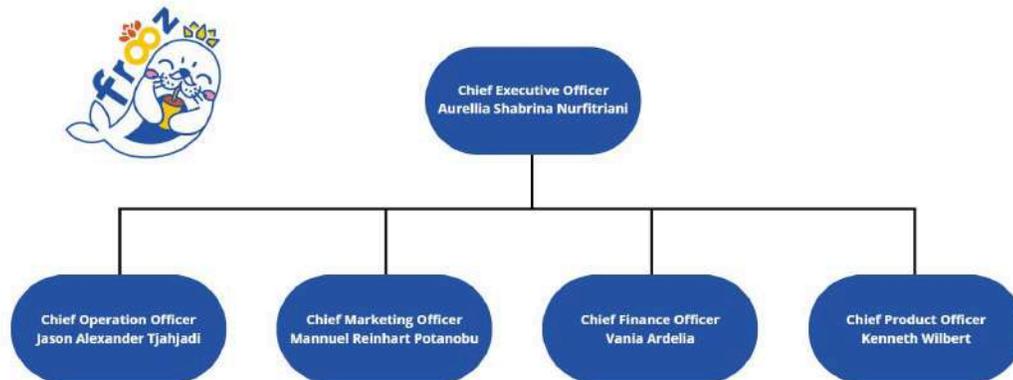


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



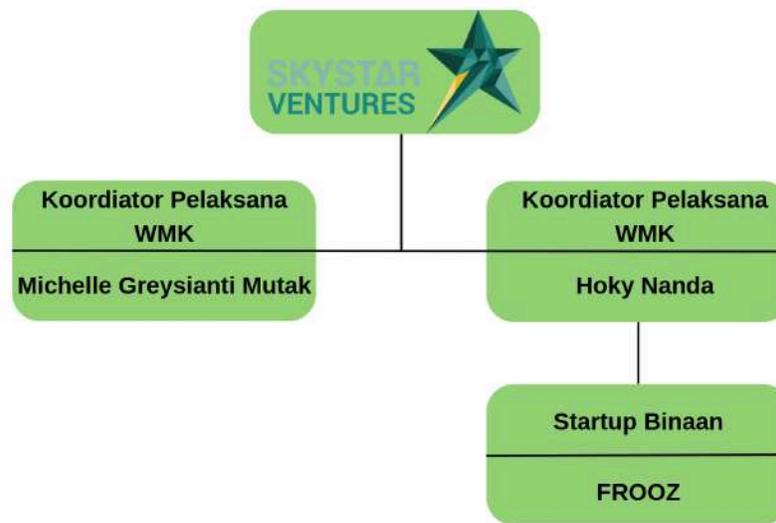
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Frooz

Dalam struktur organisasi Frooz, penulis memegang peran sebagai Chief Operation Officer (COO), yang memiliki tanggung jawab utama dalam memastikan bahwa seluruh aktivitas Operasional bisnis dapat berjalan dengan efisien, terstruktur, dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan, Peran ini menempatkan penulis sebagai pihak yang harus mampu menjembatani kebutuhan lapangan dengan strategi bisnis secara keseluruhan, serta menjadi penagambil keputusan dalam hal produksi, logistik, pengelolaan tim operasional, hingga kontrol kualitas produk. Setiap kegiatan operasional yang dilakukan selalu di arahkan untuk menjamin kepuasan pelanggan dan mendukung keberlangsungan Frooz di tengah pasar yang kompetitif.

Sebagai COO, penulis juga terlibat aktif dalam rapat evaluasi bersama CEO dan anggota tim lainnya. Keputusan-keputusan strategis yang menyangkut peningkatan efisiensi produksi, pengelolaan sumber daya, hingga sistem distribusi banyak dipengaruhi oleh analisis dan evaluasi operasional yang dilakukan penulis secara rutin. Dalam menjalankan tugasnya, penulis juga berkoordinasi erat dengan tim marketing dan keuangan untuk memastikan bahwa operasional yang dilakukan selalu mendukung strategi pemasaran dan kondisi keuangan.

Selama mengikuti program magang di Skystar Ventures, tim Frooz berhasil melakukan berbagai perbaikan signifikan dalam operasional bisnis. Salah satunya adalah penyusunan dan

penerapan SOP produksi yang membuat proses pembuatan smoothies menjadi lebih efisien dan higienis. Selain itu, sistem manajemen stok yang semula dilakukan secara manual telah ditingkatkan dengan penggunaan spreadsheet digital sehingga meminimalisir kesalahan pencatatan bahan baku. Di bidang distribusi, tim kini bekerja sama dengan layanan logistik online untuk mengatasi keterbatasan transportasi pribadi. Perbaikan juga terlihat dalam pembagian tugas yang lebih terstruktur, memungkinkan pengawasan booth yang lebih optimal saat event. Tidak hanya itu, melalui bimbingan dari Skystar Ventures, tim berhasil menyusun pitch deck bisnis yang lebih terarah dan mendapatkan wawasan baru mengenai validasi ide bisnis serta strategi pemasaran yang efektif. Semua improvement ini memberikan dampak positif terhadap efisiensi kerja tim, kualitas produk, hingga peningkatan pengalaman pelanggan Frooz.



Gambar 3.2 Struktur Koordinasi Skystar Ventures

Selain menjalankan peran internal di dalam tim Frooz, penulis juga menjalin hubungan kerja dan koordinasi eksternal dengan pihak Skystar Ventures, selaku inkubator bisnis tempat Frooz dibina selama program magang berlangsung. Dalam hubungan ini, penulis mendapatkan pendampingan dari mentor yang berpengalaman, khususnya Bapak Hoky Nanda selaku Koordinator Pelaksana WMK. Hubungan ini sangat berperan penting dalam pengembangan Frooz secara menyeluruh. Sepanjang masa magang, komunikasi antara penulis, tim Frooz, dan pihak Skystar Ventures dilakukan secara intensif, baik melalui pertemuan langsung maupun media daring atau online. Sesi bimbingan mingguan menjadi ajang untuk melakukan brainstorming ide, meninjau progress bisnis, serta mendapatkan saran yang membangun terkait

tantangan-tantangan yang dihadapi selama menjalankan operasional bisnis. Koordinasi yang berjalan secara konsisten tidak hanya memberikan arahan yang jelas bagi Frooz, tetapi juga menciptakan suasana kerja kolaboratif antara mentor dan peserta magang.

Melalui sistem pendampingan yang terstruktur, Frooz mendapatkan banyak masukan yang berharga, khususnya dalam hal strategi pertumbuhan bisnis dan inovasi produk. Diskusi-diskusi yang terbangun selama sesi mentoring banyak membahas dinamika pasar, tren konsumen, hingga pendekatan pemasaran yang lebih mudah dibentuk. Penulis, dalam peran sebagai COO, secara aktif menerjemahkan masukan-masukan tersebut ke dalam langkah-langkah operasional yang nyata, demi meningkatkan performa Frooz di pasar dan mendorong tercapainya target penjualan yang ditetapkan oleh Skystar Ventures.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Sebagai Chief Operating Officer (COO) di Frooz dalam program inkubasi Skystar Ventures, penulis memiliki peran penting dalam mengelola operasional harian bisnis serta memastikan setiap aspek kegiatan produksi dan distribusi berjalan dengan efisien. Posisi ini menuntut kemampuan dalam menyusun alur kerja yang efektif, mengatur sumber daya, serta menjaga kualitas produk agar tetap konsisten dan sesuai standar yang telah ditetapkan.

Penulis juga bertanggung jawab dalam merancang sistem kerja yang terstruktur, melakukan uji coba produk, serta bekerja sama dengan tim lain untuk menyukseskan peluncuran Frooz. Dengan adanya bimbingan dari mentor Skystar Ventures, penulis memperoleh wawasan dan praktik langsung mengenai bagaimana menjalankan operasi bisnis secara profesional dan terukur.

3.2.1 Tugas dan Aktivitas Pekerjaan Selama Magang

Berikut merupakan tugas utama dan aktivitas yang dijalankan selama magang di Skystar Ventures dan Frooz sebagai COO:

Tabel Proses Magang Frooz

No	Pekerjaan yang telah dilaksanakan	Tujuan
1.	Perancangan SOP (Standard Operating Procedure) untuk produksi	Membangun panduan kerja yang sistematis supaya proses produksi berjalan konsisten, higienis, dan sesuai standar yang ditentukan.
2.	Uji coba produk (formulasi resep smoothies)	Seluruh anggota kelompok melakukan eksperimen dan pengujian rasa untuk mendapatkan kombinasi buah dan bahan tambahan yang optimal dari segi rasa dan nutrisi.
3.	Penyusunan kebutuhan bahan baku dan peralatan	Mengidentifikasi kebutuhan produksi, mulai dari bahan baku hingga peralatan pendukung untuk memastikan kelancaran proses operasional.
4.	Pemilihan dan evaluasi vendor bahan baku	Melakukan riset dan negosiasi dengan supplier bahan baku untuk menjamin kualitas dan kelanjutan supplier dengan harga yang terjangkau.
5.	Koordinasi dengan bagian Finance untuk pengelolaan biaya operasional	Bekerja sama dengan tim Finance untuk menyusun anggaran operasional dan menjaga efisiensi biaya
6.	Manajemen stok bahan dan produk jadi	Mengelola inventaris bahan baku serta produk akhir untuk mencegah kelebihan atau kekurangan stok yang dapat menghambat operasional.

7.	Pengawasan kegiatan penjualan offline	Memastikan operasional booth dan aktivitas penjualan di lapangan berjalan lancar, mulai dari persiapan hingga eksekusi penjualan.
8.	Membuat Pitch Deck ide bisnis	Tim bersama penulis menyusun presentasi yang menarik dan penuh informasi untuk menggambarkan ide bisnis, struktur model bisnis, dan peluang pasar Frooz kepada calon investor, mentor, serta pihak-pihak yang berkepentingan.
9.	Hasil dari setiap pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> - Perancangan SOP Produksi : Alur kerja lebih terstruktur dan waktu menjadi lebih efisien. - Uji coba produk (Formulasi Resep Smoothies) : Berhasil ditetapkan 3 varian rasa unggulan yaitu, Smooth Berry, Yellow Seasons, Tropical Frooz. - Penyusunan kebutuhan bahan baku dan peralatan : Membantu proses perencanaan pembelian menjadi lebih terkontrol. - Pemilihan dan evaluasi vendor bahan baku : Vendor bahan baku berkualitas dan terjangkau berhasil ditetapkan.

		<ul style="list-style-type: none"> - Koordinasi dengan finance untuk pengelolaan biaya operasional : Biaya operasional produksi dan penjualan terkontrol sesuai budget dan tidak terjadi pemborosan biaya. - Manajemen stok bahan dan produk jadi : Tidak terjadi kekurangan atau kelebihan stok. - Pengawasan kegiatan penjualan offline : Penataan booth dan pelayanan sesuai standar SOP. - Pembuatan pitch deck ide bisnis : Mendapat masukan untuk penyempurnaan strategi bisnis Frooz.
--	--	--

Tabel 1.1 [Proses Magang Frooz](#)

3.2.2 Uraian Pekerjaan Magang

1.) Perancangan SOP (Standard Operating Procedure) untuk Produksi

Tujuan dari perancangan SOP (Standard Operating Procedure) untuk produksi adalah untuk membentuk pedoman kerja yang sistematis agar seluruh rangkaian proses produksi di Frooz dapat dilakukan secara terstruktur, konsisten, efisien, dan sesuai standar yang telah ditetapkan. Dalam pembuatan SOP ini Penulis dibantu oleh CEO (Chief Executive Officer). Beberapa alasan utama dari tujuan ini antara lain:

- **Menjamin Konsistensi Produk**

Dengan adanya SOP, setiap anggota tim produksi memiliki acuan yang jelas dalam menjalankan setiap langkah produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, pencucian,

pemotongan, blending, hingga pengemasan. Hal ini memungkinkan setiap batch produk memiliki kualitas dan rasa yang setara, terlepas dari siapa yang mengerjakannya atau kapan produksi dilakukan.

- **Menjaga Kebersihan dan Keamanan Pangan**

SOP disusun untuk memastikan semua proses dilakukan dengan memperhatikan standar higienitas yang tinggi. Ini mencakup penggunaan alat pelindung diri seperti: sarung tangan, masker, serta prosedur sanitasi untuk peralatan dan lingkungan kerja. Tujuannya adalah untuk meminimalkan risiko kontaminasi dan menjaga supaya produk Frooz aman dikonsumsi, sesuai dengan prinsip food safety.

- **Meningkatkan Efisiensi Kerja**

Dengan prosedur kerja yang terstruktur, waktu produksi dapat lebih terkontrol dan efisien. SOP menghindarkan kebingungan atau kesalahan teknis, karena setiap orang tahu apa yang harus dilakukan, dalam urutan apa, dan bagaimana standar pelaksanaannya. Ini membantu mempercepat proses produksi tanpa mengorbankan kualitas.

- **Menjadi Dasar Pelatihan untuk Anggota Baru**

SOP berfungsi sebagai dokumen pelatihan yang sangat penting bagi anggota tim baru. Dengan mengikuti SOP, anggota baru dapat lebih cepat memahami alur kerja dan standar kualitas yang diharapkan, sehingga proses onboarding menjadi lebih cepat dan efektif atau efisien.

- **Menjamin Kepatuhan terhadap Standar Internal dan Eksternal**

SOP dirancang untuk mematuhi standar operasional internal Frooz sekaligus dapat dijadikan dasar untuk menyesuaikan diri dengan standar industri makanan dan minuman apabila Frooz ingin mendapatkan sertifikasi di masa mendatang, seperti sertifikasi P-IRT, BPOM, atau Halal.

Persiapan Bahan Baku :

- Bahan baku harus dipesan pada pemasok yang telah disepakati.

- Pemeriksaan bahan baku secara menyeluruh sebelum diproduksi.
- Penakaran buah perlu dilakukan maksimal satu hari sebelum melakukan penjualan.
- Buah yang telah ditakar perlu disimpan dalam freezer minimal satu hari. Yogurt serta gula cair disimpan di dalam kulkas (non-freezer).

Proses Produksi :

- Wajib menggunakan sarung tangan dan masker ketika proses produksi smoothies.
- Siapkan takaran untuk bahan baku pendukung (yogurt, air, gula cair, es batu).
- Masukkan buah beku dan bahan baku pendukung ke dalam blender.
- Lalu blender semua bahan maksimal 2 menit, hingga lembut dan padat.
- Pastikan seluruh bahan sudah di blender dengan baik sebelum dimasukkan ke dalam packaging.

Pengemasan Smoothies :

- Sebelum sampai ke tangan konsumen pastikan packaging bersih.
- Selalu sediakan sedotan dan plastik kecil untuk konsumen.
- Pastikan smoothies yang sudah jadi langsung sampai ke tangan konsumen, untuk mencegah terjadinya perubahan tekstur smoothies.

Standar Pelayanan :

- Pastikan booth Frooz selalu bersih dan tampil menarik.
- Wajib menggunakan seragam Frooz ketika melakukan penjualan.
- Berikan pelayan yang ramah untuk konsumen.
- Hanya menerima transaksi digital melalui Qris.
- Setiap transaksi perlu dilakukan pencatatan.

2.) Uji coba produk (formulasi resep smoothies)

Uji coba produk atau formulasi resep smoothies merupakan salah satu tahap paling penting dalam proses pengembangan awal bisnis Frooz. Tahap ini bertujuan untuk menciptakan

produk minuman yang tidak hanya enak secara rasa, tetapi juga memiliki kualitas tekstur dan tampilan yang menarik serta sesuai dengan identitas produk Frooz: smoothies yang lembut, segar, alami, dan menyenangkan untuk dikonsumsi.

Proses uji coba ini dilakukan secara kolaboratif oleh seluruh anggota tim Frooz, di mana setiap orang ikut berkontribusi dalam ide, eksperimen rasa, dan evaluasi hasil. Aktivitas ini dimulai dengan memilih berbagai kombinasi buah yang umum disukai oleh banyak orang, seperti mangga, pisang, stroberi, nanas, dan buah naga. Kemudian, buah-buahan ini dicampur dalam takaran berbeda untuk menemukan perpaduan rasa yang pas antara manis, asam, dan kesegaran alami. Selain itu, bahan tambahan seperti yogurt dan madu digunakan untuk menambah cita rasa dan memperkaya tekstur tanpa menggunakan bahan buatan seperti sirup atau perisa kimia.

Selama proses ini, tim Frooz menjalankan metode trial and error atau coba-coba dengan banyak varian takaran. Setiap percobaan dicicipi bersama, lalu tim berdiskusi untuk menilai aspek rasa, konsistensi tekstur (apakah terlalu cair atau terlalu kental), serta penampilan visual dari smoothies yang dihasilkan. Penampilan produk juga menjadi perhatian penting karena target pasar Frooz adalah anak muda dan mahasiswa yang umumnya menyukai makanan dan minuman yang tidak hanya enak, tetapi juga terlihat menarik secara visual.

Semua hasil uji coba tersebut dicatat secara rinci, mulai dari bahan yang digunakan, takarannya, hasil akhir, hingga komentar dan saran dari tim. Dengan catatan ini, tim dapat dengan mudah meninjau kembali formulasi yang pernah dicoba dan mengembangkan versi yang lebih baik dari waktu ke waktu.

Hasil dari proses panjang ini adalah terciptanya tiga varian rasa utama Frooz yang saat ini ditawarkan kepada konsumen, yaitu:

1. Smooth Berry = kombinasi buah stroberi dan pisang, dengan rasa manis segar yang cocok untuk pecinta rasa buah yang klasik.
2. Yellow Seasons = campuran mangga dan pisang, memberikan rasa tropis yang creamy dan cocok dinikmati kapan saja.

3. Tropical Frooz = perpaduan nanas, buah naga, dan sedikit jeruk, menghasilkan sensasi menyegarkan yang cocok untuk cuaca panas.

Ketiga varian ini dipilih karena memiliki keseimbangan rasa yang menarik, cocok dengan lidah masyarakat, dan mampu mewakili karakter produk Frooz secara keseluruhan.

Lebih dari sekadar mencari rasa yang enak, uji coba ini juga menjadi sarana pembelajaran tim untuk memahami standar produksi minuman yang baik mulai dari pemilihan bahan baku yang segar, teknik pengolahan yang higienis, hingga cara menjaga konsistensi rasa di setiap proses produksi. Semua pengetahuan dan pengalaman ini nantinya sangat penting untuk memastikan Frooz bisa menyediakan produk yang berkualitas secara berkelanjutan ketika sudah mulai dijual secara luas.

Dengan proses uji coba yang teliti dan menyeluruh, Frooz berhasil membangun fondasi produk yang kuat sebelum diluncurkan ke pasar. Hal ini menjadi kunci penting dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap brand Frooz sebagai penyedia smoothies yang tidak hanya sehat dan alami, tetapi juga nikmat dan terpercaya.

Gambar 3.3 di bawah ini merupakan dokumentasi proses uji coba produk yang dilakukan oleh tim Frooz.



Gambar 3.3 Uji Coba Produk

3.) Penyusunan kebutuhan bahan baku dan peralatan

Penyusunan kebutuhan bahan baku dan peralatan merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam tanggung jawab Chief Operating Officer (COO) Frooz, terutama dalam mendukung kelancaran proses produksi smoothies. Langkah ini sangat krusial karena menjadi fondasi awal dari proses operasional yang efisien, terorganisir, dan berkualitas. Dengan menyusun daftar kebutuhan secara tepat, tim Frooz dapat meminimalkan risiko gangguan produksi akibat kekurangan bahan, mencegah pemborosan karena kelebihan stok, serta menjaga agar anggaran tetap terkontrol.

Langkah awal dalam proses ini adalah melakukan identifikasi terhadap bahan baku utama yang digunakan untuk membuat produk smoothies Frooz. Bahan-bahan ini terdiri dari buah-buahan segar dan beku yang menjadi komponen inti dari setiap varian rasa. Beberapa buah yang biasa digunakan antara lain:

- Stroberi
- Pisang

- Mangga
- Semangka
- Nanas
- Buah naga

Selain itu, digunakan juga bahan tambahan alami seperti yogurt plain untuk memberikan tekstur yang lebih creamy dan rasa yang lebih kaya. Semua bahan ini dipilih dengan hati-hati berdasarkan kualitas, kesegaran, dan kesesuaian dengan karakteristik smoothies Frooz yang ingin disajikan kepada konsumen.

Tidak hanya fokus pada bahan baku utama, COO juga menyusun daftar bahan pelengkap dan kebutuhan operasional lainnya, yang mencakup:

- Es batu dan air mineral sebagai bagian dari proses blending.
- Kemasan ramah lingkungan seperti paper cup, tutup cup, dan sedotan.
- Stiker label produk yang berfungsi sebagai identitas brand sekaligus alat promosi visual.
- Tissue food grade untuk menjaga kebersihan selama proses produksi dan penyajian.

Setiap kebutuhan dicatat dengan jumlah yang disesuaikan berdasarkan estimasi target produksi dan penjualan. Misalnya, jika Frooz menargetkan untuk menjual 200 cup smoothies dalam satu minggu, maka bahan baku dan perlengkapan yang dibeli harus mencukupi untuk memenuhi target tersebut, ditambah cadangan kecil untuk antisipasi.

Selain bahan, peralatan produksi juga menjadi bagian penting dalam proses penyusunan

kebutuhan. COO mencatat dan memastikan semua peralatan tersedia, dalam kondisi baik, dan siap digunakan. Beberapa peralatan penting yang dibutuhkan antara lain:

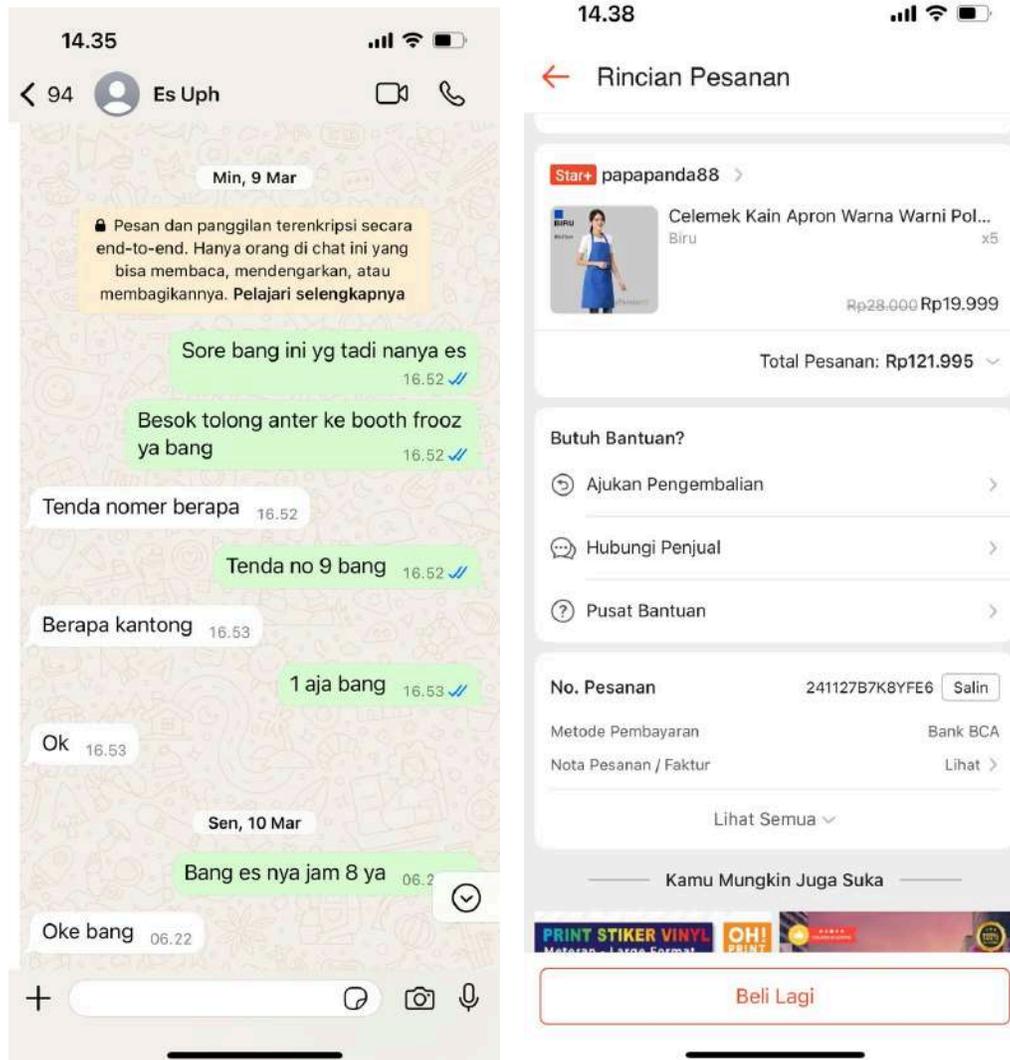
- Blender berkapasitas besar untuk mempercepat proses pembuatan smoothies dalam jumlah banyak.
- Freezer untuk menyimpan buah beku agar tetap segar dan tahan lama.
- Timbangan digital dan alat ukur untuk memastikan takaran bahan konsisten di setiap batch produksi.
- Rak penyimpanan supaya area kerja lebih rapi dan terorganisir.
- Alat sanitasi seperti sarung tangan sekali pakai, apron, dan tisu khusus makanan yang mendukung kebersihan selama produksi.

Dalam pelaksanaannya, COO juga memperhitungkan kondisi dan anggaran tim. Karena Frooz masih berada dalam tahap awal pengembangan, efisiensi menjadi hal yang sangat penting. Oleh karena itu, semua kebutuhan dibuat dengan cermat, tidak hanya dari sisi jumlah, tetapi juga dari sisi harga, kualitas, dan daya tahan peralatan atau bahan tersebut.

Penyusunan kebutuhan ini bukan hanya penting untuk kelancaran produksi sehari-hari, tetapi juga menjadi dasar dalam pencatatan keuangan, pelaporan kepada tim Finance, serta menjadi acuan saat Frooz akan mengikuti event seperti bazaar atau promosi kampus. Dengan data kebutuhan yang jelas dan terperinci, semua tim bisa bekerja lebih terarah dan saling terkoordinasi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa proses operasional Frooz dijalankan secara profesional dan terstruktur. COO memastikan bahwa setiap aspek produksi sudah dipersiapkan sebaik mungkin, sehingga produk yang dihasilkan tetap konsisten dalam kualitas, serta proses produksi bisa berjalan lancar dan efisien.

Gambar 3.4 di bawah ini menunjukkan dokumentasi pembelian peralatan yang diperlukan oleh tim Frooz dalam mendukung kegiatan produksi smoothies.



14.39



← Rincian Pesanan

Star+ Samwoshop Official >

 **BOX STEREOFOAM MULTIFUNGSI UK....** x1
Rp54.880

 **Proteksi Kerusakan +**
Active till 26-05-2025 Rp625 x1 >

Total Pesanan: Rp70.505 ▾

Butuh Bantuan?

-  Ajukan Pengembalian >
-  Hubungi Penjual >
-  Pusat Bantuan >

No. Pesanan 241127B569M23S

Metode Pembayaran Bank BCA

Nota Pesanan / Faktur

Beli Lagi

14.39



← Rincian Pesanan

Mall ORI Hayylife Official Shop >

 **Hayylife Set Pisau Dapur Stainless Ste...** x1
Rp450.000 ~~Rp199.999~~

 **Hayylife Liontin Huruf - Gantungan Kunci**
Aksesoris Kreatif dengan Huruf Alphabets
Terbuat dari Logam Emas HL-FCF875 **Gratis**

Total Pesanan: Rp200.999 ▾

Butuh Bantuan?

-  Ajukan Pengembalian >
-  Hubungi Penjual >
-  Pusat Bantuan >

No. Pesanan 241108PKEVR2QF

Metode Pembayaran Bank BCA

Nota Pesanan / Faktur

Kamu Mungkin Juga Suka

Beli Lagi

14.39



← Rincian Pesanan

Star+ GoldSinar >

LIVE Flash sale diskon murah Tonton Sekarang

 Botol Kaca Tempat Bumbu Botol Miny...
GAGANG 300ML x1
Rp15.500

 Proteksi Kerusakan +
Active till 13-05-2025 Rp500 x1 >

 Botol Kaca Tempat Bumbu Botol Miny...
GAGANG 630ML x1
Rp19.000

 Proteksi Kerusakan +
Active till 13-05-2025 Rp500 x1 >

Total Pesanan: Rp49.000 ▾

Butuh Bantuan?

-  Ajukan Pengembalian >
-  Hubungi Penjual >
-  Pusat Bantuan >

Beli Lagi

14.39



← Rincian Pesanan

Star+ Jaya Indah Makmur >

 BEST SELLER Jigger Acrylic 10/20ml 20/40ml | Jigg...
10&20ml,Dengan Bubble x1
Rp6.900

 Proteksi Kerusakan +
Active till 13-05-2025 Rp500 x1 >

 BEST SELLER Jigger Acrylic 10/20ml 20/40ml | Jigg...
20&40ml,Dengan Bubble x1
Rp7.900

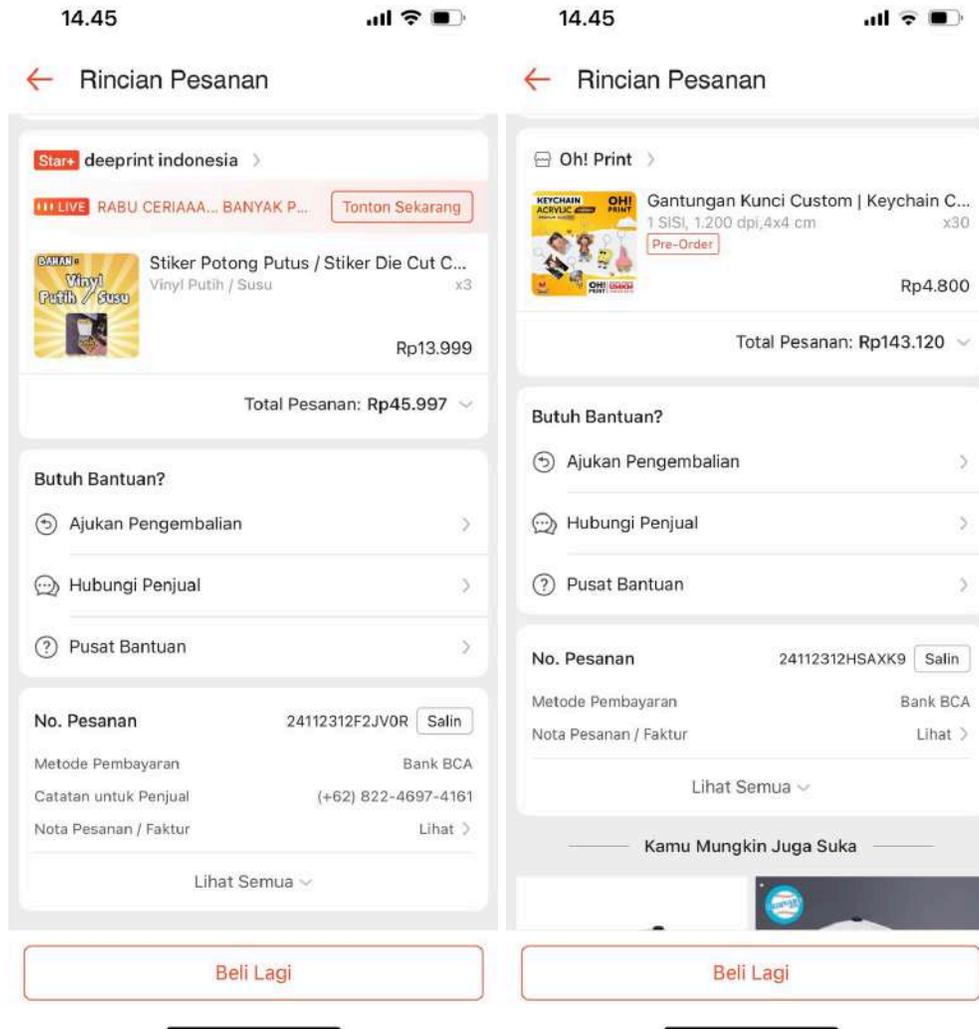
 Proteksi Kerusakan +
Active till 13-05-2025 Rp500 x1 >

Total Pesanan: Rp17.800 ▾

Butuh Bantuan?

-  Ajukan Pengembalian >
-  Hubungi Penjual >
-  Pusat Bantuan >

Beli Lagi



Gambar 3.4 Pembelian Peralatan-Peralatan

4.) Pemilihan dan evaluasi vendor bahan baku

Pemilihan dan evaluasi vendor bahan baku merupakan salah satu langkah penting dalam kegiatan operasional yang menjadi tanggung jawab utama Chief Operating Officer (COO) Frooz. Proses ini sangat menentukan kelancaran produksi smoothies, karena bahan baku yang berkualitas tinggi dan konsisten adalah kunci utama dalam menghasilkan produk yang enak, segar, dan dapat dipercaya oleh konsumen. Oleh karena itu, COO harus benar-benar teliti dan cermat dalam memilih mitra penyedia bahan baku, terutama buah-buahan segar dan yogurt, yang merupakan komponen utama dalam semua varian smoothies Frooz.

Langkah pertama dalam proses ini adalah melakukan riset terhadap berbagai calon

vendor atau supplier bahan baku. COO akan mencari informasi sebanyak mungkin, baik dari internet, referensi bisnis lokal, maupun melalui observasi langsung di pasar tradisional dan distributor buah. Beberapa hal yang diperhatikan dalam riset awal ini meliputi:

- Kualitas produk yang ditawarkan, seperti kesegaran buah, ukuran, dan kematangan.
- Reputasi vendor, apakah sudah dipercaya oleh pelaku usaha lain.
- Ketersediaan stok, terutama untuk buah musiman.
- Jarak atau lokasi pengiriman, supaya proses distribusi tidak memakan waktu lama dan buah tidak rusak saat sampai di lokasi produksi Frooz.

Setelah beberapa vendor potensial dikumpulkan dan dianalisis, COO akan melakukan komunikasi awal dan negosiasi dengan masing-masing vendor. Tahapan ini penting untuk mendapatkan harga terbaik tanpa mengorbankan kualitas. Karena Frooz menjual smoothies dengan harga terjangkau, namun tetap mengutamakan bahan asli tanpa tambahan pemanis buatan, maka efisiensi harga bahan baku sangat menentukan keberhasilan bisnis. COO juga akan menanyakan sistem pembayaran, minimum order, dan kebijakan retur barang jika bahan tidak sesuai.

Dalam negosiasi ini, COO tidak hanya mengejar harga yang murah, tetapi juga memastikan bahwa vendor bisa mengirimkan bahan tepat waktu dan dalam kondisi prima. Keterlambatan pengiriman atau bahan yang tidak sesuai spesifikasi bisa mengganggu proses produksi, menurunkan kualitas smoothies, bahkan menyebabkan kehilangan pelanggan.

Setelah vendor dipilih dan kerja sama dimulai, COO akan terus melakukan evaluasi berkala. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai apakah vendor tetap memenuhi standar yang sudah disepakati. Beberapa aspek yang dinilai dalam evaluasi antara lain:

- Kesegaran dan kualitas bahan baku yang dikirim (apakah buah busuk, terlalu matang, atau kurang segar).

- Ketepatan waktu pengiriman, karena bahan baku yang terlambat bisa menunda proses produksi.
- Pelayanan vendor, apakah responsif, kooperatif, dan mudah diajak kerja sama.
- Kemampuan menyesuaikan permintaan, terutama saat Frooz membutuhkan jumlah lebih banyak karena event tertentu.

Jika dalam evaluasi ditemukan bahwa vendor tidak lagi memenuhi standar misalnya kualitas menurun, sering terlambat, atau tidak kooperatif maka COO akan segera mencari solusi. Solusi bisa berupa memberikan peringatan, menegosiasikan ulang kerja sama, atau bahkan mengganti vendor dengan yang lebih baik. Langkah ini penting untuk menjaga kelancaran produksi dan kualitas smoothies Frooz tetap konsisten.

Melalui sistem pemilihan dan evaluasi vendor yang disiplin, Frooz dapat membangun rantai pasokan bahan baku yang kuat dan andal. Ini menjadi dasar untuk menjalankan operasional bisnis yang stabil, menjaga kualitas produk tetap tinggi, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Dengan kata lain, peran COO dalam proses ini bukan hanya sebagai pembeli bahan, tetapi juga sebagai pengambil keputusan strategis yang menentukan keberhasilan jangka panjang Frooz. Hubungan kerja yang baik dengan vendor yang terpercaya adalah aset penting yang harus dirawat demi menjaga kepercayaan konsumen dan keberlangsungan produksi.

Gambar 3.5 di bawah ini memperlihatkan proses pencarian supplier oleh COO, dan Gambar 3.6 menunjukkan aktivitas negosiasi serta pemesanan bahan baku yang dilakukan oleh COO Frooz.

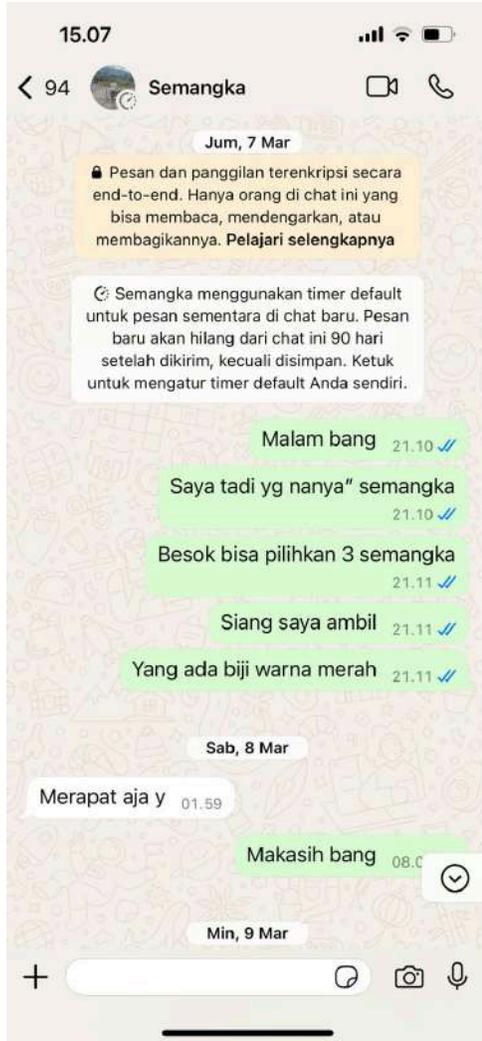






Gambar 3.5 Mencari Supplier Bahan Baku







Gambar 3.6 Negosiasi Dan Memesan Bahan Baku

5.) Koordinasi dengan bagian Finance untuk pengelolaan biaya operasional

Koordinasi antara Chief Operating Officer (COO) dengan bagian Finance merupakan salah satu elemen penting dalam menjaga keberlangsungan operasional Froom, terutama dalam hal pengelolaan biaya yang efisien dan terarah. Sebagai seorang COO, penulis tidak hanya fokus pada kelancaran kegiatan produksi dan distribusi, tetapi juga harus memastikan bahwa seluruh aktivitas tersebut berjalan sesuai dengan kemampuan keuangan bisnis. Dengan kata lain, setiap keputusan operasional harus mempertimbangkan aspek finansial supaya tidak menimbulkan pemborosan atau beban biaya yang berlebihan.

Proses koordinasi ini sudah dimulai sejak tahap awal perencanaan operasional, di mana

penulis sebagai COO bekerja sama erat dengan Chief Financial Officer (CFO) untuk menyusun anggaran bulanan maupun anggaran khusus untuk event. Dalam penyusunan anggaran ini, COO memberikan data secara rinci terkait kebutuhan operasional, seperti jumlah bahan baku yang akan dibeli, peralatan tambahan yang diperlukan, biaya kemasan, transportasi logistik, hingga biaya tak terduga yang mungkin muncul selama produksi atau penjualan berlangsung.

Seluruh data tersebut kemudian dianalisis oleh tim Finance untuk memastikan bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi tanpa melebihi batas anggaran yang telah ditentukan. Hal ini sangat penting, mengingat Frooz masih berada dalam tahap awal sebagai bisnis rintisan dan hanya mengandalkan modal terbatas, salah satunya dari dukungan dana program Wirausaha Merdeka (WMK). Oleh karena itu, efisiensi dan ketelitian dalam penggunaan dana menjadi kunci utama supaya Frooz bisa tetap beroperasi secara optimal tanpa mengalami masalah keuangan.

Koordinasi antara COO dan Finance tidak hanya berhenti pada tahap perencanaan anggaran, tetapi juga berlanjut secara rutin selama pelaksanaan operasional. Setiap ada pengeluaran, COO mencatat dan melaporkan secara transparan kepada tim Finance, termasuk mencantumkan bukti transaksi dan penjelasan atas penggunaan dana tersebut. Tim Finance kemudian akan memverifikasi laporan tersebut dan membandingkannya dengan rencana anggaran awal untuk melihat apakah ada penyimpangan atau pembengkakan biaya.

Apabila ditemukan pengeluaran yang melebihi anggaran atau biaya tidak terduga yang muncul di luar perencanaan, COO dan CFO akan berdiskusi untuk mencari solusi yang tepat. Bisa jadi dilakukan penghematan pada pos biaya lain, penjadwalan ulang pembelian bahan, atau bahkan mengajukan perubahan anggaran jika memang dibutuhkan secara mendesak dan masuk akal. Kolaborasi seperti ini memungkinkan Frooz untuk tetap fleksibel, namun tetap berada dalam kendali secara finansial.

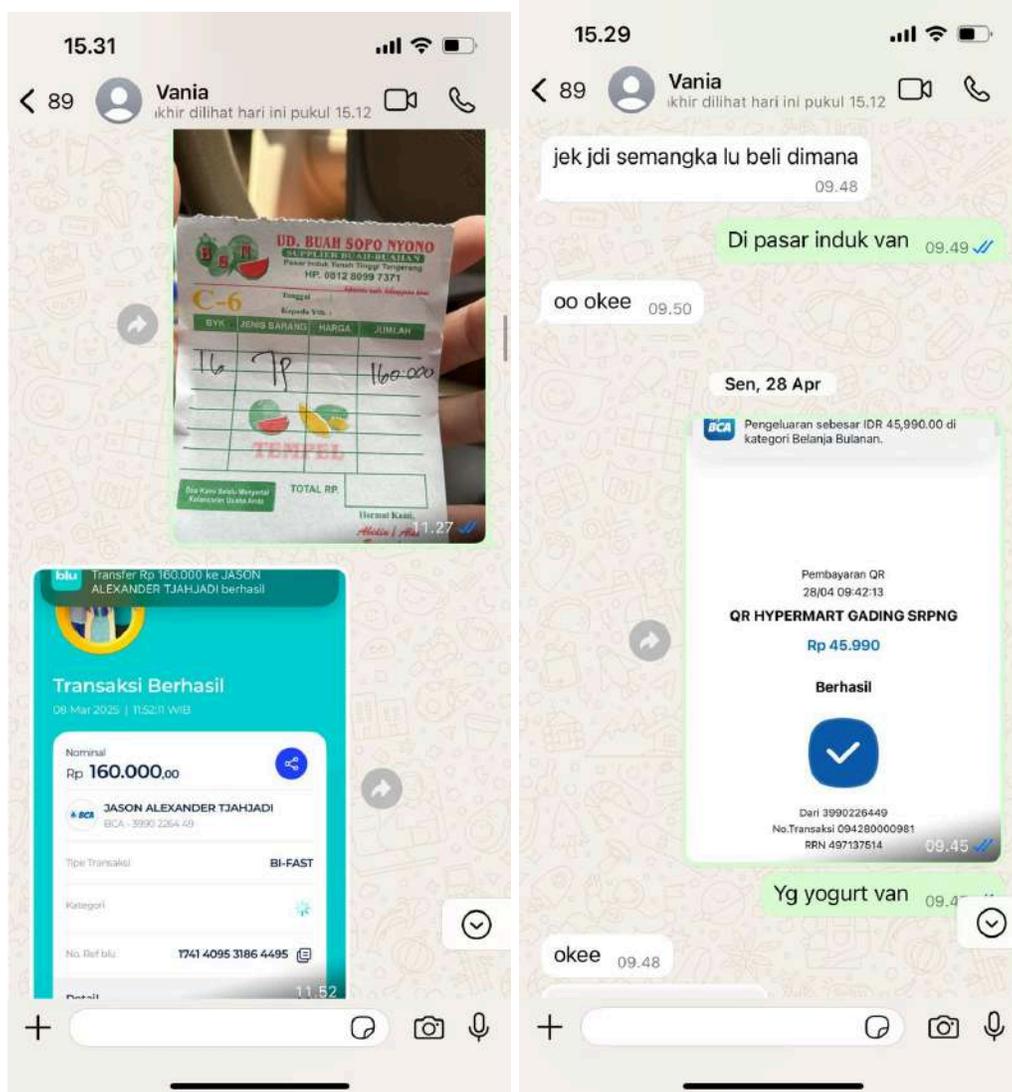
Kerja sama ini juga membantu kedua pihak untuk membuat keputusan yang lebih cermat dan realistis. Misalnya, dalam memutuskan jumlah produksi untuk event tertentu, data dari tim Finance bisa menunjukkan batas maksimal dana yang bisa digunakan, sementara data dari tim operasional menunjukkan kebutuhan nyata di lapangan. Dengan menyatukan kedua informasi tersebut, Frooz dapat menentukan strategi produksi yang tidak hanya efisien tetapi juga sesuai

dengan kondisi pasar.

Lebih dari itu, koordinasi ini menjadi bagian penting dalam membangun budaya kerja yang transparan, terstruktur, dan profesional. COO dan CFO saling melengkapi dalam fungsinya, COO memastikan kegiatan produksi dan distribusi berjalan lancar, sedangkan CFO memastikan seluruh proses tersebut tetap berada dalam jalan keuangan yang sehat. Dengan adanya kerja sama ini, Frooz dapat terus berkembang sebagai bisnis yang tidak hanya kreatif dalam menciptakan produk, tetapi juga bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.

Secara keseluruhan, kolaborasi antara COO dan bagian Finance telah berperan besar dalam menjaga stabilitas operasional Frooz, sekaligus mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pengelolaan dana yang transparan, perencanaan anggaran yang matang, serta pelaporan keuangan yang disiplin menjadi fondasi penting bagi Frooz untuk berkembang lebih jauh. Gambar 3.7 di bawah ini menunjukkan salah satu bentuk kerja sama antara COO dan CFO dalam menyusun dan memantau penggunaan dana selama proses produksi dan penjualan berlangsung.





Gambar 3.7 Kerja Sama Antara COO dan CFO

6.) Manajemen stok bahan dan produk jadi

Manajemen stok bahan baku dan produk jadi merupakan salah satu aspek paling krusial dalam operasional bisnis Frooz, yang berada langsung di bawah tanggung jawab Chief Operating Officer (COO). Keberhasilan dalam mengelola stok secara tepat dan efisien bukan hanya berdampak pada kelancaran proses produksi, tetapi juga berpengaruh besar terhadap kualitas produk yang dihasilkan, kepuasan pelanggan, dan efektivitas biaya operasional secara

keseluruhan. Ketidakseimbangan stok baik berupa kelebihan maupun kekurangan dapat menyebabkan gangguan signifikan, mulai dari pemborosan bahan, keterlambatan produksi, hingga potensi kehilangan peluang penjualan. Oleh karena itu, pengelolaan stok menjadi salah satu fondasi utama dalam menjaga stabilitas dan performa bisnis Frooz.

Langkah awal dalam manajemen stok dimulai dari pencatatan keluar-masuk bahan baku secara sistematis dan terstruktur. COO merancang sistem pencatatan yang walaupun sederhana, namun mencakup elemen informasi yang penting dan relevan, seperti jenis bahan, kuantitas, tanggal pembelian, harga per satuan, supplier, serta tanggal kedaluwarsa atau batas masa simpan. Data ini tidak hanya membantu memonitor ketersediaan bahan setiap harinya, tetapi juga memberikan gambaran mengenai frekuensi pembelian, tingkat konsumsi bahan, serta efektivitas pemakaian stok dalam proses produksi.

Salah satu tantangan yang dihadapi Frooz adalah sifat bahan baku utama yang berupa buah segar dan buah beku, yang secara alami memiliki umur simpan terbatas. Dalam hal ini, pencatatan yang akurat memungkinkan COO menerapkan prinsip first in, first out (FIFO), yaitu penggunaan bahan baku berdasarkan urutan kedatangannya supaya tidak terjadi penumpukan atau pembusukan. Sistem ini terbukti efektif dalam menjaga kualitas produk serta meminimalkan kerugian akibat bahan yang rusak atau kedaluwarsa.

Selain manajemen bahan baku, COO juga mengelola stok produk jadi yang telah melalui proses produksi. Produk jadi ini bisa ditujukan untuk berbagai keperluan, mulai dari pemenuhan pesanan pre-order pelanggan, pengisian stok untuk penjualan langsung (retail), hingga persiapan penjualan dalam skala besar seperti pada bazaar, event kampus, atau pameran produk. Pengelolaan produk jadi dilakukan secara cermat, mengingat produk yang terlalu sedikit dapat menyebabkan Frooz kehilangan peluang penjualan dan menurunkan kepercayaan pelanggan, sementara stok berlebih berisiko mengalami penurunan kualitas, terutama bila tidak segera terjual dalam waktu tertentu.

Dalam praktiknya, COO melakukan proyeksi dan perencanaan produksi berdasarkan berbagai faktor. Salah satunya adalah data historis penjualan yang menunjukkan pola permintaan konsumen, termasuk tren musiman seperti peningkatan permintaan pada musim panas. Selain itu, perencanaan juga mempertimbangkan kalender event, strategi pemasaran yang akan dijalankan,

serta kapasitas tim produksi. Pendekatan ini memungkinkan COO menentukan volume produksi yang ideal tanpa menyebabkan kelebihan atau kekurangan stok.

Manajemen stok di Frooz juga melibatkan kerja sama yang erat antar divisi. COO secara aktif berkoordinasi dengan tim pemasaran untuk memahami rencana promosi, peluncuran produk baru, atau partisipasi dalam event tertentu, karena kegiatan ini secara langsung akan memengaruhi kebutuhan stok. Tidak kalah penting, COO juga berkomunikasi dengan tim finance untuk mengatur pengeluaran pembelian bahan baku, supaya tetap sesuai dengan anggaran yang tersedia tanpa mengorbankan kelancaran operasional.

Selain pencatatan dan perencanaan, evaluasi stok secara berkala juga menjadi langkah penting dalam proses ini. COO melakukan inspeksi fisik secara langsung terhadap persediaan bahan dan produk, lalu membandingkannya dengan data administratif yang tercatat. Evaluasi ini membantu mengidentifikasi potensi penyusutan stok akibat kesalahan teknis, kerusakan, atau bahkan kehilangan akibat salah pencatatan. Hasil dari evaluasi ini menjadi dasar bagi COO untuk membuat perbaikan sistem dan menyusun strategi pengelolaan stok jangka menengah hingga panjang.

Melalui pengelolaan stok yang tertib, terencana, dan berbasis data, COO turut berkontribusi secara signifikan dalam menjaga kontinuitas operasional Frooz. Proses produksi menjadi lebih efisien, risiko pemborosan dapat ditekan, dan pelayanan terhadap pelanggan dapat dilakukan dengan lebih responsif. Tidak hanya itu, strategi manajemen stok yang kuat juga mendukung pertumbuhan bisnis Frooz dalam jangka panjang, dengan menciptakan sistem operasional yang adaptif, hemat biaya, dan siap untuk skala produksi yang lebih besar.

Gambar 3.8 di bawah ini menunjukkan bahwa untuk stok bahan baku produk dan bahan jadi akan tetap terjaga. Gambar ini menggambarkan proses penyimpanan bahan baku dan produk jadi secara rapi dan terkendali.







Gambar 3.8 Stok Bahan Baku

7.) Pengawasan kegiatan penjualan offline

Pengawasan kegiatan penjualan offline merupakan salah satu tanggung jawab utama dari Chief Operating Officer (COO) Frooz, khususnya karena pada tahap awal perkembangan bisnis,

sebagian besar aktivitas penjualan Frooz masih sangat bergantung pada partisipasi dalam bazaar, event kampus, maupun kegiatan promosi langsung di berbagai lokasi strategis. Aktivitas ini menjadi jembatan penting antara produk Frooz dan konsumen secara langsung, sehingga pelaksanaannya harus dikawal dengan baik demi menjaga kualitas layanan dan reputasi brand.

Dalam konteks ini, peran COO tidak hanya terbatas pada pengawasan teknis di lapangan, tetapi mencakup keseluruhan proses mulai dari tahap perencanaan, persiapan logistik, pelaksanaan penjualan, hingga tahap evaluasi pasca-kegiatan. Pengawasan yang komprehensif ini bertujuan agar seluruh elemen penjualan berjalan selaras dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan dan mampu menciptakan pengalaman konsumen yang positif.

Tahapan pengawasan dimulai jauh sebelum hari pelaksanaan, yakni dengan menyiapkan daftar kebutuhan kegiatan dan memastikan seluruh perlengkapan operasional tersedia dalam kondisi baik. Ini meliputi peralatan produksi dan penyajian seperti blender, cooler box, dan cup sealer; perlengkapan promosi seperti banner, papan menu, dan brosur; serta kebutuhan logistik lainnya seperti bahan baku (buah segar atau beku, es batu, dsb), kemasan minuman, tisu, dan alat kebersihan. COO juga bertugas menyusun rundown teknis kegiatan serta membagi tugas tim secara merata dan adil. Setiap anggota harus memahami dengan jelas perannya, mulai dari penyiapan bahan, penyajian, pelayanan pelanggan, pencatatan transaksi, hingga kebersihan booth.

Pada hari pelaksanaan, COO hadir sebagai koordinator utama yang memastikan semua anggota hadir tepat waktu dan siap menjalankan tugas masing-masing. COO memantau pelaksanaan kegiatan dari awal hingga akhir, termasuk bagaimana alur kerja berjalan, apakah pelayanan dilakukan secara cepat dan ramah, apakah booth dalam kondisi bersih dan tertata rapi, serta memastikan kualitas produk tetap terjaga selama proses penyajian, terutama dalam menjaga kesegaran bahan yang digunakan. COO juga mengontrol sistem pencatatan penjualan, baik secara manual maupun digital, agar seluruh transaksi terdokumentasi dengan akurat, sebagai dasar laporan keuangan dan evaluasi kinerja tim.

Selama kegiatan berlangsung, COO melakukan pengamatan langsung terhadap perilaku konsumen dan mencatat hal-hal yang perlu diperbaiki, seperti antrean yang terlalu panjang, waktu tunggu yang lama, atau kebutuhan konsumen yang belum terlayani secara maksimal. Jika

ditemukan kendala, seperti keterlambatan bahan baku, kekurangan alat, atau gangguan cuaca, COO harus segera mengambil keputusan cepat untuk mencari solusi, misalnya dengan memodifikasi alur penyajian atau mengganti bahan cadangan.

Setelah kegiatan selesai, COO bertanggung jawab mengoordinasikan proses pembongkaran booth dan pengumpulan seluruh peralatan, memastikan semuanya dalam kondisi lengkap dan bersih. COO juga melakukan briefing evaluatif singkat dengan tim untuk membahas kesan umum dari kegiatan, hambatan yang ditemui, serta saran peningkatan ke depan. Selain itu, COO menyusun laporan harian kegiatan yang mencakup data penjualan, bahan baku terpakai, feedback pelanggan, dan catatan operasional lainnya. Laporan ini digunakan untuk keperluan dokumentasi internal dan menjadi referensi penting dalam persiapan event berikutnya.

Dengan sistem pengawasan yang menyeluruh dan terstruktur seperti ini, COO mampu memastikan bahwa setiap kegiatan penjualan offline berjalan dengan profesionalisme tinggi dan memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis Frooz. Tidak hanya dalam hal peningkatan omzet penjualan, tetapi juga dalam membangun citra brand yang kuat, terpercaya, dan konsisten di mata konsumen. Lebih jauh lagi, pengawasan yang optimal juga menjadi sarana pembelajaran bagi tim untuk terus berkembang, memperbaiki kelemahan, dan meningkatkan kualitas layanan dari waktu ke waktu.

Pada Gambar 3.9 di bawah ini, ditampilkan dokumentasi kegiatan pengawasan yang mencakup proses pengiriman bahan baku ke lokasi penjualan. Gambar ini menjadi bukti nyata peran aktif COO dalam memastikan setiap elemen kegiatan penjualan offline dapat berjalan sesuai rencana dan standar yang telah ditentukan.



Gambar 3.9 Pengawasan Bahan Baku

8.) Membuat Pitch Deck Ide Bisnis

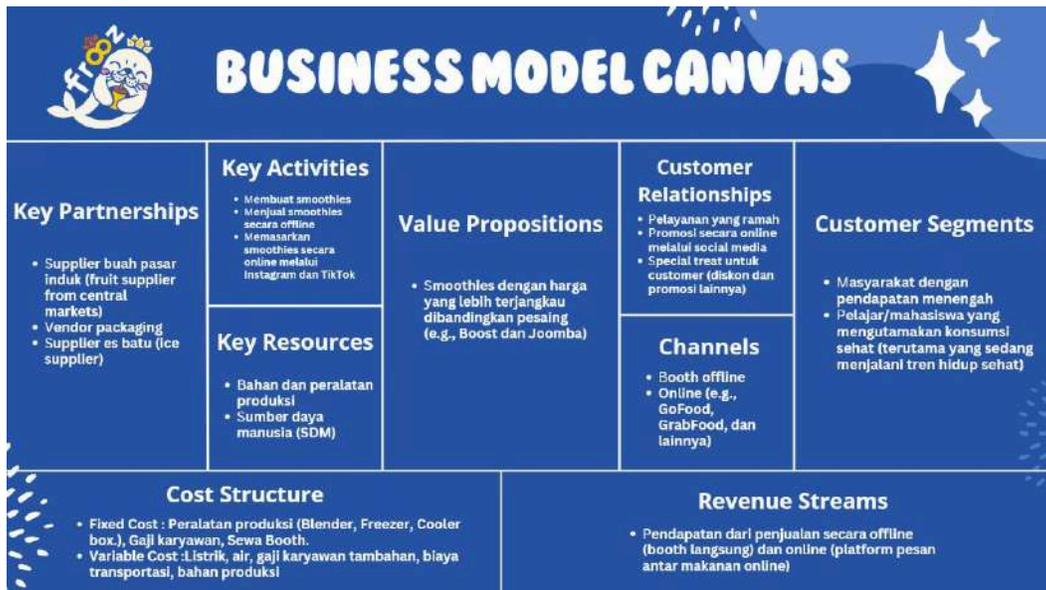
Pitch deck merupakan bagian penting dalam proses pengembangan bisnis Frooz, karena berfungsi sebagai alat komunikasi visual dan strategis yang menjelaskan ide bisnis secara singkat, padat, namun menyeluruh. Pitch deck ini disusun dengan tujuan utama untuk memperkenalkan Frooz kepada calon investor, mentor, dan pihak-pihak yang berkepentingan, serta menjadi panduan saat melakukan presentasi bisnis, baik dalam sesi mentoring maupun pada kegiatan Demo Day Wirausaha Merdeka (WMK). Dalam proses penyusunannya, tim Frooz bekerja secara kolaboratif, di mana setiap anggota memiliki tanggung jawab pada bagian tertentu untuk memastikan seluruh aspek bisnis terwakili dengan baik dan profesional.

Penulis secara khusus bertanggung jawab dalam penyusunan bagian Business Model Canvas, terutama pada elemen Customer Relationship dan Channels, serta menyusun Road Map pengembangan Frooz ke depan.

Pada bagian Customer Relationship, penulis menjelaskan bagaimana Frooz membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen. Strategi yang disusun mencakup pendekatan

personal dalam pelayanan langsung selama penjualan offline, interaksi aktif melalui media sosial.

Sementara itu, pada bagian Channels, penulis memaparkan berbagai jalur distribusi dan komunikasi yang digunakan Frooz untuk menjangkau pasar. Pada tahap awal, Frooz memanfaatkan event kampus dan bazaar sebagai sarana utama untuk mendekatkan produk kepada konsumen. Selain itu, media sosial menjadi kanal penting untuk promosi dan penjualan, terutama dengan sistem open pre-order yang dilakukan melalui Instagram kemudian menjual secara online melalui platform-platform digital seperti Gofood, Grabfood, dan lainnya . Strategi ini disesuaikan dengan perilaku target pasar yang cenderung aktif di media sosial dan tertarik pada produk dengan visual yang menarik dan mudah diakses.



Gambar 3.10 Business Model Canvas

Dalam bagian Road Map, penulis merancang rencana pengembangan Frooz dalam beberapa tahap jangka pendek hingga menengah. Road map ini memuat langkah dalam hal mencapai target penjualan dalam perbulannya dan bukan hanya mencapai target penjualan, Road Map ini dibuat supaya pengerjaan jadi lebih konsisten dan efektif karena sudah tertulis bahwa perbulan nya itu kita harus ngapain saja, jadi Road Map ini sangat penting untuk membuat bisnis kita menjadi efisien dan konsisten.



Gambar 3.11 Road Map



Gambar 3.12 Pitch Deck

Pitch deck yang telah dirancang dan disusun ini tidak hanya mencerminkan ide bisnis Frooz secara visual dan strategis, tetapi juga menjadi gambaran profesional tim dalam mengelola dan mengembangkan bisnis. Dokumen ini menjadi alat utama dalam mempresentasikan Frooz di hadapan mentor dan reviewer, serta sebagai fondasi yang kokoh untuk melangkah menuju fase

pengembangan yang lebih besar di masa depan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah uraian kendala yang ditemukan selama proses kerja magang sebagai Chief Operation Officer (COO) Frootz :

1. **Keterbatasan alat produksi dan ruang kerja:**

Salah satu kendala utama dalam menjalankan peran COO adalah belum tersedianya dapur produksi permanen yang layak dan memadai. Seluruh proses produksi dilakukan secara manual di dapur rumah salah satu anggota tim, yang tentu memiliki keterbatasan dari segi ruang, peralatan, dan kapasitas produksi. Kondisi ini tidak hanya memperlambat proses pembuatan smoothies, tetapi juga menyebabkan ketidakefisienan dalam penggunaan waktu dan tenaga. Terutama saat permintaan meningkat, produksi harus dilakukan secara bergantian dengan alat yang terbatas, sehingga operasional menjadi tidak maksimal dan menimbulkan kelelahan bagi anggota tim.

2. **Manajemen stok bahan baku yang belum optimal:**

Pada awal operasional, tim belum memiliki sistem inventaris yang tertata rapi. Pencatatan keluar-masuk bahan baku masih dilakukan secara manual dan kurang konsisten, sehingga sulit untuk memantau stok secara real time. Hal ini menyebabkan terjadinya pembelian bahan baku yang tidak seimbang, seperti kelebihan stok bahan tertentu yang akhirnya rusak karena tidak segera digunakan, atau kekurangan bahan lain yang dibutuhkan mendesak dalam proses produksi. Ketidakseimbangan ini mengganggu kelancaran produksi dan berdampak pada kualitas layanan kepada pelanggan.

3. **Kendala distribusi dan logistik:**

Karena belum memiliki kendaraan operasional tetap, proses distribusi bahan baku maupun pengantaran produk jadi sangat bergantung pada kendaraan pribadi milik anggota tim. Hal ini menjadi tantangan besar terutama saat produk harus dikirim ke lokasi event atau penjualan yang jauh dari tempat produksi. Tidak jarang tim harus membagi tugas dan menempuh perjalanan berulang kali untuk memastikan semua bahan dan peralatan tiba tepat waktu. Ketergantungan pada kendaraan pribadi juga menyulitkan penjadwalan distribusi dan meningkatkan risiko keterlambatan.

4. **Kurangnya perlengkapan saat penjualan offline:**

Dalam beberapa kesempatan penjualan offline seperti bazaar atau event kampus, tim menghadapi kendala kekurangan perlengkapan penunjang, seperti banner promosi, alat penyaji, meja display, hingga tempat penyimpanan bahan baku yang aman. Selain itu, dalam beberapa kasus bahan baku mengalami keterlambatan pengiriman ke lokasi event, sehingga persiapan booth menjadi terganggu dan kurang optimal. Hal ini berdampak pada penampilan booth yang kurang menarik serta menurunkan potensi penjualan di lokasi tersebut.

5. **Kesulitan dalam pengawasan operasional di lapangan:**

Sebagai COO, tanggung jawab utama mencakup kelancaran seluruh kegiatan operasional, termasuk penjualan langsung di event. Namun dalam pelaksanaannya, cukup sulit untuk melakukan pengawasan secara menyeluruh ketika produksi, distribusi, dan penjualan terjadi secara bersamaan. Pembagian tugas belum sepenuhnya efektif karena keterbatasan jumlah anggota tim, sehingga pemantauan kegiatan di lapangan sering tidak maksimal. Kurangnya pengawasan ini bisa menyebabkan kelalaian, baik dalam kualitas produk yang disajikan maupun pelayanan kepada pelanggan.

6. **Keterbatasan waktu dan tenaga anggota tim:**

Seluruh anggota tim Frooz masih merupakan mahasiswa aktif yang memiliki jadwal kuliah dan tugas akademik lain di luar kegiatan magang. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena waktu yang bisa dialokasikan untuk produksi, distribusi, maupun penjualan sangat terbatas. Kesulitan dalam menyelaraskan jadwal antar anggota sering kali menyebabkan keterlambatan atau ketidakhadiran saat kegiatan penting berlangsung. Keterbatasan tenaga dan waktu ini juga berdampak pada pengambilan keputusan yang terburu-buru dan menurunnya efektivitas kerja tim secara keseluruhan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah solusi atas kendala yang ditemukan selama proses kerja magang sebagai Chief Operating Officer (COO) Frooz, berdasarkan kendala sebelumnya:

1. **Solusi atas keterbatasan alat produksi dan ruang kerja:**

Menghadapi keterbatasan alat produksi dan ruang kerja yang sempit, tim Frooz mengambil langkah-langkah penyesuaian strategis untuk tetap menjaga kelancaran produksi. Salah satu pendekatan yang dilakukan adalah membagi jadwal produksi ke dalam batch kecil agar proses tidak menumpuk pada satu waktu. Pembagian jadwal ini disesuaikan dengan ketersediaan waktu dan tenaga masing-masing anggota tim, sehingga memungkinkan produksi berlangsung secara bergantian tanpa saling mengganggu. Selain itu, tim juga mulai meminjam peralatan tambahan seperti blender, baskom, dan peralatan penunjang lainnya dari keluarga atau teman untuk menunjang efisiensi produksi. Dengan adanya alat tambahan ini, kapasitas produksi dapat meningkat walau dalam ruang terbatas, serta mampu mengurangi waktu tunggu antar sesi produksi.

2. **Solusi untuk manajemen stok bahan baku yang belum optimal:**

Supaya pengelolaan bahan baku menjadi lebih terstruktur dan efisien, penulis menyusun sebuah sistem pencatatan inventaris menggunakan spreadsheet berbasis digital (Google Sheets), yang dapat diakses oleh seluruh anggota tim. Spreadsheet ini mencakup informasi lengkap seperti jenis bahan, jumlah stok awal dan akhir, tanggal masuk dan keluar, masa simpan, serta keterangan tambahan terkait kondisi bahan. Sistem ini diterapkan secara harian untuk memantau ketersediaan bahan secara real-time. Selain itu, ditunjuk satu orang penanggung jawab logistik yang bertugas secara khusus memantau dan mencatat keluar-masuk bahan baku. Dengan metode ini, pembelian bahan dapat dilakukan secara lebih tepat sasaran, menghindari kelebihan atau kekurangan stok, serta meminimalkan risiko pemborosan akibat bahan yang kedaluwarsa.

3. **Solusi atas kendala distribusi dan logistik:**

Menanggapi kendala distribusi akibat tidak tersedianya kendaraan operasional tetap, tim mulai menjalin kerja sama dengan penyedia layanan logistik seperti ojek online (GoSend, Grab) dan jasa ekspedisi lainnya. Langkah ini sangat membantu dalam mendistribusikan bahan baku dan produk jadi, terutama ke lokasi event atau pelanggan yang berada di luar jangkauan kendaraan pribadi. Selain itu, dalam rangka efisiensi internal, dilakukan pembagian tugas logistik di antara anggota tim, sehingga beban distribusi tidak hanya bergantung pada satu atau dua orang saja. Penjadwalan pengantaran juga diatur dengan

lebih baik, dengan memperhatikan estimasi waktu dan volume barang yang akan dikirim, guna menghindari keterlambatan dan kerusakan produk selama pengiriman.

4. **Solusi atas kekurangan perlengkapan saat penjualan offline:**

Untuk menghindari kekurangan perlengkapan saat penjualan offline di event atau bazaar, penulis menyusun daftar periksa (Checklist) perlengkapan yang wajib disiapkan sebelum hari-H. Checklist ini mencakup elemen penting seperti alat penyaji (cup, sedotan, sendok), perlengkapan promosi (banner, standing banner, katalog menu), perlengkapan kebersihan, hingga stok bahan cadangan. Persiapan dilakukan minimal satu hari sebelum acara, dan diperiksa kembali oleh minimal dua orang anggota tim untuk memastikan tidak ada yang tertinggal. Sistem pengecekan ganda ini sangat efektif dalam menjaga kesiapan tim dan meningkatkan profesionalisme saat tampil di depan pelanggan secara langsung.

5. **Solusi atas kesulitan dalam pengawasan operasional di lapangan:**

Sebagai COO, penulis memiliki tanggung jawab untuk memastikan operasional berjalan lancar, namun pengawasan penuh di semua titik kegiatan sangat sulit dilakukan, terutama saat event padat. Untuk itu, dilakukan pembagian peran pengawasan secara lebih rinci di lapangan. Setiap anggota ditugaskan menangani satu fungsi spesifik, seperti satu orang menangani interaksi langsung dengan pelanggan, satu orang bertugas sebagai kasir, satu orang mengawasi kebersihan dan kualitas produk (quality control), dan satu lagi memastikan alur pelayanan tetap efisien. Pembagian ini memungkinkan pengawasan yang lebih merata dan mengurangi beban koordinasi tunggal, sekaligus meningkatkan akurasi dalam pengendalian mutu dan pelayanan.

6. **Solusi atas keterbatasan waktu dan tenaga anggota tim:**

Karena seluruh anggota tim Frooz adalah mahasiswa aktif dengan jadwal akademik yang padat, dibuatlah sistem kerja shift yang fleksibel untuk menyesuaikan dengan jadwal kuliah masing-masing. Setiap minggu, tim mengatur ulang jadwal kerja agar semua aktivitas produksi, distribusi, dan penjualan tetap dapat berjalan tanpa mengganggu kewajiban akademik. Selain itu, tim juga meningkatkan komunikasi internal melalui grup koordinasi harian seperti WhatsApp, serta melakukan notulensi rapat mingguan agar semua progres dapat terdokumentasi dan dipahami oleh seluruh anggota, termasuk yang

berhalangan hadir secara fisik. Dengan sistem ini, tim mampu menjaga konsistensi kerja sambil tetap memenuhi tanggung jawab akademik masing-masing.