan Yellow Season)
	Custom paper sleeve		1000	pack	Rp1.000.00	Rp1.000.000.00	https://id.shopee.com/724a88P		
	Seototan		1000	pack	Rp100.00	Rp100.000.00	https://id.shopee.com/724a88P		
	Bahan Stok	Strawberry	30	pack	Rp10.000.00	Rp300.000.00	Pasar Induk Tangerang		
		Pisang	30	box	Rp20.000.00	Rp600.000.00	Pasar Induk Tangerang		
		Semangka	30	buah	Rp7.000.00	Rp210.000.00	Pasar Induk Tangerang		
		Nanas	30	buah	Rp7.000.00	Rp210.000.00	Pasar Induk Tangerang		
		Mangga	30	buah	Rp9.000.00	Rp270.000.00	Pasar Induk Tangerang		
		Yogurt	5	kg	Rp60.000.00	Rp300.000.00	Superindo		
		Gula	5	kg	Rp17.500.00	Rp87.500.00	Superindo		
		Jar	5	galon	Rp21.000.00	Rp105.000.00	Toko Malaka		
Ea batu		5	pack	Rp18.000.00	Rp90.000.00	Ice Kristal Gading Serpong			

Gambar 3. 6 Rencana Anggaran Belanja Produksi Bisnis Frootz

Sumber: Frootz (2025)

Pada gambar 3.7 merupakan penyusunan RAB pada bagian rencana pemasaran. Rencana pemasaran berisikan anggaran untuk meningkatkan *brand awareness* dari Frootz. Pada bagian ini berisi anggaran untuk desain dan hal lainnya yang digunakan untuk pemasaran.

Kategori	Detail	Qty	Unit	Rp	Rp	Sumber	Keterangan	Nama	
									1
Rencana Pemasaran	Design	Logo brand	1	Pcs	Rp100.000.00	Rp100.000.00	Jasa Design DKV		
		Banner	1	Pcs	Rp100.000.00	Rp100.000.00	Jasa Design DKV		
		Menu	1	Pcs	Rp100.000.00	Rp100.000.00	Jasa Design DKV		
		Design Packaging	1	pcs	Rp100.000.00	Rp100.000.00	Jasa Design DKV		
	Booth	Dekorasi Booth	1	Pcs	Rp200.000.00	Rp200.000.00	Toko Dekorasi	Menghasilkan rencana pemasaran untuk booth saat demo day serta design untuk brand kami yaitu Frootz	Manuel Reinhart Polomou (CMO), Vania Ardelia (CFO), Jaretha Shabrina (CEO)
		Print Banner Y	1	Buah	Rp90.000.00	Rp90.000.00	https://id.shopee.com/718PC8		
		Print Menu	2	Pcs	Rp41.000.00	Rp82.000.00	https://id.shopee.com/100E5aj		
		Apron	5	Pcs	Rp25.000.00	Rp125.000.00	https://id.shopee.com/10aMfaw		
		Poster	5	Pcs	Rp20.000.00	Rp100.000.00	Perencanaan Express		
		Standing Banner Menu	1	Pcs	Rp50.000.00	Rp50.000.00	https://id.shopee.com/1c7JwR1		

Gambar 3. 7 Rencana Anggaran Belanja Rencana Pemasaran Bisnis Frootz

Sumber: Frootz (2025)

Pada gambar 3.8 merupakan bagian terakhir dari penyusunan RAB bisnis Frootz yang dibuat penulis. Pada bagian ini merupakan survei pasar yang akan dilakukan anggota tim untuk melihat minat *customer* terhadap produk dari bisnis Frootz. Di akhir penyusunan RAB ini terdapat total dari semua anggaran yang penulis buat yaitu senilai Rp12.878.844,41.

Survei Pasar	Produksi Smooth Berry (40 porsi)	Strawberry	4.400	gram	Rp40,00	Rp176.000,00	Pasar Induk	Menghasilkan 30 cup smoothies untuk melakukan survei pasar sekaligus memberikan merchandise kepada target market kami	Jason Alexander Tahjidi (COO), Manuel Reinhart Polanadu (CMO), Kenneth Wilbert (CFO)
		Froing	4.400	gram	Rp26,90	Rp118.360,00	Pasar Induk		
		Yogurt	700	ml	Rp29,88	Rp20.916,00	Superindo		
		Gula	600	ml	Rp17,50	Rp10.500,00	Superindo		
		Es batu	3.900	gram	Rp1,60	Rp6.240,00	Ice Kristal Gading Serpong		
	Air	800	ml	Rp3,67	Rp2.936,00	Toko Malaka			
	Produksi Tropical Frooz (40 porsi)	Semangka	4.600	gram	Rp7,00	Rp32.200,00	Pasar Induk		
		Nanas	4.600	gram	Rp28,78	Rp132.388,00	Pasar Induk		
		Gula	600	ml	Rp17,50	Rp10.500,00	Superindo		
		Yogurt	1000	ml	Rp29,88	Rp29.880,00	Superindo		
		Air	450	ml	Rp3,67	Rp1.651,50	Ice Kristal Gading Serpong		
	Es batu	5.200	gram	Rp1,60	Rp8.320,00	Toko Malaka			
	Produksi Yellow Seasons (40 Porsi)	Mangga	5.800	gram	Rp21,90	Rp127.020,00	Pasar Induk		
		Froing	3.400	gram	Rp26,90	Rp91.460,00	Pasar Induk		
		Gula	700	ml	Rp17,50	Rp12.250,00	Superindo		
		Yogurt	600	ml	Rp29,88	Rp17.928,00	Superindo		
		Air	600	ml	Rp3,67	Rp2.202,00	Ice Kristal Gading Serpong		
	Es batu	5.200	gram	Rp1,60	Rp8.320,00	Toko Malaka			
	Merchandise	Gantungan Kunci	120	Pcs	Rp6.000,00	Rp720.000,00	https://id.shp.es/3u7u5V6E		
		Gelas Kaca	55	Pcs	Rp15.000,00	Rp825.000,00	https://id.shp.es/0aM48y7		
	Kuesioner	Poster	2	Pcs	Rp10.000,00	Rp20.000,00	Pigma		
		Laminating	2	Pcs	Rp20.000,00	Rp40.000,00	Pigma		
	TOTAL								

Gambar 3. 8 Rencana Anggaran Belanja Survei Pasar Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

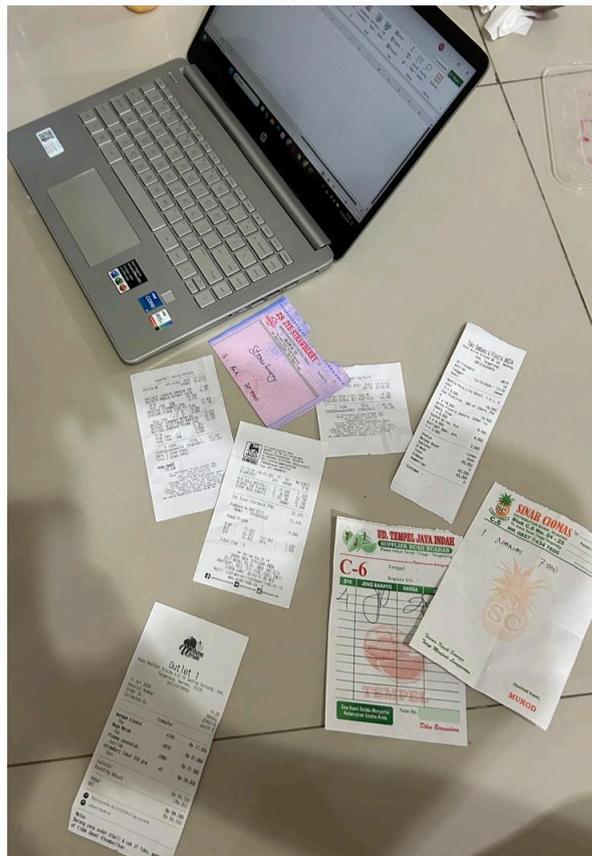
3. Mencatat dan mengumpulkan semua bukti transaksi pembelian bahan serta peralatan.

Pada tahapan ini penulis sebagai *Chief Finance Officer* (CFO) memiliki tanggung jawab dalam melakukan pencatatan serta pengumpulan seluruh bukti transaksi yang berkaitan dengan pembelian bahan baku dan peralatan pendukung operasional bisnis. Kegiatan ini merupakan langkah penting dalam manajemen keuangan bisnis, karena setiap pengeluaran yang dilakukan harus dapat dipertanggungjawabkan secara transparan.

Pengumpulan bukti transaksi dilakukan dengan cara menyimpan struk, nota, atau faktur pembelian sebagai arsip. Seluruh bukti ini kemudian diklasifikasikan dan dicatat dalam sistem pencatatan keuangan untuk memudahkan verifikasi nantinya.

Tahapan ini tidak hanya bertujuan untuk memastikan seluruh transaksi terdokumentasi dengan baik, tetapi juga memudahkan penulis dalam menyusun laporan keuangan secara akurat dan terpercaya. Dengan adanya pencatatan yang rapi dan bukti transaksi yang lengkap, dapat meminimalkan potensi terjadinya kesalahan pencatatan maupun pengeluaran yang tidak teridentifikasi. Pada gambar 3.9 merupakan beberapa bukti transaksi pembelian dilakukan selama menjalankan bisnis

Frooz.



Gambar 3. 9 Bukti Transaksi Pembelian Bahan Baku Frooz

Sumber: Frooz (2025)

4. Melakukan Riset dan Pengembangan (RnD) dan mencatat seluruh anggaran yang dikeluarkan.

Selama melakukan kegiatan magang penulis bersama anggota timnya melakukan kegiatan Riset dan Pengembangan (*Research and Development*) sebagai bentuk kegiatan untuk menciptakan dan menyempurnakan produk minuman smoothies yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan target market. Kegiatan RnD ini merupakan tahapan penting dalam proses pengembangan bisnis Frooz, dimana keberhasilan suatu produk sangat bergantung pada sejauh mana produk tersebut dapat sesuai dengan selera konsumen. Pada gambar 3.10 merupakan proses dari RnD bisnis Frooz.





Gambar 3.10 Proses RnD Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Melalui proses RnD yang dilakukan terus menerus, penulis bersama anggota tim berhasil mendapatkan tiga varian minuman smoothies yang kemudian ditetapkan menjadi produk utama bisnis Frooz. Ketiga varian ini merupakan hasil dari berbagai percobaan seperti komposisi bahan baku, pengujian rasa, serta beberapa evaluasi konsumen yang telah didapatkan dari survei pasar. Setelah ketiga produk utama tersebut berhasil dikembangkan, tim Frooz kembali melakukan proses RnD untuk menciptakan varian menu tambahan sebagai bentuk inovasi produk agar bisnis Frooz tetap menarik dan kompetitif di mata konsumen. Pada gambar 3.11 merupakan ketiga varian dari minuman smoothies Frooz.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.11 Varian minuman smoothies Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Sebagai *Chief Finance Officer*, penulis memiliki peran dalam mencatat secara rinci seluruh anggaran yang dikeluarkan selama proses RnD berlangsung. Hal ini mencakup pencatatan kebutuhan bahan baku, peralatan yang digunakan, serta biaya-biaya lainnya yang digunakan selama proses pengujian produk. Pencatatan dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa seluruh pengeluaran tercatat dengan baik dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan adanya pencatatan keuangan yang terstruktur, penulis dapat mengontrol besarnya anggaran yang digunakan, efisiensi biaya, serta membantu menyusun laporan keuangan dengan baik. Selain itu, pencatatan pengeluaran ini juga menjadi dasar pertimbangan dalam menentukan harga jual produk agar tetap kompetitif namun tetap memberikan keuntungan yang optimal bagi bisnis Frooz. Pada gambar 3.12 merupakan pengeluaran saat melakukan RnD bisnis Frooz.

No	Kebutuhan RnD	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Pisang	4 (sisir)	Rp20.700,00	Rp82.800,00
2	Mangga	6 (kg)	Rp15.000,00	Rp90.000,00
3	Stroberi	2 (pack)	Rp17.000,00	Rp34.000,00
4	Semangka	2 (buah)	Rp40.000,00	Rp80.000,00
5	Nanas	2 (pack)	Rp23.500,00	Rp47.000,00
6	Buah naga	1 (kg)	Rp25.000,00	Rp25.000,00
7	Biokul	1 (kg)	Rp50.000,00	Rp50.000,00
8	Gula	1 (kg)	Rp17.500,00	Rp17.500,00
9	Es batu	1 (pack)	Rp16.000,00	Rp16.000,00
10	Gelas plastik kecil	25 (pcs)	Rp580,00	Rp14.500,00
11	Gelas plastik besar	50 (pcs)	Rp720,00	Rp36.000,00
12	Gelas cup	50 (pcs)	Rp240,00	Rp12.000,00
13	Gelas kertas	25 (pcs)	Rp520,00	Rp13.000,00

Gambar 3. 12 Pengeluaran RnD Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

5. Melakukan survei pasar

Dalam menjalankan peran sebagai *Chief Finance Officer* pada bisnis Frooz, penulis tidak hanya bertanggung jawab dalam pencatatan

keuangan dan pengelolaan anggaran, CFO juga turun berperan dalam menentukan harga jual dari produk. Salah satu langkah yang dilakukan dalam menentukan harga jual yang sesuai adalah dengan survei pasar. Survei pasar dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui preferensi dan daya beli konsumen terhadap produk smoothies yang ditawarkan oleh Frooz.

Survei pasar dilakukan dengan membagikan sampel produk kepada target konsumen utama yaitu mahasiswa di lingkungan kampus Universitas Multimedia Nusantara. Bersama anggota tim Frooz, penulis membuat kuesioner berisi pertanyaan mengenai varian, rasa, kualitas produk, desain kemasan, dan kisaran harga yang dianggap sesuai dan terjangkau oleh konsumen. Setelah mendapatkan hasil dari pengisian kuesioner selama survei pasar, data keseluruhan kemudian dianalisis untuk mengetahui persepsi pasar terhadap produk Frooz secara keseluruhan.

Sebagai CFO mengumpulkan data yaitu data harga yang telah didapatkan selama melakukan survei pasar berguna dalam proses menentukan penetapan harga. Penulis sebagai *Chief Finance Officer* menggunakan data tersebut untuk menyesuaikan antara biaya produksi dengan ekspektasi harga pasar. Dengan hal ini, penulis dapat memastikan bahwa harga jual yang ditetapkan tidak hanya menguntungkan dari sisi bisnis, tetapi juga dapat diterima oleh konsumen sasaran.

Melalui kegiatan survei pasar yang telah dilakukan, penulis menjadi lebih memahami kebutuhan dan selera konsumen terhadap produk smoothies yang ditawarkan oleh Frooz. Informasi dari survei pasar ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keuangan, terutama menentukan harga jual yang sesuai dengan daya beli pasar. Pada gambar 3.13 merupakan kegiatan survei pasar bisnis Frooz.



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.13 Kegiatan survei pasar bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Pada gambar 3.14 merupakan hasil dari survei pasar yang telah dilakukan oleh anggota tim Frooz. Dimana survei pasar ini penulis dan anggota timnya juga menanyakan terkait harga, sehingga penulis dapat menentukan harga yang pas bagi bisnis Frooz dan konsumen sasaran.

Timestamp	Nama Langkap	Pelajaran	urut anda berapa harga dari produk smoothies k	Produk Frooz mana yang menjadi favorit anda	Menurut anda berapa rate dari produk "Smooth"	Menurut anda berapa rate dari produk "Tropica"	Menurut anda berapa rate dari produk "Yellow"
29/10/2024 14:45:28	Ahmad Rizky Alfariz	Mahasiswa	18.000	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	5	5	5
29/10/2024 14:45:38	Bintang	Mahasiswa	20.000	Smooth Berry (Strawberry Pisang)	4	4	4
29/10/2024 14:45:43	Anisa Geofary	Mahasiswa	18k	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	3	4	5
29/10/2024 14:45:45	Muhamad Zhaiky Raymanes	Mahasiswa	20.000	Smooth Berry (Strawberry Pisang)	5	4	4
29/10/2024 14:45:01	Winna Janessa	Mahasiswa	25-35rb	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	2	5	4
29/10/2024 14:47:53	michael henderson dalma	Mahasiswa	20rb	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	4	5	4
29/10/2024 14:58:18	Richard chornelica	Mahasiswa	20k	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	3	5	4
29/10/2024 14:58:22	Leonardo juka prastudita	Mahasiswa	20.000-25.000	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	3	3	5
29/10/2024 15:12:23	Rosetissa Estera	Mahasiswa	25.000	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	4	3	5
29/10/2024 15:13:17	Salsis Rafi Setyogati	Mahasiswa	25000	Smooth Berry (Strawberry Pisang)	5	4	4
29/10/2024 15:13:27	Victoria Nadira Gutawan	Mahasiswa	20k - 20rb	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	4	5	5
29/10/2024 15:18:03	Fabio	Mahasiswa	20-25k	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	4	5	4
29/10/2024 15:18:22	Jovio gebelle	Mahasiswa	25000	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	3	5	1
29/10/2024 15:23:42	Michelle Lee	Freelancer	20	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	4	3	5
29/10/2024 15:26:02	angel juliana	mahasiswa	22.000	Smooth Berry (Strawberry Pisang)	5	3	1
29/10/2024 15:32:25	Ariefandi Witawan	Mahasiswa	20-25k	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	3	4	5
29/10/2024 16:15:29	Hani'Alif	Mahasiswa	25-30 rb	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	4	5	4
21/11/2024 13:30:30	Nade Nur Hafifah	mahasiswa	50.000	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	5	5	5
21/11/2024 13:36:33	Melissa Gracia	Content creator	35.000	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	4	5	4
21/11/2024 13:37:16	Pricillia Lindsey Setiadi	Owner Brand and Collog	35.000	Tropical Frooz (Nanas Semangka)	4	5	5
21/11/2024 13:37:20	Desyana	Mahasiswa	Pas untuk mahasiswa dan pelajar	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	4	4	5
21/11/2024 13:37:59	Jocklyn Janice	Mahasiswa	27.000	Yellow Seasons (Mangga Pisang)	3	4	5

Gambar 3.14 Hasil survei pasar bisnis Frooz

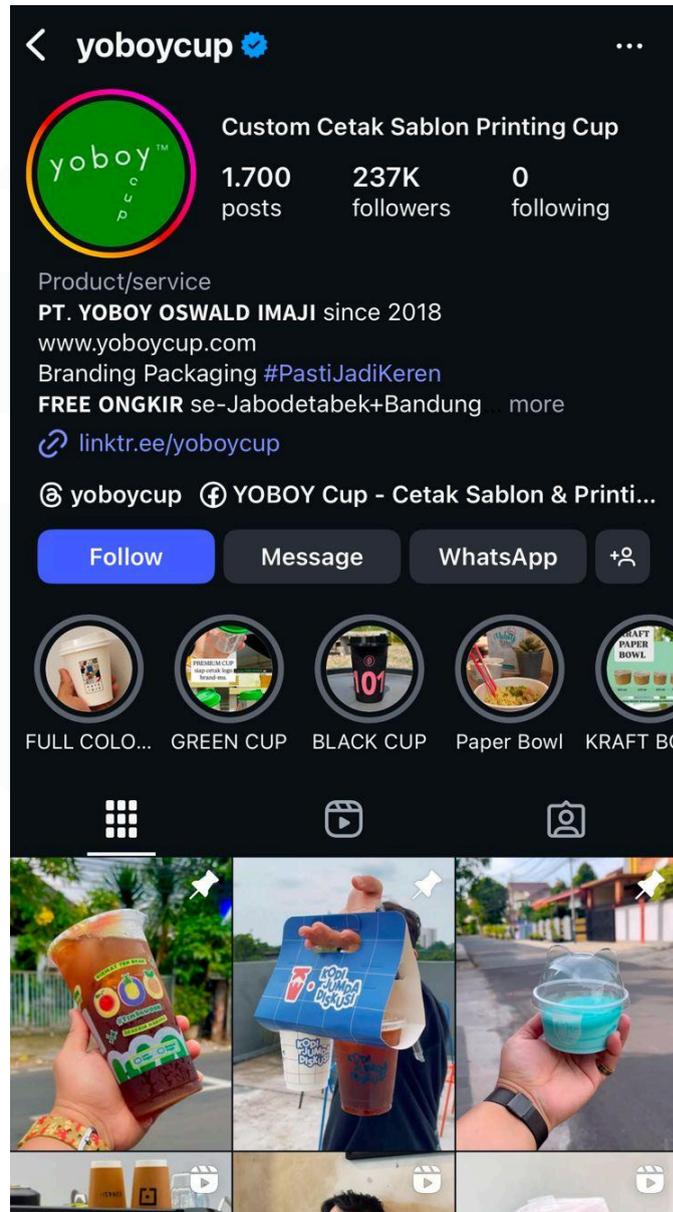
Sumber: Frooz (2025)

6. Mencari vendor kemasan

Dalam kelancaran operasional Frooz, salah satu hal penting yang perlu disiapkan adalah kemasan produk dari Frooz. Kemasan memiliki fungsi sebagai wadah, serta menjadi bagian dari tampilan dan identitas merek produk Frooz itu sendiri. Maka dari itu, penting untuk memilih kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sesuai dengan anggaran yang telah ditentukan oleh seluruh anggota tim Frooz. Sebagai *Chief Finance Officer*, penulis ikut membantu dalam proses pencarian vendor kemasan. Penulis mencari vendor dengan membandingkan beberapa pilihan vendor, baik dari segi kualitas produk dan harga. Proses pencarian ini penulis lakukan secara *online* dengan mencari-cari di internet dan menghubungi beberapa vendor untuk mendapatkan harga dan *detail* dari produk kemasan tersebut.

Setelah melakukan pencarian kepada beberapa vendor kemasan, penulis menemukan salah satu vendor yang sesuai yaitu *Yoboy Cup*. Pada gambar 3.15 merupakan media sosial dari vendor *packaging Yoboy Cup*.





Gambar 3.15 Media sosial vendor kemasan Yoboy Cup

Sumber: Frooz (2025)

Vendor ini menawarkan kemasan *cup* dengan kualitas yang baik dan harga yang sesuai dengan anggaran tim Frooz. Selain itu vendor ini juga memberikan respon yang cepat dan layanan yang baik sehingga mempermudah proses pemesanan. Pada gambar 3.16 merupakan harga yang ditawarkan oleh *Yoboy Cup* dan pada gambar 3.17 merupakan

kemasan yang telah penulis pesan.



PRICE LIST
Cold Paper Cup
PRINTING FULL COLOURS

FREE ONGKIR
se-Jabodetabek + Bandung min. 5.000 pcs
helfi makin banyak makin untung

@yoboycup
085716300207

**Cold Paper 16 oz
PRINTING FULL COLOURS +
Tutup**

1.000 pcs	- 1.950/pcs
3.000 pcs	- 1.800/pcs
5.000 pcs	- 1.500/pcs
10.000 pcs	- 1.450/pcs
15.000 pcs	- 1.400/pcs
20.000 pcs	- 1.375/pcs

**FREE ONGKIR
min. 5.000 pcs**

Hasil dijamin rapi karena pengerjaan langsung print di mesin, bukan tempelan manual.

Gambar 3.16 Harga kemasan dari Yoboy Cup

Sumber: Frooz (2025)



Gambar 3.17 Kemasan Frooz dari vendor Yoboy Cup

Sumber: Frooz (2025)

7. Membuat perencanaan harga pokok penjualan (HPP)

Dalam proses pengembangan bisnis Frooz, salah satu tahapan yang perlu dilakukan adalah menyusun perencanaan harga pokok penjualan untuk setiap varian produk yang ditawarkan. Perhitungan harga pokok penjualan dilakukan untuk mengetahui total biaya produksi dari suatu produk, yang nantinya menjadi dasar dalam menentukan harga jual yang sesuai sehingga bisnis tetap memperoleh keuntungan yang diharapkan. Maka dari itu perhitungan HPP harus dilakukan secara baik dan sistematis.

Pada tahapan awal menyusun perencanaan HPP, penulis sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam aspek keuangan melakukan survei harga bahan baku di beberapa *supplier* yang dinilai relevan dengan kebutuhan produksi serta sesuai dengan anggaran yang dimiliki Frooz. Survei ini dilakukan untuk memperoleh harga bahan baku yang paling efisien namun tetap dengan kualitas yang baik. Setelah mendapatkan harga bahan baku yang paling efisien, penulis melakukan perhitungan HPP dengan menggunakan *google sheet* untuk mempermudah proses pencatatan dan perhitungan.

Dalam perhitungan di *google sheet*, penulis memasukkan secara lengkap bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi setiap varian produk Frooz, yaitu *Smooth Berry*, *Yellow Seasons*, dan *Tropical Frooz*. Setiap bahan dicatat berdasarkan jumlah penggunaan per porsi serta harganya dan menghasilkan total biaya produksi untuk masing-masing varian. Selain memasukkan bahan utama, penulis juga memperhitungkan biaya tambahan lainnya yang berkaitan langsung dengan proses produksi seperti kemasan, plastik, dan sedotan.

Dari hasil perhitungan HPP menunjukkan bahwa masing-masing varian memiliki komposisi bahan baku yang berbeda, sehingga menghasilkan total biaya produksi yang berbeda-beda. Perbedaan dari total biaya produksi ini akan mempengaruhi penetapan harga untuk setiap varian. Pada gambar 3.18 menunjukkan hasil dari perhitungan HPP untuk setiap varian yang telah dilakukan oleh penulis yaitu varian *Smooth Berry*,

Tropical Frooz, dan Yellow Seasons.

Bahan	Harga	Qty	Aktual (Qty)	Aktual (Harga)
Strawberry Banana				
Strawberry	17.000	1.000	110	1870
Pisang	150.000	13.000	110	1269,230769
Yogurt	50.000	1000	17,5	875
Gula	17.500	1.000	20	350
Es batu	16.000	10.000	130	208
Air	5.500	1.500	20	73,33333333
Total Aktual				4645,564103
Harga Packaging				2.300
HPP				6.946
Harga Jual				9291,128205
FINAL PRICE				25.000

Bahan	Harga	Qty	Aktual (Qty)	Aktual (Harga)
Semangka Nanas				
Semangka (4kg)	40.000	4.000	115	1150
Nanas	23.500	1.000	115	2702,5
Gula (1kg)	17.500	1.000	15	262,5
Yogurt	50.000	1.000	25	1250
Air (1,5 liter)	5.500	1.500	15	55
Es batu (10kg)	16.000	10.000	130	208
Total Aktual				5628
Harga Packaging				2.300
HPP				7.928
Harga Jual				11256
FINAL PRICE				23.000

Bahan	Harga	Qty	Aktual (Qty)	Aktual (Harga)
Mangga Pisang				
Mangga	43.000	1.000	145	6235
Pisang	150.000	13.000	85	980,7692308
Gula (1kg)	17.500	1.000	17,5	306,25
Yogurt	50.000	1.000	15	750
Air (1,5 liter)	5.500	1500	15	55
Es batu (10kg)	16.000	10.000	130	208
Total Aktual				8535,019231
Harga Packaging				2.300
HPP				10.835
Harga Jual				17070,03846
FINAL PRICE				23.000

Gambar 3.18 Harga Pokok Penjualan Produk Frooz

Sumber: Frooz (2025)

8. Mencatat semua pengeluaran yang dilakukan selama progres bisnis.

Penulis sebagai *Chief Finance Officer* melakukan pencatatan terhadap seluruh pengeluaran yang terjadi selama proses pengembangan dan operasional bisnis. Pencatatan ini meliputi pembelian bahan baku, peralatan produksi, biaya operasional harian, serta pengeluaran lainnya yang berkaitan langsung dengan kegiatan bisnis Frooz.

Melalui pencatatan yang terstruktur, penulis dapat melihat aliran dana masuk dan keluar secara rinci. Hal ini mempermudah proses analisis keuangan untuk mengetahui alokasi dana serta memastikan bahwa anggaran digunakan secara optimal sesuai perencanaan. Pencatatan ini juga memberikan gambaran yang jelas mengenai aset yang dimiliki oleh bisnis, seperti aset tetap (blender, termos, *cooler box*, dan alat penunjang produksi lainnya) maupun aset lancar.

Dengan melakukan pencatatan seluruh pengeluaran yang dilakukan dapat memudahkan penulis dalam membuat laporan keuangan dan

mengevaluasi penggunaan dana. Dengan memiliki data yang lengkap dan akurat mengenai seluruh pengeluaran yang telah dilakukan, penulis dapat melihat bagian-bagian yang mengalami pemborosan atau kurang efisien. Informasi ini menjadi dasar yang penting dalam pengambilan keputusan agar pengelolaan keuangan bisnis dapat dilakukan secara efisien dan lebih terarah. Pada gambar 3.19 merupakan laporan pencatatan pengeluaran aset yang dikeluarkan selama bisnis berlangsung.

No	Nama Barang	Jumlah	Harga
1	Pisau	1 set	Rp200.999,00
2	Jigger	2	Rp17.800
3	Botol kaca (u gula)	2	Rp49.000,00
4	Cooler box	1	Rp415.360,00
5	Timbangan	1	Rp86.625,00
6	Termos es batu	2	Rp141.248,00
7	Blender	1	Rp2.500.000,00
8	Box stereofom	1	Rp70.505,00
9	Tempat cup dan sedotan	1	Rp200.617,00
10	Tempat gula	1	Rp54.117,00
11	Galon	2	Rp98.000,00
12	Meja besar	1	Rp429.200,00
13	Meja kecil	1	Rp162.726,00
14	Freezer	1	Rp2.000.000,00
15	Booth Frooz	1	Rp4.550.000,00
16	Akrilik menu	2	Rp113.348,00
17	Spin wheel	1	Rp121.000,00
18	Apron	5	Rp121.995,00
19	Talenan	2	Rp80.000,00
20	Mangkok	1	Rp9.000,00
21	Wadah plastik	2	Rp60.000,00
22	Sendok	1 set	Rp18.000,00
23	Pompa Galon	1	Rp45.000,00
24	Nampan	1	Rp25.000,00
25	Ember	1	Rp60.000,00

Gambar 3.19 Aset Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

9. Mencatat pengeluaran pemasaran dalam pengembangan bisnis

Dalam pengembangan bisnis Frooz, penulis sebagai *Chief Finance Officer* juga bertanggung jawab dalam mencatat dan mengelola pengeluaran pemasaran agar tetap sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. Salah satu bagian penting dalam pemasaran adalah pembuatan logo Frooz, yang dirancang dalam bentuk *white seal* untuk mempresentasikan karakter yang hidup di tempat dingin, sesuai dengan konsep minuman smoothies yang segar dan dingin. Penulis juga berperan dalam mencari desainer yang tepat untuk membuat logo tersebut, serta memastikan bahwa biaya pembuatan desain logo tetap berada dalam batas anggaran yang telah direncanakan. Pada gambar 3.20 merupakan logo dari bisnis Frooz.



Gambar 3.20 Logo Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Selain logo, pengeluaran lainnya yaitu desain menu untuk ketiga

varian produk Frooz. Penulis memastikan desain menu menarik agar dapat meningkatkan daya tarik visual produk, namun tetap mengontrol biaya desain agar tidak melebihi anggaran. Di samping itu, pembuatan banner juga menjadi bagian penting dari strategi pemasaran. Banner didesain secara menarik agar dapat menarik perhatian pelanggan selama kegiatan promosi produk maupun penjualan, seperti *demo day* atau *bazaar*. Penulis sebagai CFO tetap memastikan bahwa biaya pembuatan menu dan *banner* tetap efisien sesuai anggaran yang ditetapkan. Pada gambar 3.21 dan gambar 3.22 merupakan gambaran menu dan *banner* dari Frooz.



Gambar 3.21 Menu Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)



Gambar 3.22 Banner Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Penulis juga mencatat pengeluaran untuk pembelian properti pendukung kegiatan pemasaran, salah satunya adalah *spin wheel* yang digunakan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan di *booth*. Semua pengeluaran tersebut dicatat secara tepat dan diperhitungkan dengan baik agar tetap sesuai dengan anggaran yang telah disetujui oleh tim Frooz, sehingga strategi pemasaran dapat berjalan dengan baik tanpa membebani keuangan bisnis.

10. Menghitung modal yang diperlukan untuk setiap penjualan yang dilakukan.

Dalam setiap kegiatan penjualan, penulis secara konsisten melakukan pencatatan terhadap seluruh pengeluaran atau modal yang dikeluarkan untuk mendukung proses penjualan tersebut. Tujuan utama dari pencatatan ini adalah untuk menghitung modal yang diperlukan dalam setiap transaksi penjualan secara akurat.

Dengan mengetahui besarnya modal yang dikeluarkan, penulis dapat dengan mudah melakukan perhitungan laba atau rugi yang diperoleh dari setiap penjualan. Perhitungan ini mencakup semua komponen biaya, seperti bahan baku, kemasan, serta biaya operasional lainnya yang berhubungan dengan penjualan.

Selain itu pencatatan modal penjualan dapat digunakan sebagai bahan laporan keuangan yang dapat disampaikan kepada CEO, sehingga memberikan gambaran yang transparan dan akurat mengenai kondisi keuangan bisnis. Hal ini penting untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dan memastikan bahwa setiap kegiatan penjualan berjalan secara efisien dan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan.

Frooz melakukan penjualan pertamanya pada kegiatan *Demo Day* yang diselenggarakan di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai bagian dari rangkaian acara Program Wirausaha Merdeka (WMK). Kegiatan ini merupakan bagian penting bagi seluruh peserta untuk memperkenalkan dan memasarkan produk secara langsung kepada orang-orang, seperti mahasiswa, dosen, staf kampus, serta pengunjung eksternal. Dalam kegiatan ini, Frooz mendapatkan kesempatan untuk menempati satu *booth* yang telah disediakan oleh pihak penyelenggara. Booth ini menjadi tempat bagi tim Frooz untuk menampilkan produk smoothiesnya dan berinteraksi langsung dengan calon pelanggan.

Agar dapat menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan minat beli terhadap produk Frooz, penulis bersama tim berinisiatif untuk

menghias *booth* semenarik mungkin. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar tampilan *booth* tidak hanya mencerminkan identitas dan *branding* Frooz, tetapi juga memberikan kesan positif dan menyenangkan bagi para pengunjung. Tim Frooz menyadari bahwa daya tarik visual dari *booth* dapat menjadi faktor penting dalam menciptakan *first impression* yang baik serta mendorong pengunjung untuk mampir dan mencoba produk yang ditawarkan.

Dalam proses dekorasi *booth*, tim Frooz melakukan perencanaan terlebih dahulu mengenai konsep yang akan digunakan. Konsep *booth* dirancang untuk mencerminkan kesegaran dan keceriaan yang sesuai dengan karakteristik produk smoothies Frooz. Beberapa barang dekorasi yang digunakan antara lain adalah *styrofoam* tulisan Frooz, *standee* logo Frooz, *banner* dengan produk Frooz, *standing display* menu, serta perlengkapan tambahan seperti meja dengan taplak warna senada logo Frooz, dan *spin wheel* untuk menarik perhatian pelanggan yang datang. Untuk menciptakan konsep dekorasi tersebut, Frooz perlu untuk mengeluarkan sejumlah biaya sebagai modal awal dekorasi *booth*. Biaya ini digunakan untuk membeli berbagai properti dan perlengkapan hiasan, baik melalui toko *offline* maupun *online*. Pengeluaran ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik *booth* dan memperbesar peluang penjualan selama kegiatan *Demo Day* berlangsung.

Melalui usaha dekorasi *booth* yang terencana ini, Frooz berhasil menarik perhatian cukup banyak pengunjung yang datang untuk melihat, mencoba, dan membeli produk. Beberapa pengunjung juga tertarik untuk mengabadikan momen di *booth* Frooz dan membagikannya di media sosial mereka, yang secara tidak langsung turut membantu meningkatkan *brand awareness* Frooz di kalangan mahasiswa dan kampus UMN. Pada gambar 3.23 merupakan *booth* Frooz yang telah didekorasi oleh seluruh anggota tim Frooz.



Gambar 3.23 Booth Frooz yang telah di dekorasi

Sumber: Frooz (2025)

Dengan menghias *booth*, tim Frooz perlu mengeluarkan biaya untuk properti menghias *booth*, berikut merupakan modal dekorasi yang dikeluarkan Frooz pada saat melakukan penjualan pertama di *Demo Day*. Pada gambar 3.24 merupakan modal yang dikeluarkan untuk dekorasi *booth Demo Day* pertama.

DEKORASI				
No	Tanggal	Nama Barang	Jumlah	Harga
1	16/11/2024	Stereofom nama FROOZ	1	Rp125.500,00
2	18/11/2024	Standee FROOZ	1	Rp94.850,00
3	24/11/2024	spin wheel	1	Rp121.000,00
4	27/11/2024	apron	5	Rp121.995,00
5	30/11/2024	sablon	5	Rp50.000,00
6	2/12/2024	Kain	1	Rp95.800,00
7	2/12/2024	Akrilik menu	2	Rp113.348,00
8	3/12/2024	Baju	5	Rp534.000,00
TOTAL				Rp1.256.493,00

Gambar 3.24 Modal untuk dekorasi *booth* Demo Day

Sumber: Frooz (2025)

Total pengeluaran yang dikeluarkan untuk dekorasi *booth* selama kegiatan *Demo Day* adalah sebesar Rp1.256.493,00. Biaya ini juga termasuk ke dalam pembelian seragam dan apron untuk seluruh anggota tim. Pada gambar 3.25 merupakan desain seragam Frooz yang akan digunakan selama berjualan Frooz. Penggunaan seragam dan apron ini memiliki tujuan yakni untuk memperkuat identitas merek Frooz serta memberikan kesan yang lebih profesional dan rapi di mata pengunjung. Selain untuk mempercantik tampilan *booth*, seragam dan apron juga menjadi bagian dari strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Pemilihan seragam yang senada dengan warna identitas merek, ditambah desain apron yang *modern* dan praktis, membuat *booth* Frooz tampil lebih menarik. Banyak pengunjung yang memberikan komentar positif mengenai penampilan *booth*, sehingga pengeluaran untuk elemen dekorasi ini dinilai cukup efektif dalam mendukung tujuan pemasaran dan promosi produk selama kegiatan berlangsung.



Gambar 3.25 Desain baju Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Setelah mencatat dan menghitung seluruh pengeluaran untuk dekorasi, penulis juga menyusun perhitungan terkait modal penjualan keseluruhan yang digunakan pada saat *Demo Day*. Selain biaya dekorasi, terdapat pula pengeluaran untuk pembelian bahan baku, perlengkapan produksi, kemasan dan kebutuhan operasional lainnya. Total modal yang dikeluarkan Frooz untuk penjualan pertama ini sebesar Rp3.186.651,00. Angka ini menggambarkan modal awal yang cukup besar, terutama ini adalah kali pertama Frooz melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen.

Besarnya pengeluaran tersebut dipengaruhi berbagai faktor yang menjadi tantangan dalam proses persiapan. Salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya pengalaman dalam melakukan estimasi kebutuhan bahan baku, sehingga terjadi pembelian dalam jumlah yang lebih banyak daripada yang seharusnya. Selain itu, tim Frooz juga belum memiliki

supplier tetap pada saat itu, sehingga bahan-bahan yang dibeli cenderung memiliki harga yang berubah-ubah, terutama karena beberapa bahan utama merupakan produk musiman. Misalnya, buah-buahan segar yang menjadi komponen utama dalam smoothies memiliki harga yang berubah-ubah tergantung musim, ketersediaan, dan kualitas di pasaran. Hal ini menyebabkan biaya pembelian bahan baku menjadi tidak konsisten dan sulit diprediksi.

Kondisi tersebut juga mempengaruhi efisiensi pengeluaran tim Frooz. Beberapa perlengkapan yang dibeli secara terburu-buru menjelang *Demo Day* ternyata kurang optimal atau bahkan tidak terpakai. Namun, pengalaman ini menjadi pembelajaran penting bagi penulis dalam mengelola keuangan dan merencanakan penjualan secara lebih baik di masa mendatang. Dengan adanya pengalaman langsung dari penjualan pertama ini, Frooz dapat mulai mengevaluasi jumlah bahan yang dibutuhkan secara baik, melakukan negosiasi dengan *supplier* untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif, serta memperbaiki sistem pencatatan keuangan agar lebih rapi dan terstruktur. Gambar 3.26 merupakan modal yang dikeluarkan selama melakukan penjualan pertama Frooz.

MODAL DEMO DAY (4-6 DESEMBER 2024)			
No	Nama Barang	Jumlah	Harga
1	Pisang	2 dus	Rp320.000,00
2	Pisang	9 sisir	Rp254.715,00
3	Semangka	7 buah	Rp235.000,00
4	Nanas	23 buah	Rp346.500,00
5	Mangga	2 dus	Rp400.000,00
6	Mangga		Rp203.050,00
7	Strawberry		Rp600.000,00
8	Gula	5 kg	Rp87.500,00
9	Biokul	5 botol	Rp424.990,00
10	Plastik	2	Rp37.980,00
11	Sarung tangan	4	Rp52.778,00
12	Es batu	4	Rp64.000,00
13	Air		Rp41.000,00
14	Plastik		Rp119.138,00
			Rp3.186.651,00

Gambar 3.26 Modal Penjualan Demo Day Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Penulis bersama anggota tim Frooz melakukan penjualan kedua yang dilakukan di Universitas Pelita Harapan, dimana di kampus ini sedang mengadakan *bazaar*. Kegiatan ini merupakan penjualan kedua yang dilakukan oleh Frooz dalam rangka memperluas jangkauan pasar, mengenalkan produk kepada pasar yang lebih luas, serta mendapatkan pengalaman lebih dalam pengelolaan operasional penjualan di luar lingkungan kampus UMN.

Bazaar di UPH berlangsung selama lima hari, dalam kegiatan ini tim Frooz menempati satu area *booth* yang disediakan oleh panitia penyelenggara *bazaar*. Berbeda dengan *bazaar* sebelumnya, pada penjualan kali ini pihak penyelenggara tidak menyediakan beberapa

fasilitas dasar seperti meja untuk jualan, sehingga penulis bersama tim perlu mengalokasikan dana tambahan untuk memenuhi kebutuhan properti tersebut. Dengan adanya meja dapat mendukung kelancaran proses penjualan smoothies karena meja tersebut digunakan untuk proses produksi.

Pada penjualan kedua ini, tim Frooz tidak perlu lagi melakukan pembelian untuk keperluan dekorasi *booth*. Seluruh kebutuhan dekorasi yang telah dibeli dan digunakan pada kegiatan *Demo Day* sebelumnya masih dalam kondisi baik dan bisa dipakai, sehingga dapat digunakan kembali di lokasi penjualan yang baru. Hal ini dapat membuat Frooz melakukan penghematan yang signifikan sekaligus menunjukkan efisiensi dalam pemanfaatan aset bisnis yang telah dimiliki.

Secara keseluruhan, total modal yang dikeluarkan oleh Frooz selama lima hari pelaksanaan *bazaar* di UPH adalah sebesar Rp4.762.714,00. Jumlah ini mencakup pembelian bahan baku smoothies (buah segar, es batu, *yoghurt* dan bahan pelengkap lainnya), kemasan produk, biaya sewa serta biaya operasional harian seperti transportasi dan logistik.

Tingginya pengeluaran dalam penjualan kedua ini juga disebabkan oleh meningkatnya biaya operasional dan *volume* penjualan. Dibandingkan penjualan pertama yang hanya berlangsung tiga hari, kegiatan di UPH dilaksanakan selama lima hari berturut-turut, sehingga kebutuhan bahan baku dan logistik pun menjadi lebih besar.

Dengan mengikuti penjualan di bazaar UPH menjadi pengalaman penting yang memperkaya pemahaman tim Frooz dalam menjalankan aktivitas penjualan secara berkelanjutan. Melalui kegiatan ini, tim memperoleh wawasan lebih dalam mengenai manajemen stok, efisiensi pengeluaran, dan pelayanan kepada pelanggan. Seluruh data pengeluaran dan catatan transaksi telah penulis catat sebaik mungkin sehingga dapat menjadi dasar evaluasi dalam merancang strategi penjualan yang lebih efektif dan efisien untuk kegiatan bisnis Frooz di masa mendatang. Pada

gambar 3.27 merupakan rincian modal yang dikeluarkan selama melakukan penjualan di *Bazaar* Universitas Pelita Harapan.

MODAL UPH BAZAAR (10-14 MARET 2025)			
TANGGAL	Nama Barang	Jumlah	Harga
7/3/2025	Mangga local B	7 kg	Rp301.000,00
	Nanas	6 kg	Rp141.000,00
	Strawberry sortir	6 kg	Rp102.000,00
8/3/2025	Pisang	1 dus	Rp160.000,00
	Semangka	2 buah	Rp150.000,00
9/3/2025	Biokul	5 kg	Rp252.450,00
	Gula	4 kg	Rp70.000,00
10/3/2025	Mangga local B	7 kg	Rp301.000,00
	Nanas	6 kg	Rp141.000,00
	Strawberry sortir	6 kg	Rp102.000,00
10/3/2025	Pisang	1 dus	Rp150.000,00
	Semangka	4 buah	Rp200.000,00
10/3/2025	Es batu	1 pack	Rp16.000,00
	Air mineral	3 botol	Rp19.500,00
11/3/2025	Gula	2 kg	Rp35.000,00
12/3/2025	Mangga	7 kg	Rp375.000,00
	Pisang	1 dus	Rp150.000,00
13/3/2025	Biokul	2 kg	Rp100.980,00
	Pisang	3 sisir	Rp71.424,00
14/3/2025	Biokul	1 kg	Rp50.490,00
	Booth		Rp1.750.000,00
	Sedotan	1 bungkus	Rp17.000,00
	Plastik zip	2 pack	Rp26.000,00
	tissue	4 pack	Rp30.580,00
	air	5liter	Rp16.990,00
	sarung tangan	1 pack	Rp21.300,00
	tisu	2 bungkus	Rp12.000,00
TOTAL			Rp4.762.714,00

Gambar 3.27 Modal UPH *Bazaar* Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

Setelah melaksanakan penjualan kedua di *bazaar* Universitas Pelita Harapan (UPH), Frooz kembali melakukan kegiatan penjualan ketiga melalui sistem *pre-order*. Hal ini dilakukan karena tim Frooz belum menemukan lokasi yang sesuai untuk penjualan secara *offline*. Dengan sistem *pre-order*, pelanggan dapat memesan terlebih dahulu melalui media sosial, kemudian produk akan diproses dan dikirimkan sesuai jadwal yang

telah disepakati. Penjualan *pre-order* ini tidak memerlukan biaya untuk dekorasi atau penyewaan *booth*, sehingga pengeluaran yang dicatat hanya berfokus pada kebutuhan bahan baku dan kemasan. Seluruh proses produksi disesuaikan dengan jumlah pesanan masuk, sehingga lebih efisien dalam penggunaan bahan dan pengelolaan stok. Dalam penjualan *pre-order* pertama ini, Frooz berhasil menjual sebanyak 27 *cup smoothies*. Total modal yang dikeluarkan Frooz pada penjualan *pre-order* adalah sebesar Rp425.100,00 Pada gambar 3.28 merupakan modal yang dikeluarkan pada penjualan *pre-order* Frooz.

Keterangan	Harga
Bahan Baku (Buah, Yoghurt, dll.)	Rp324.000,00
Kemasan	Rp62.100,00
Biaya Transportasi	Rp39.000,00
TOTAL	Rp425.100,00

Gambar 3.28 Modal Penjualan OPEN PO Frooz

Sumber: Frooz (2025)

11. Membuat laporan penjualan

Penulis sebagai *Chief Finance Officer* (CFO) dalam bisnis Frooz membuat laporan penjualan agar dapat mengetahui produk yang paling diminati oleh konsumen berdasarkan data penjualan yang penulis catat. Informasi tersebut sangat berguna dalam menentukan produksi pada varian yang memiliki permintaan paling tinggi, sehingga dapat meningkatkan efisiensi. Selain itu, laporan penjualan juga membantu penulis dalam melakukan perencanaan stok secara lebih akurat, untuk memastikan ketersediaan bahan baku dan produk jadi tetap terjaga sesuai kebutuhan pasar. Dengan pencatatan ini, laporan penjualan tidak hanya berfungsi sebagai laporan pemantauan keuangan, tetapi juga mendukung pengambilan keputusan operasional yang lebih tetap. Pada gambar 3.29 merupakan laporan penjualan Frooz selama melakukan penjualan.

LAPORAN PENJUALAN				
DEMO DAY (4-6 DESEMBER 2024)				
No	Varian Produk	Jumlah	Harga	Total
1	Smooth Berry	93	Rp25.000,00	Rp2.325.000,00
2	Yellow Seasons	91	Rp23.000,00	Rp2.093.000,00
3	Tropical Frooz	73	Rp23.000,00	Rp1.679.000,00
TOTAL				Rp6.097.000,00
UPH BAZAAR (10-14 MARET 2025)				
No	Varian Produk	Jumlah	Harga	Total
1	Smooth Berry	124	Rp25.000,00	Rp3.100.000,00
2	Yellow Seasons	115	Rp23.000,00	Rp2.645.000,00
3	Tropical Frooz	63	Rp23.000,00	Rp1.449.000,00
TOTAL				Rp7.194.000,00
OPEN PO (28 APRIL 2025)				
No	Varian Produk	Jumlah	Harga	Total
1	Smooth Berry	8	Rp25.000,00	Rp200.000,00
2	Yellow Seasons	10	Rp23.000,00	Rp230.000,00
3	Tropical Frooz	9	Rp23.000,00	Rp207.000,00
TOTAL				Rp637.000,00

Gambar 3.29 Laporan Penjualan Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

12. Membuat laporan laba rugi setiap melakukan penjualan.

Sebagai *Chief Finance Officer* (CFO) penulis secara rutin menyusun laporan laba rugi setiap kali melakukan penjualan. Laporan laba rugi merupakan dokumen yang menyajikan data mengenai pendapatan, biaya, serta keuntungan atau kerugian yang dialami oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Dengan laporan ini kinerja keuangan sebuah bisnis dapat dipantau dan dianalisis secara jelas.

Tujuan utama penyusunan laporan laba rugi adalah untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja keuangan bisnis dengan

membandingkan total pendapatan yang masuk dengan total biaya yang telah dikeluarkan. Dengan hal ini, laporan laba rugi menjadi sangat penting untuk memantau kesehatan finansial bisnis secara berkala dan memastikan bahwa usaha berjalan sesuai target yang telah ditetapkan.

Informasi yang telah diperoleh dari laporan laba rugi membantu penulis dan tim dalam merencanakan langkah-langkah perbaikan, seperti mengurangi biaya yang tidak diperlukan, meningkatkan efisiensi produksi, atau menetapkan harga yang lebih kompetitif. Dengan adanya laporan laba rugi yang terperinci dan akurat, bisnis Frooz dapat lebih mudah mengidentifikasi periode yang menguntungkan maupun saat terjadi kerugian, sehingga dapat mengambil tindakan yang tepat untuk memaksimalkan keuntungan dan menjaga keberlangsungan bisnis. Pada gambar 3.30 merupakan laporan laba rugi bisnis Frooz selama melakukan penjualan.

Frooz		
Laporan Laba Rugi		
Desember 2024		
Pendapatan		
Penjualan Smoothies	Rp5.942.000,00	
Total Pendapatan		Rp5.942.000,00
Harga Pokok Penjualan (HPP)		
Bahan Baku (Buah, Susu, dll.)	Rp3.186.651,00	
Kemasan	Rp533.000,00	
Total HPP		Rp3.719.651,00
Laba Kotor (Total Pendapatan - HPP)		Rp2.222.349,00
Beban Operasional		
Biaya Transportasi	Rp400.000,00	
Total Beban Operasional		Rp400.000,00
Laba Bersih (Laba Kotor - Beban Operasional)		Rp1.822.349,00

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Frooz		
Laporan Laba Rugi		
Maret 2025		
Pendapatan		
Penjualan Smoothies	Rp6.985.200,00	
Total Pendapatan		Rp6.985.200,00
Harga Pokok Penjualan (HPP)		
Bahan Baku (Buah, Susu, dll.)	Rp2.914.844,00	
Kemasan	Rp605.900,00	
Total HPP		Rp3.520.744,00
Laba Kotor (Total Pendapatan - HPP)		Rp3.464.456,00
Beban Penjualan		
Biaya lain-lain	Rp224.770,00	
Total Beban Penjualan		Rp224.770,00
Beban Sewa		
Biaya Sewa	Rp1.750.000,00	
Total Beban Sewa		Rp1.750.000,00
Beban Operasional		
Biaya Transportasi	Rp395.000,00	
Total Beban Operasional		Rp395.000,00
Laba Bersih		Rp1.094.686,00

Frooz		
Laporan Laba Rugi		
April 2025		
Pendapatan		
Penjualan Smoothies	Rp660.000,00	
Total Pendapatan		Rp660.000,00
Harga Pokok Penjualan (HPP)		
Bahan Baku (Buah, Yoghurt, dll.)	Rp324.000,00	
Kemasan	Rp62.100,00	
Total HPP		Rp386.100,00
Laba Kotor (Total Pendapatan - HPP)		Rp273.900,00
Beban Operasional		
Biaya Transportasi	Rp39.000,00	
Total Beban Operasional		Rp39.000,00
Laba Bersih (Laba Kotor - Beban Operasional)		Rp234.900,00

Gambar 3.30 Laporan Laba Rugi Bisnis Frooz

Sumber: Frooz (2025)

13. Demo Day

Dalam mengikuti kegiatan *Demo Day*, penulis bersama tim Frooz melakukan berbagai persiapan yang bertujuan untuk menampilkan hasil terbaik dalam setiap rangkaian program yang telah ditetapkan oleh penyelenggara. *Demo Day* terdiri dari tiga aktivitas utama, yaitu *pitching session*, *scoring*, dan *exhibition*. Pada sesi *pitching*, seluruh anggota tim diwajibkan untuk mempresentasikan ide dan perkembangan bisnis Frooz di hadapan para mentor panelis, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab untuk menguji pemahaman tentang bisnis yang dipresentasikan. Selanjutnya pada sesi *scoring*, tim akan dinilai berdasarkan prospek bisnis secara menyeluruh, potensi pasar, dan keunikan ide yang disampaikan. Sedangkan pada sesi *exhibition*, setiap startup wajib memamerkan produk atau prototipe bisnisnya, berinteraksi langsung dengan pengunjung, serta memberikan penjelasan mengenai produk atau solusi yang ditawarkan dan mengumpulkan *feedback* secara langsung dari calon pelanggan.

Untuk mendukung kelancaran dan keberhasilan kegiatan *Demo Day*, tim Frooz mempersiapkan beberapa hal penting. Pertama, tim menyusun versi terbaru *pitch deck* yang telah disesuaikan dengan perkembangan terbaru bisnis Frooz, sehingga informasi yang disampaikan relevan. Kedua, tim menyiapkan hasil prototipe atau display produk untuk ditampilkan selama sesi pameran untuk menarik perhatian pengunjung dan memperkuat branding produk. Ketiga, mempersiapkan *feedback form* yang akan digunakan untuk mengumpulkan insight dan masukan dari para pengunjung sebagai bahan evaluasi. Terakhir, tim menyediakan tester produk Frooz agar pengunjung dapat langsung mencoba produk yang ditawarkan. Seluruh persiapan ini dilakukan secara terkoordinasi agar menghasilkan yang terbaik untuk bisnis Frooz.

14. Break Even Point (BEP) Bisnis Frooz selama 3 bulan mendatang (Agustus, September, dan Oktober)

Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Sewa tempat (untuk 3 bulan): Rp6.000.000,00

Pembuatan booth: Rp8.000.000,00

Tambahan blender: Rp2.000.000,00

Total Biaya Tetap = Rp6.000.000,00 + Rp8.000.000,00 + Rp2.000.000,00
= Rp16.000.000,00

Biaya *Utilitas* (Listrik)

Beban Utilitas/bulan = Rp600.000,00

Biaya utilitas selama 3 bulan = Rp600.000,00 x 3 = Rp1.800.000,00

Total *Fixed Cost* untuk 3 bulan

Biaya Tetap + Biaya Utilitas

Rp16.000.000,00 + Rp1.800.000,00

Rp17.800.000,00

Biaya Variabel dan Harga Jual

Harga Jual/*cup* - Biaya variabel/*cup* - Margin/*cup*

Rp28.000,00 - Rp10.000,00 - Rp18.000,00

Rp26.000,00 - Rp8.000,00 - Rp18.000,00

Untuk margin/*cup* dari semua varian minuman sama yaitu Rp18.000,00.

Break even point (BEP) untuk penjualan *offline* selama 3 bulan

BEP (unit) = Total *Fixed Cost*/Margin per *cup*

BEP (unit) = Rp17.800.000,00/Rp18.000,00

BEP (unit) = 989 *cup*

Berdasarkan perhitungan *Break Even Point* (BEP) selama tiga bulan ke depan (Agustus, September, dan Oktober), bisnis Frooz perlu menjual setidaknya 989 *cup* smoothies untuk mencapai titik impas atau balik modal. Jumlah tersebut diperoleh dari total biaya tetap sebesar Rp17.800.000, yang mencakup biaya sewa tempat, pembuatan *booth*,

pembelian tambahan blender, serta estimasi beban utilitas listrik. Dengan margin sebesar Rp18.000 per *cup*, Frooz perlu menjual rata-rata sekitar 330 *cup* per bulan atau sekitar 11 *cup* per hari. Pencapaian BEP ini menjadi target minimum penjualan agar bisnis tidak mengalami kerugian dan dapat mulai memperoleh keuntungan setelahnya.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan oleh penulis selama menjadi *Chief Finance Officer* di Frooz, yaitu:

1. Belum memiliki pengalaman dalam dunia bisnis

Sebagai seorang mahasiswa yang baru pertama kali terlibat langsung dalam pengelolaan sebuah bisnis, penulis menghadapi beberapa tantangan dalam menjalankan peran sebagai *Chief Finance Officer* (CFO) di Frooz. Sedikitnya pengalaman dalam dunia bisnis membuat penulis harus belajar banyak hal secara mandiri maupun melalui bimbingan dari mentor dan dosen pembimbing. Beberapa kesulitan yang dialami antara lain adalah dalam menyusun anggaran belanja yang efisien, mencatat transaksi keuangan secara terstruktur, serta membuat laporan keuangan yang sesuai standar pada umumnya.

2. Perhitungan Bahan Baku yang Berubah-ubah

Pada awal menjalankan bisnis Frooz, penulis sebagai *Chief Finance Officer* bertanggung jawab dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi untuk setiap produk yang dijual. Perhitungan HPP ini berdasarkan bahan-bahan yang digunakan selama proses produksi, terutama bahan utama yaitu buah-buahan. Namun, penulis mendapatkan kendala dalam membuat HPP karena bahan baku yang tidak stabil atau berubah-ubah. Buah-buahan sebagai bahan utama memiliki harga yang sangat bergantung terhadap musiman buah. Perubahan harga ini dapat terjadi dengan selisih harga yang cukup signifikan. Misalnya, ketika suatu

jenis buah seperti mangga sedang tidak musim, harga bisa meningkat sangat tinggi, namun saat sedang musim harga dapat sangat turun. Ketidakpastian harga ini dapat menyulitkan bagian keuangan dalam perhitungan HPP.

3. Stok Penjualan yang Kurang

Saat pertama kali Frooz melakukan penjualan di *Demo Day*, di hari pertama penjualan mengalami kehabisan stok bahan baku. Hal ini dikarenakan penulis dan anggota tim belum mengetahui peminat dari Frooz sangat banyak, sehingga anggota tim tidak menyiapkan stok bahan baku yang cukup. Dengan habisnya stok bahan baku penulis dan anggota tim perlu melakukan pembelian bahan baku dan menyiapkan stok untuk penjualan di hari berikutnya. Hal ini menjadi kendala bagi penulis karena habisnya waktu untuk menyiapkan segala bahan baku dan juga stok.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan oleh penulis sebagai *Chief Finance Officer*, yaitu:

1. Belum memiliki pengalaman dalam dunia bisnis

Sebagai *Chief Finance Officer*, penulis menggunakan beberapa cara untuk mengatasinya dengan pembelajaran dan penyesuaian selama menjadi *Chief Finance Officer* di Frooz. Penulis secara aktif belajar mandiri untuk memahami dasar-dasar keuangan bisnis, seperti penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB), pencatatan arus kas, dan pembuatan laporan keuangan sederhana. Selain itu, penulis memanfaatkan kesempatan bimbingan dari mentor dan dosen pembimbing untuk mendapatkan arahan yang lebih tepat, termasuk dalam menyusun laporan dan mempresentasikan data keuangan.

2. Perhitungan Bahan Baku yang Berubah-ubah

Untuk mengatasi kendala tersebut penulis sebagai CFO menetapkan harga bahan baku berdasarkan rata-rata harga yang diperoleh dari beberapa *supplier*. Penetapan harga ini dilakukan berdasarkan harga bahan baku utama saat berada dalam kondisi harga tertinggi (saat tidak musim). Dengan hal ini, perhitungan harga pokok produksi yang digunakan telah mempertimbangkan potensi kenaikan harga di masa mendatang. Hal ini bertujuan agar stabilitas margin keuntungan tetap terjaga, meskipun terjadi perubahan harga bahan baku di pasaran baik naik maupun turun tidak akan berdampak signifikan terhadap keuntungan yang diperoleh bisnis Frooz.

3. Stok Penjualan yang Kurang

Dalam mengatasi kendala kurangnya stok dalam penjualan Frooz berikutnya penulis dan anggota tim melakukan perbaikan strategi dalam perencanaan stok. Cara yang dilakukan adalah dengan mengestimasi kebutuhan bahan baku berdasarkan hasil penjualan yang dilakukan pada saat *Demo Day*. Anggota tim juga telah melakukan strategi dengan menyiapkan stok cadangan untuk mengantisipasi adanya permintaan yang lebih. Penulis juga berkoordinasi langsung dengan operasional terkait pembelian bahan baku dan kebutuhan produksi lebih awal.