

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

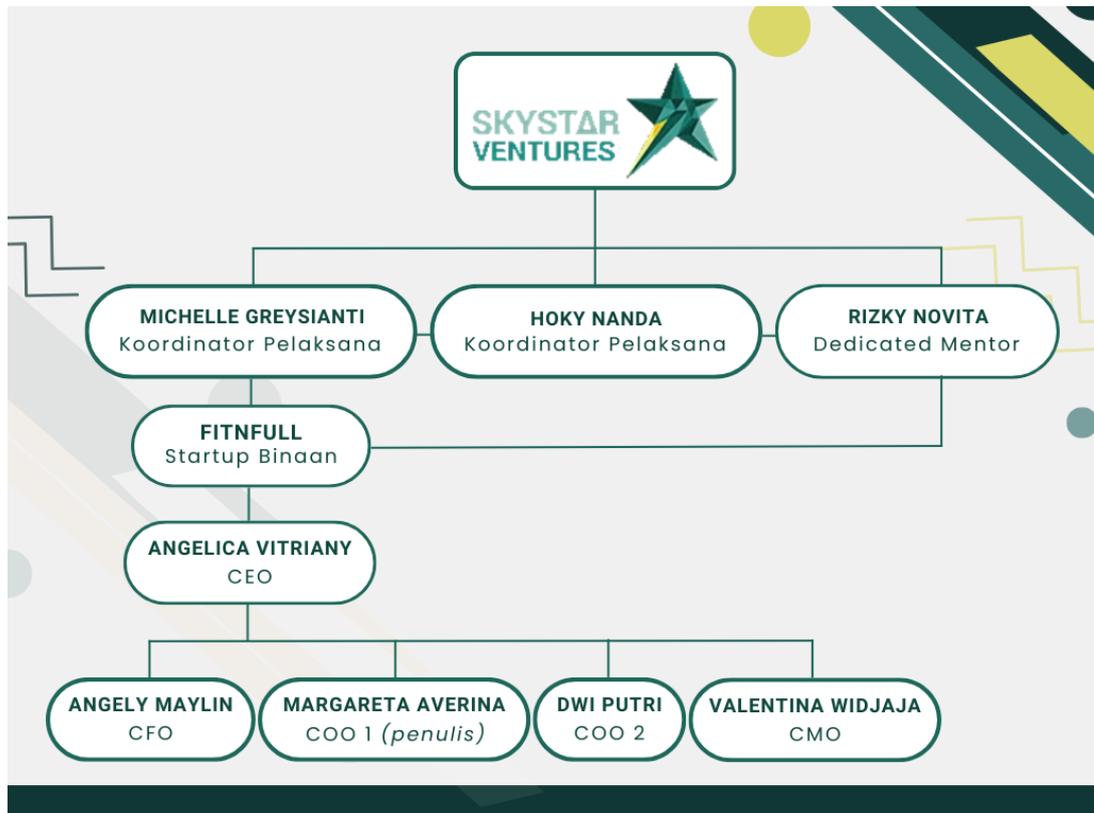
Saat ini, penulis sedang menjalankan Program MBKM Internship Track 1 atau program kerja magang di bawah naungan perusahaan Skystar Ventures. Program magang ini dijalankan penulis bersama empat teman penulis yang menjadi pendiri salah satu *startup* binaan dari Skystar Ventures yaitu FITNFULL. FITNFULL sendiri merupakan *startup* yang bergerak di bidang *Food & Beverages* (F&B), yang didirikan oleh lima anggota tim termasuk penulis. Secara strukturnya, FITNFULL memiliki dua posisi dengan kedudukan sebagai COO (*Chief Operating Officer*) termasuk penulis yang menjadi COO 1. Adapun tugas serta tanggung jawab yang diampu oleh penulis sebagai COO 1 yaitu lebih berfokus pada pengawasan dan pengelolaan kegiatan operasional sehari-hari, khususnya menyangkut manajemen *supply chain* dan *quality control*, agar seluruh proses produksi dan operasional dapat berjalan secara efektif dan efisien. Di sisi lain, penulis juga bertanggung jawab atas strategi, *research and development*, hingga peluncuran dan penjualan produk FITNFULL bersama COO 2. Dari hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa baik COO 1 maupun COO 2 memiliki peran dan tanggung jawab ganda yang saling terkait yaitu merangkap menjadi CPO (*Chief Product Officer*) dalam bisnis FITNFULL.

Kemampuan manajemen pengawasan dan strategi operasional maupun produk menjadi hal krusial yang wajib dimiliki oleh seorang COO karena keberhasilan operasional dan produk di sebuah perusahaan bergantung pada tanggung jawab dan kinerja posisi tersebut dalam perusahaan. Penulis juga menyadari bahwa untuk mencapai keberhasilan proses produksi dan operasional suatu bisnis, diperlukan dua aspek penting, yakni manajemen rantai pasok (*supply chain management*) dan pengendalian mutu (*quality control*). Secara teori, *supply chain management* mencakup seluruh aktivitas proses *supply chain*, mulai dari pengadaan bahan mentah hingga pengubahan menjadi produk akhir yang dapat

memuaskan pelanggan (Heizer et al., 2020). Hal ini bertujuan agar seluruh alurnya dapat dipastikan telah berjalan dengan lancar dan efisien, sehingga dapat memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaatnya juga dapat dirasakan oleh konsumen. Selama menjalankan perannya sebagai COO FITNFULL, penulis telah mengimplementasikan prinsip manajemen ini melalui serangkaian aktivitas yang meliputi pencarian *supplier* bahan baku, perlengkapan, dan peralatan yang juga telah dicatat dalam *database* informasi *supplier*, pengadaan logistik produksi dan penjualan, serta pencatatan laporan stock opname, laporan inspeksi, dan laporan *waste* akibat produksi maupun penjualan.

Sementara itu, *quality control* atau pengendalian mutu merupakan aktivitas yang tak dapat dipisahkan dengan manajemen *supply chain*. Proses *quality control* memiliki peran penting dalam memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Menurut Stevenson (2021), *quality control* mencakup seluruh aktivitas pengawasan dan pemeriksaan *input* maupun *output* produk yang telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, dan akan dilakukan tindakan perbaikan apabila terdapat produk yang tidak sesuai standar. Terkait dengan aktivitas *quality control* dalam bisnis FITNFULL, penulis juga telah memastikan kualitas bahan baku, perlengkapan, dan peralatan dalam kondisi baik dan layak, sebelum digunakan dalam produksi maupun penjualan, serta melakukan pencatatan dalam laporan *waste* terkait bahan atau barang yang tidak layak digunakan atau dijual. Dalam proses produksi, penulis juga berfokus dalam melakukan *quality control*, misalnya seperti memastikan seluruh produk telah terdapat isi *condiment* yang sudah lengkap, sehingga setiap *pieces* produk yang diproduksi telah memenuhi standar untuk diedarkan kepada konsumen.

Selain itu, penulis juga terlibat dalam aktivitas *quality control* yang mencakup evaluasi hasil uji coba produk dalam proses R&D, yang mana penulis melakukan uji formulasi resep dan melakukan *testing* dalam kegiatan *market survey*. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan agar dapat memastikan setiap produk dapat memenuhi aspek rasa, higienitas dan keamanan produk, serta sesuai dengan ekspektasi ketika produk diterima orang konsumen.



Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dalam Perusahaan

Berdasarkan gambar 3.1, penulis dan *C-level* FITNFULL lainnya diawasi dan dibimbing langsung oleh Ibu Michelle Greysianti Mutak selaku koordinator pelaksana atau *supervisor* atau *program officer* dari Skystar Ventures, serta Ibu Rizky Novita Lestari selaku *dedicated mentor* atau *mentor* pendamping yang dipilih langsung oleh Skystar Ventures untuk membimbing penulis dan tim dalam pengembangan bisnis FITNFULL.

Dalam prosesnya, penulis berkoordinasi langsung dengan COO 2, CFO, dan CMO, serta CEO yang memimpin dan mengawasi seluruh kinerja *C-level*. CEO juga menjadi pengambil keputusan strategis utama bisnis secara keseluruhan, serta memastikan seluruh visi misi dan strategi bisnis dijalankan dengan baik. Adapun tugas dan tanggung jawab Dwi Putri sebagai COO 2, yakni berfokus pada *research & development* produk (riset, inovasi, pengekseskuan, pengembangan, pengujian, serta evaluasi produk). Kemudian Angely Maylin sebagai CFO bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek keuangan bisnis, seperti mencatat pembukuan,

perhitungan HPP dan margin, laporan laba rugi, laporan arus kas, rencana anggaran biaya (RAB), dan lain sebagainya. Sementara Valentina Widjaja bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial (@fitnfull\_id), pembuatan dan pengeksekusian strategi pemasaran dan promosi bisnis, serta menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan berbagai pihak eksternal yang terkait dengan aktivitas pemasaran.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Program kerja magang MBKM yang dijalankan penulis merupakan lanjutan dari Program Wirausaha Merdeka (WMK) yang dikelola oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai salah satu perguruan tinggi pelaksana program. Program ini didukung oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia (Kemendikbudristek) dengan tujuan untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa seluruh Indonesia untuk memiliki jiwa kewirausahaan dengan menciptakan bisnis atau *startup* baru di berbagai bidang. FITNFULL merupakan salah satu *startup* di bidang F&B yang dibentuk dan dikembangkan penulis bersama empat *C-level* lainnya selama Program WMK.



Gambar 3.2 Logo Merek FITNFULL



Gambar 3.3 Varian Signature Flavor



Gambar 3.4 Varian Garlic Etoffu

Ide bisnis ini muncul dari adanya berbagai permasalahan yang dialami oleh masyarakat Indonesia, seperti adanya keterbatasan waktu untuk menyiapkan sarapan, tidak adanya tempat penyimpanan untuk melakukan *meal preparation*, kurangnya fokus dan munculnya gangguan kesehatan akibat melewatkan sarapan, serta rasa bosan dengan variasi sarapan yang ada. Oleh karena itu, penulis bersama *C-level* lainnya berinisiasi untuk memberikan solusi sarapan praktis berupa *sandwich toast* yang sehat, enak, dan mengenyangkan dengan nama merek FITNFULL. Nama FITNFULL memiliki arti kata “sehat” dari nama FIT dan juga

memiliki arti kata “mengenyangkan” dari nama FULL. Kemudian seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.2, FITNFULL memiliki logo dengan perpaduan warna yang ceria, dimana warna-warna tersebut merepresentasikan beberapa bahan pokok yang terdapat dalam produk FITNFULL, seperti sayuran, telur, dan roti gandum. Saat ini, FITNFULL sendiri baru memiliki dua varian rasa *sandwich toast* yaitu varian Signature Flavor dan juga Garlic Etoffu seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.3 dan 3.4. Tak hanya berhenti dengan dua varian saja, sebagai COO yang juga merangkap tugas dalam penciptaan produk, penulis yang bekerja sama dengan COO 2 akan terus berinovasi menciptakan, mengembangkan, serta meluncurkan berbagai varian rasa baru ke depannya.

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut adalah tabel yang berisi tugas-tugas, proses pengembangan produk, serta pengelolaan operasional FITNFULL yang dilakukan penulis sebagai COO selama program kerja magang MBKM di Skystar Ventures dari bulan Februari hingga Mei 2025.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang MBKM Internship Track 1

No.	Jenis Pekerjaan	Output	Koordinasi
<b>A. Ideation Program</b>			
1.	Mengikuti kegiatan <i>workshop</i> sinkron dan asinkron yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures.	Mendapat pengetahuan atau <i>insight</i> baru dan memperoleh nilai tugas yang menjadi salah satu komponen untuk penilaian akhir magang.	Penulis bersama dengan Ibu Michelle Greysianti dan Bapak Hoky Nanda

B. Product Research and Development			
2.	Melakukan riset untuk perencanaan peluncuran menu baru.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapat berbagai referensi resep produk.</li> <li>b. Mendapat hasil keputusan untuk meluncurkan menu baru berupa satu makanan manis dan dua minuman.</li> </ul>	COO 1 dan 2 dengan hasil voting dari CEO, CFO, dan CMO
3.	Melakukan riset harga dan <i>supplier</i> bahan baku, serta pembelian bahan baku menu baru untuk R&D	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapat beberapa variasi harga dari beberapa calon <i>supplier</i> untuk seluruh bahan baku.</li> <li>b. Mendapat persetujuan untuk melakukan pembelian bahan baku menu baru untuk dilakukannya R&amp;D.</li> <li>c. Mendapat beberapa calon <i>supplier packaging</i> dengan harga dan kualitas yang bervariasi.</li> </ul>	COO 1, CFO, CEO
4.	Melakukan R&D untuk <i>prototype</i> pengembangan resep menu baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Mengetahui bagaimana rasa dari produk tersebut.</li> <li>c. Mendapat berbagai evaluasi produk dari beberapa kali dilakukannya R&amp;D.</li> <li>d. Mendapat imajinasi terkait rasa-rasa apa saja yang harus ada dalam produk tersebut.</li> </ul>	COO 1 dan 2
5.	Melakukan <i>market survey</i> menu baru	Mendapat <i>insight</i> dan <i>feedback</i> dari 15 orang yang dapat dijadikan	COO 1 dan 2, serta dibantu

	makanan dan dua minuman.	evaluasi untuk melakukan R&D selanjutnya.	oleh CEO, CFO, dan CMO
6.	Melakukan perencanaan dan riset terkait <i>packaging</i> menu baru	Mendapat hasil keputusan untuk penggunaan kemasan produk setengah porsi makanan dan kemasan produk minuman.	<i>C-level</i> FITNFULL
7.	Melakukan pencarian tempat untuk berjualan melalui <i>bazaar</i> dan pemberlakukan uang kas bulanan	a. Mendapat beberapa <i>bazaar</i> di daerah Tangerang dan juga Jakarta. b. Memiliki cadangan atau tambahan dana untuk melakukan <i>bazaar</i> dari uang kas bulanan.	<i>C-level</i> FITNFULL
<b>C. Production, Selling, and Marketing</b>			
8.	Melakukan pembelian bahan baku untuk produksi penjualan, serta perlengkapan, dan peralatan.	a. Mendapat bahan baku dengan harga dan kualitas terbaik. b. Dapat mengetahui dan mengamati pergerakan naik turunnya harga bahan baku di pasaran. c. Mendapat perlengkapan dan peralatan yang berkualitas baik dengan harga yang terjangkau.	COO 1
9.	Melakukan proses persiapan, produksi, hingga penjualan	a. Menghasilkan produk berkualitas yang dapat dijual.	COO 1 dan 2, serta dibantu oleh CEO,

	melalui <i>open pre-order</i> dan <i>event bazaar</i>	<p>b. Mendapat keuntungan dari hasil penjualan.</p> <p>c. Mendapat berbagai <i>review</i> dari konsumen lama maupun konsumen baru.</p>	CFO, dan CMO
10.	Melakukan <i>shooting</i> konten untuk kebutuhan <i>digital marketing</i>	<p>Menghasilkan berbagai konten menarik berupa video yang akan diunggah di media sosial.</p> <p>Menambah pengalaman sekaligus melatih kemampuan dalam melakukan akting.</p>	CMO dan <i>C-level</i> lainnya sebagai <i>talents</i>
<b>D. Operational Reports</b>			
11.	Melakukan pemeriksaan dan pencatatan persediaan bahan baku, perlengkapan, dan peralatan.	Mempermudah penulis untuk mengawasi jumlah persediaan bahan baku, perlengkapan, mesin, dan peralatan.	COO 1 dan COO 2
12.	Melakukan pencatatan laporan <i>waste</i> kondimen produk, bahan baku, dan perlengkapan	Mempermudah penulis untuk mengawasi sekaligus mengetahui alasan dari barang atau bahan yang menjadi <i>waste</i> , sehingga dapat ditemukan solusi agar tidak terjadi <i>waste</i> kembali.	Penulis sebagai COO 1
13.	Melakukan pencatatan R&D beserta evaluasinya.	Memiliki dokumen R&D yang dapat dijadikan bahan evaluasi dan acuan dalam melakukan finalisasi produk.	

14.	Melakukan pengerjaan SOP produk.	Memiliki panduan SOP yang dapat dipelajari dan digunakan sebagai standar dalam pembuatan produk dan perawatan peralatan.	COO 1 dan 2
15.	Melakukan pencatatan data informasi <i>supplier</i>	Sebagai <i>database supplier</i> bahan baku, perlengkapan, peralatan, dan mesin.	COO 1
<b>E. Mentoring Skystar Ventures</b>			
16.	Melakukan <i>mentoring</i> bersama <i>supervisor</i>	Mendapat pendampingan dari <i>supervisor</i> atau <i>program officer</i> Skystar Ventures yang dapat mendukung pengembangan bisnis.	Ibu Michelle Greysianti dan <i>C-level</i> FITNFULL
17.	Melakukan <i>mentoring</i> bersama <i>dedicated mentor</i> atau <i>mentor</i> pendamping	Mendapat bimbingan dari <i>mentor</i> pendamping yang dapat mendukung pengembangan bisnis.	Ibu Rizky Novita dan <i>C-level</i> FITNFULL
18.	Melakukan presentasi <i>pitch deck</i> bisnis FITNFULL pada saat Ujian Tengah Semester	Mendapatkan penilaian dan masukan terkait ide bisnis FITNFULL yang dapat mendukung pengembangan bisnis.	<i>C-level</i> FITNFULL
19.	Melakukan <i>demo day</i> dan <i>pitching</i> bisnis FITNFULL sekaligus sebagai penilaian Ujian Akhir Semester	a. Mendapatkan penilaian dan masukan terkait keseluruhan aspek produk FITNFULL yang dapat mendukung pengembangan bisnis.	<i>C-level</i> FITNFULL

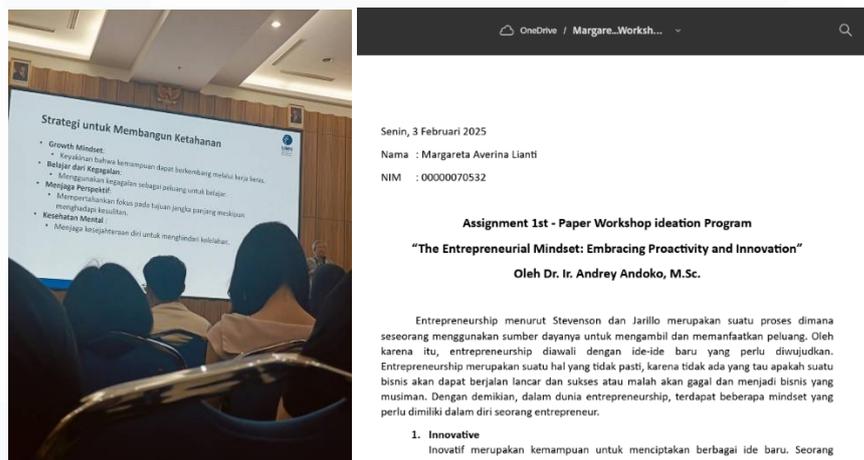
		b. Meningkatkan <i>brand awareness</i> FITNFULL.	
--	--	--	--

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

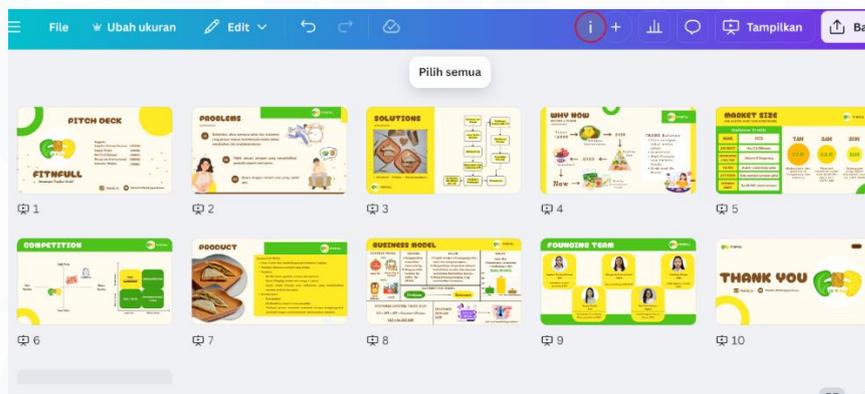
Berikut adalah bagian uraian atau penjelasan rinci mengenai pekerjaan serta kegiatan penulis berdasarkan tabel “Tugas Kerja Magang”, selama program kerja magang MBKM di Skystar Ventures.

#### A. Ideation Program

1. Mengikuti kegiatan *workshop* sinkron dan asinkron yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures.

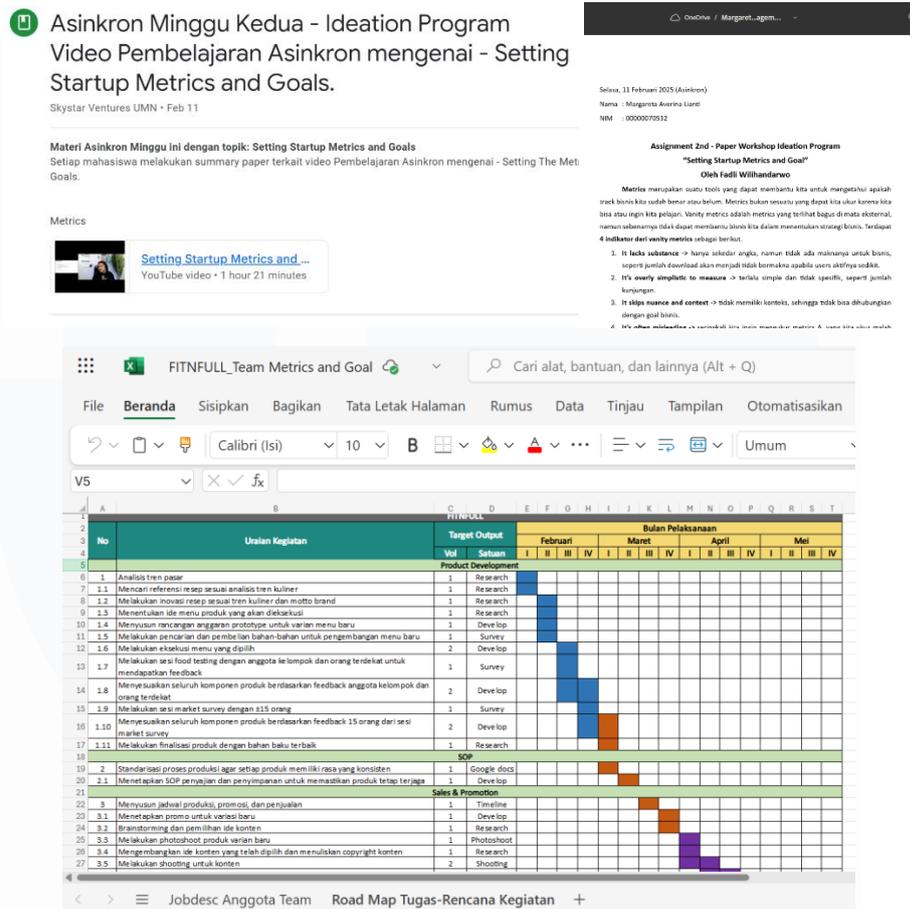


Gambar 3.5 Hari Pertama *Workshop Offline* dan Tugas Individu Penulis



Gambar 3.6 Tugas Kelompok Penulis bersama Tim FITNFULL

Pada gambar 3.5 merupakan **hari pertama** pelaksanaan program kerja magang, penulis mengikuti sesi *workshop* di ruangan Function Hall Universitas Multimedia Nusantara. *Workshop* dibawakan oleh Bapak Andrey Andoko selaku Rektor UMN dengan judul materi “*The Entrepreneurial Mindset: Embracing Proactivity and Innovation*”. Dalam pemaparan materinya, penulis mendapatkan *insight* yang lebih mendalam berupa *mindset* yang harus dimiliki oleh seorang *entrepreneur*. *Insight* tersebut dijadikan penulis sebagai motivasi yang lebih kuat untuk mengembangkan bisnisnya. Kemudian *workshop* dilanjutkan oleh Bapak Hoky Nanda sebagai salah satu koordinator pelaksana atau *supervisor* dari Skystar Ventures yang memperkenalkan sekaligus menjelaskan mengenai program magang MBKM di Skystar Ventures. Penjelasan tersebut mencakup informasi linimasa periode program magang, serta segala teknis yang perlu diperhatikan dan dilakukan peserta dalam proses kerja magang. Setelah mengikuti sesi *workshop*, penulis mendapatkan tugas individu dan tugas kelompok. Gambar 3.5 merupakan tugas individu penulis yaitu membuat rangkuman berupa *paper* berdasarkan materi *workshop* yang telah diikuti oleh penulis dengan batas waktu pengumpulan yaitu di hari yang sama. Gambar 3.6 merupakan tugas kelompok penulis yang dikerjakan bersama anggota kelompok atau *C-level* dari *startup* FITNFULL yakni membuat *business pitch deck* berdasarkan *template presentation* yang telah diberikan dengan batas waktu empat hari dari hari diadakannya *workshop*.



Gambar 3.7 Tugas Pribadi dan Tugas Kelompok pada *Workshop* Asinkron Minggu Kedua

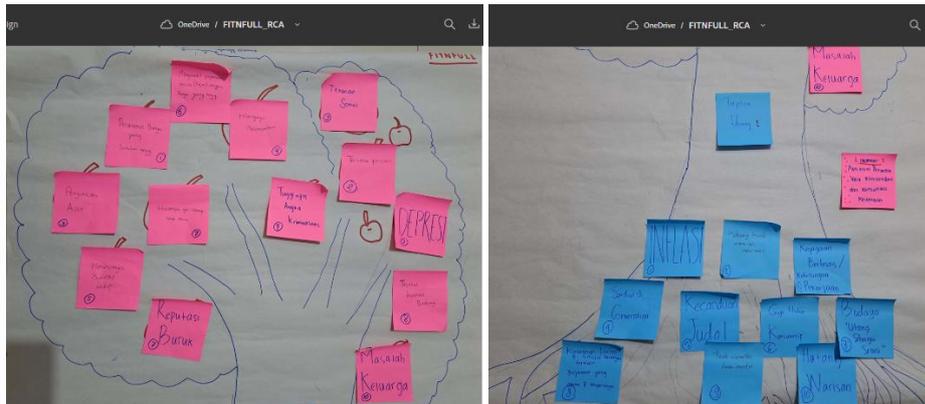
Pada **minggu kedua**, *workshop* dilakukan secara asinkron yang diberikan melalui tautan video YouTube di Google Clasroom. Pemaparan materi dibawakan oleh Bapak Fadli Wilhandarwo selaku Founder dan CEO SekolahStartup dengan materi "Setting Startup Metrics and Goal" (gambar 3.7). Setelah menonton video tersebut, penulis mendapat pengetahuan baru berupa pengertian *metrics*, indikatornya, beberapa contoh atau jenisnya, serta cara mengukur *metrics*. Penjelasan materi dalam video tersebut disertai dengan study case dari bisnis yang sudah ada, sehingga penulis lebih mampu untuk memahami dan menganalisis bagaimana pengukuran *metrics* dari bisnis tersebut. Sembari menonton video materi asinkron, penulis mencatat penjelasan yang menjadi poin-poin penting dari pemaparan materi tersebut. Hal ini dilakukan sekaligus untuk memenuhi tugas individu yang diberikan

oleh Skystar Ventures untuk membuat rangkuman dari materi *workshop* video asinkron. Adapun tugas kelompok yang harus dikerjakan penulis bersama dengan *C-level FITNFULL* untuk membuat *team metrics and goals* berdasarkan *template* yang diberikan oleh pihak Skystar Ventures. Tujuan dari pembuatan *metrics* ini adalah untuk menguraikan kegiatan yang akan dilakukan oleh *C-level FITNFULL* termasuk penulis selama periode program magang MBKM di Skystar Ventures.



Gambar 3.8 *Workshop Offline* Minggu Ketiga





Gambar 3.9 Tugas Pribadi dan Tugas Kelompok pada *Workshop* Minggu Ketiga

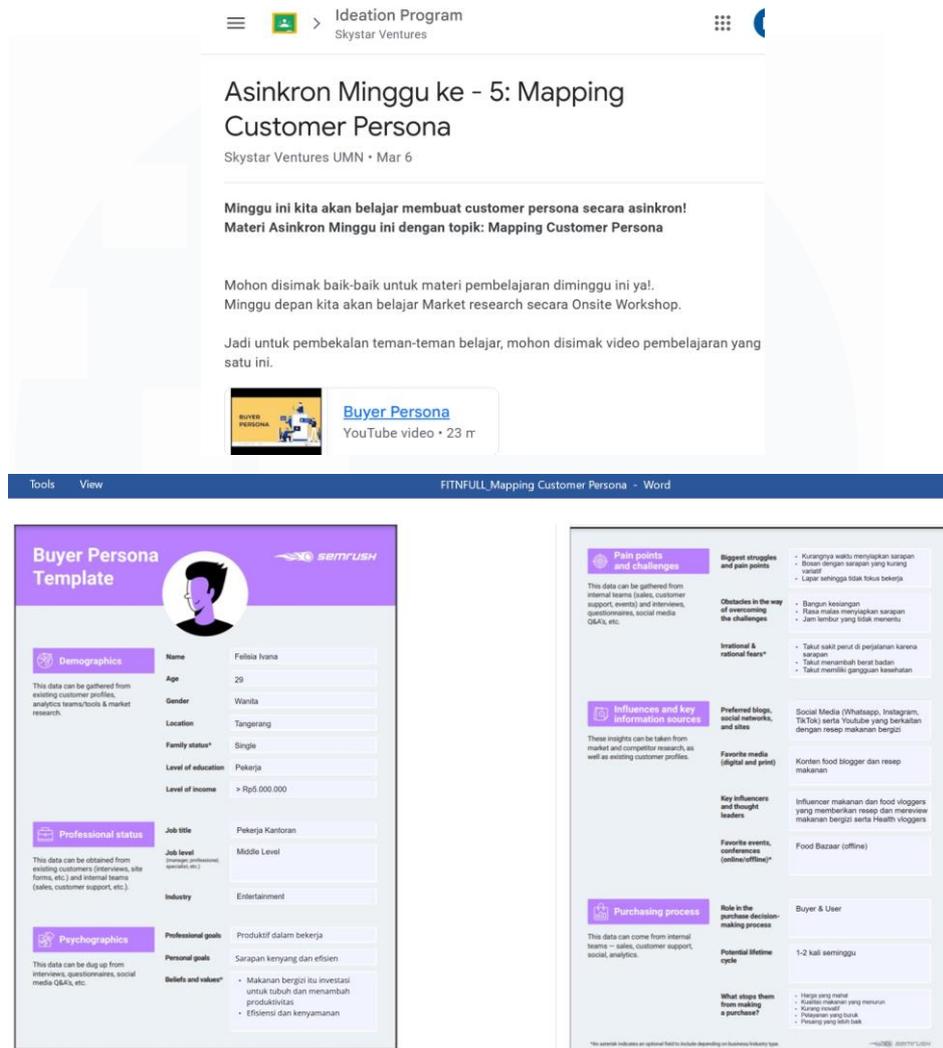
Pada gambar 3.8, penulis kembali mengikuti **workshop ketiga** yang diadakan oleh Skystar Ventures di Function Hall Kampus UMN. Sedikit berbeda dengan *workshop* pertama, pada ruangan diadakannya *workshop* ketiga telah disediakan meja dan beberapa kursi beserta kertas dan alat tulis untuk nantinya setiap kelompok harus membuat sebuah gambar dan melakukan *brainstorming* sesuai arahan narasumber dan topik *problem statement* yang didapatkan dari kertas tersebut. Sesi *workshop* dilaksanakan dengan pemaparan materi oleh Bapak Andrew dengan topik “*Root Cause Analysis*”. Pemaparan materi telah disertai dengan *business study case*, sehingga penulis lebih mampu untuk memahami dan menganalisis dari setiap penjelasan yang diberikan. Oleh karena itu, dari sesi *workshop* ini, penulis juga mendapat *insight* baru, yaitu dengan membuat *root cause analysis*, maka secara tidak langsung telah dilakukan tahap *empathize* dan *define* dalam *design thinking process*. Setelah pemaparan materi selesai, penulis serta seluruh peserta *workshop* diajak untuk melakukan *root cause analysis* secara langsung berdasarkan *problem statement* yang berada di atas kertas masing-masing. Penulis bersama anggota kelompok atau *C-level* FITNFULL mendapat *problem statement* berupa “*Financial Literacy*”, sehingga topik “terjebak hutang” diputuskan sebagai isu keuangan yang lebih spesifik. Selanjutnya *C-level* FITNFULL termasuk penulis melakukan analisis dengan menentukan *factors*, *consequence*, serta *ideation* dari isu keuangan tersebut.

Aktivitas ini dilakukan sekaligus sebagai tugas kelompok di minggu ketiga yang dikerjakan secara langsung saat *workshop* sedang berlangsung (gambar 3.9). Selain itu, penulis juga mendapat tugas individu yakni membuat rangkuman dari sesi *workshop* pada minggu ketiga ini (gambar 3.9).



Gambar 3.10 Tugas Pribadi pada *Workshop* Asinkron Minggu Keempat

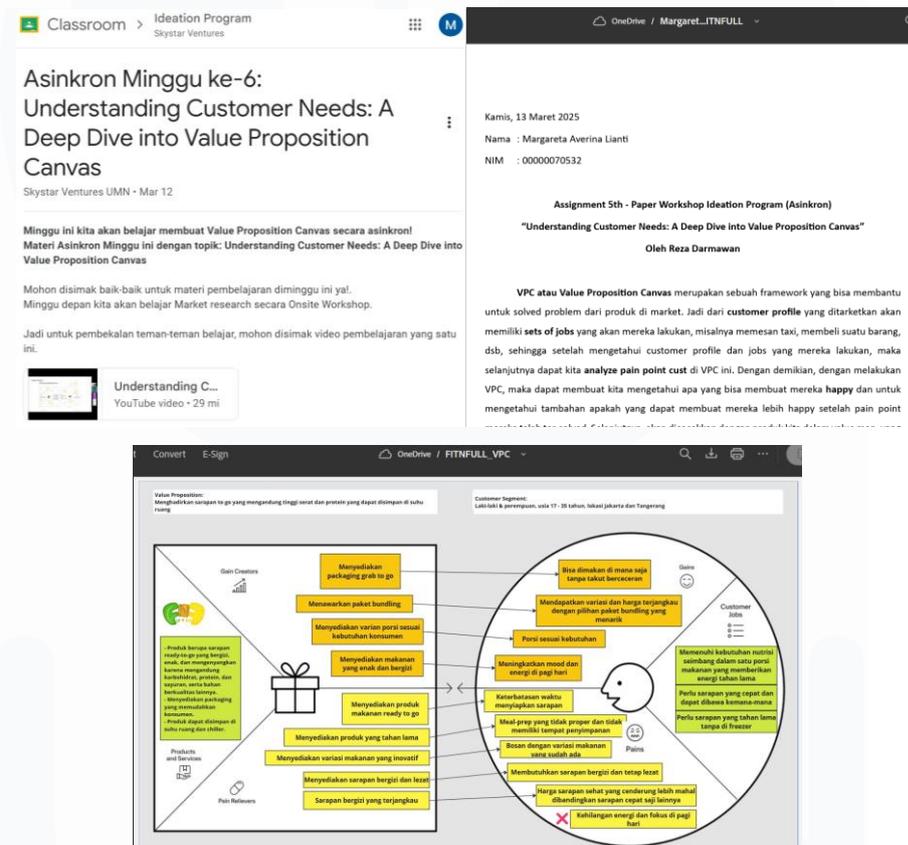
Pada **minggu keempat**, *workshop* kembali dilakukan dalam bentuk pembelajaran asinkron berupa video YouTube dari *channel* “Gerakan Nasional 1000 Startup Digital”. Materi dibawakan oleh seorang *Market Research* dan *Analytics Manager* perusahaan Gojek yaitu Bapak Musyafa Syahbid atau yang akrab dipanggil Bapak Wafa dengan topik “*Market Research for Startup*”. Dari video *workshop* tersebut, penulis mendapatkan *insight* bahwa riset pasar merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh setiap bisnis, baik sebelum maupun setelah meluncurkan produknya dengan tujuan agar dapat menentukan strategi bisnis yang tepat untuk produk tersebut. Dalam pemaparan materinya, Bapak Wafa menyertakan salah satu contoh iklan yang merupakan hasil dari keberhasilan sebuah brand dalam melakukan riset pasar. Hal tersebut membuat penulis lebih mudah dalam memahami topik materi yang dipaparkan. Kemudian penulis juga membuat rangkuman dari materi *workshop* tersebut sebagai tugas individu (gambar 3.10), namun pada minggu ini tidak ada tugas kelompok yang diberikan.



Gambar 3.11 Tugas Kelompok pada *Workshop* Asinkron Minggu Kelima

Pada **minggu kelima**, *workshop* diadakan dalam bentuk asinkron dengan judul materi “*Buyer Persona*” yang dibawakan oleh Ibu Yulfika Rachman seorang *content manager* di Suitmedia. Penulis sendiri pernah mempelajari serta membuat langsung persona untuk memvisualisasikan dan mendeskripsikan target pasar dari ide bisnis yang pernah dibuat penulis sebelumnya. Namun, dalam pemaparan materi ini, penulis mendapat pengetahuan baru bahwa persona dibagi menjadi dua yaitu *user persona* yakni *persona* yang menggunakan produk atau layanan dari suatu bisnis, tetapi bukan berarti mereka yang membelinya, serta ada *buyer persona* yaitu *persona* yang menjadi *decision maker* dalam melakukan pembelian produk

atau layanan dari suatu bisnis. Kemudian, penulis mendapatkan tugas kelompok yang harus dikerjakan bersama *C-level* lainnya yakni membuat *buyer persona* dari FITNFULL (gambar 3.11). Dalam pembuatan *buyer persona*, penulis bersama tim menentukan satu orang pelanggan setia FITNFULL yang dapat menjadi gambaran dari target *market* maupun *audience* untuk FITNFULL.



Gambar 3.12 Tugas Pribadi dan Kelompok pada *Workshop* Asinkron Minggu Keenam

Pada **minggu keenam**, *workshop* diadakan secara asinkron dengan judul materi “*Understanding Customer Needs: A Deep Dive into Value Proposition Canvas*” yang dibawakan oleh Bapak Reza Rizky Darmawan seorang *investor* dan juga *venture builder*. Dari materi ini, penulis belajar cara untuk membuat sebuah *framework* yaitu *Value Proposition Canvas* (VPC) dengan cara yang benar. *Framework* VPC ini dapat membantu para pemilik bisnis untuk mengetahui permasalahan yang ada di pasaran, mengetahui cara

mengatasi atau solusi dari masalah tersebut, dan mengkomunikasikan produk mereka agar dapat dikenal dan bahkan menjadi unggul di pasarnya. Dalam materi ini juga dijelaskan tentang cara melakukan *competitor analysis* yaitu dengan melakukan *benchmark* dari *market* lain terlebih dahulu, kemudian baru melakukan analisa kompetitor dari kompetitor yang berada di *market* dan industri yang sama. Selain itu, penulis juga membuat rangkuman dari materi tersebut seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.12. Selain itu, terdapat tugas kelompok dimana penulis beserta *C-level* FITNFULL lainnya melakukan pemetaan dan pencocokan dari setiap bagian yang ada dalam template VPC tersebut.

Classroom > Ideation Program  
Skystar Ventures

Asinkron Minggu ke-7: Business Model Canvas  
Skystar Ventures UMN · Mar 20

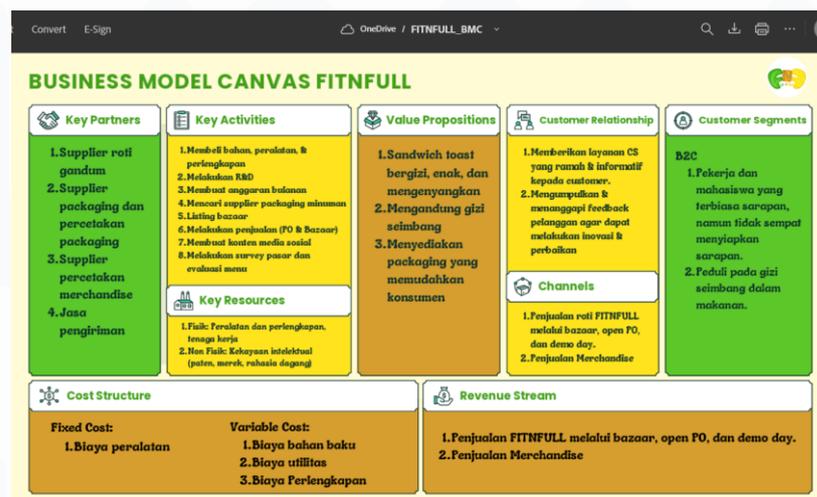
Minggu ini kita akan belajar membuat Business Model Canvas! Materi Asinkron Minggu ini dengan topik: Crafting Business Model Canvas. Mohon disimak baik-baik untuk materi pembelajaran diminggu ini ya! Pembelajaran kali ini membahas langkah praktik untuk memulai business model canvas. Sebuah Canvas yang dapat membantu Anda untuk mengembangkan business atau juga Ide Bisnis kalian.

Cara Membuat da...  
YouTube video · 14 min

Assignment 6th - Paper Workshop Ideation Program (Asinkron)  
"Crafting Business Model Canvas"  
Oleh Okky Barus

Terdapat banyak metode untuk melakukan pengembangan ide secara terstruktur, namun tidak ada satu metode pun yang dapat menjamin keberhasilan, melainkan ini hanya tools agar kita dapat memvisualisasikan ide bisnis kita dengan terstruktur dan rapi.

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka manajemen sebuah bisnis yang dibuat untuk merancang dan melihat bagaimana strategi bisnis akan dijalankan. BMC dikembangkan oleh Alexander Osterwalder yang mencoba memetakan framework sederhana yang merepresentasikan elemen-elemen penting dalam bisnis. BMC digunakan untuk memudahkan kita melihat gambaran tentang ide sebuah bisnis dan rencana realisasinya dengan cepat. BMC dapat menggantikan business plan hanya untuk keperluan perencanaan bisnis dengan cepat, namun tidak untuk perencanaan detail, sehingga kesimpulannya BMC hanya untuk dilihat secara makro.



Gambar 3.13 Tugas Pribadi dan Kelompok pada *Workshop* Asinkron Minggu Ketujuh

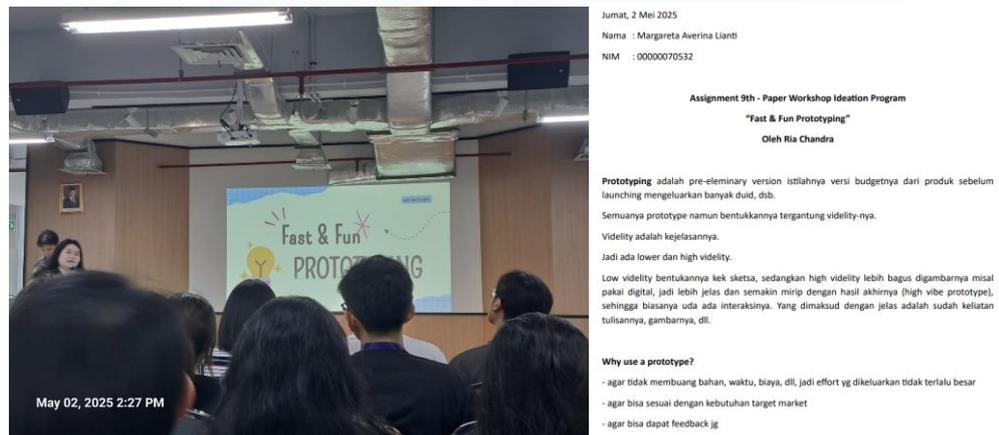
Pada **minggu ketujuh**, penulis mempelajari tentang *Business Model Canvas* (BMC) melalui *workshop* yang dilakukan secara asinkron. Materi dengan judul “*Crafting Business Model Canvas*” yang dibawakan oleh Bapak Okky Barus seorang *creative director* di GMP Creative Consulting, menjelaskan tentang 9 pilar yang ada dalam *framework* BMC. BMC sendiri merupakan salah satu *framework* yang sudah tak asing bagi penulis, namun dalam *workshop* ini dijelaskan materi BMC ini secara lebih *detail* dan mudah dipahami. BMC sendiri digunakan untuk memudahkan para wirausahawan untuk melihat gambaran ide bisnis dan bagaimana rencana realisasinya dengan cepat, namun BMC ini tidak dapat menggantikan perencanaan bisnis secara *men-detail*. Kemudian penulis mendapatkan tugas individu yaitu membuat rangkuman seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.13. Selain itu, penulis juga mendapatkan tugas kelompok untuk dikerjakan bersama *C-level* lainnya, yakni membuat *framework* BMC dari bisnis FITNFULL (gambar 3.13).



Gambar 3.14 *Workshop* Minggu kedelapan beserta Tugas Individu

*Workshop* pada **minggu kedelapan** dilakukan secara asinkron dengan menonton video YouTube dengan topik “*Business Pivot & Restart*” yang dibawakan oleh Ibu Rika Peng selaku *Senior Manager* Accenture (gambar 3.14). Dalam *workshop* ini menekankan bahwa ada banyak perubahan yang terjadi setelah pandemi Covid-19, seperti perubahan tren ke arah *digitalisasi*, pola konsumsi, dan lain sebagainya, sehingga hal tersebut juga mempengaruhi

strategi pemasaran dalam dunia bisnis, seperti munculnya channel baru, yaitu *omnichannel*. Dalam *workshop* ini, penulis juga membuat rangkumannya sebagai pemenuhan tugas individu mingguan.



Gambar 3.15 *Workshop* Minggu kesembilan beserta Tugas Individu

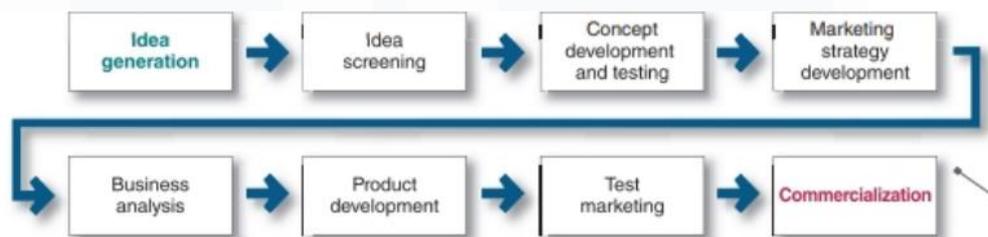
*Workshop* pada **minggu kesembilan** dilakukan secara *offline* atau tatap muka langsung di Kampus Universitas Multimedia (gambar 3.15). *Workshop* dilakukan dengan topik "*Fast & Fun Prototyping*" oleh Ibu Ria Chandra, dengan memberikan materi mengenai pentingnya melakukan *prototype* dan bagaimana langkah-langkah serta tips untuk membuat *prototype* dengan baik.

## B. *Product Research and Development*

### 2. Melakukan riset untuk perencanaan peluncuran menu baru

Selama program kerja magang di Skystar Ventures, FITNFULL melanjutkan pengembangan bisnis dengan melakukan perencanaan untuk meluncurkan produk dengan menu baru. Sebelum dilakukannya riset, tim FITNFULL sudah berencana untuk melakukan *line extension* dengan meluncurkan produk *toast* dengan varian rasa baru yaitu *sweet flavor*, serta melakukan *brand extension* dengan meluncurkan produk minuman sebagai pendamping dan penyegar setelah memakan produk *sandwich toast* FITNFULL. *Brand extension* sendiri merupakan jenis *brand development* yang mempeluas merek produk dengan menciptakan lini atau kategori produk

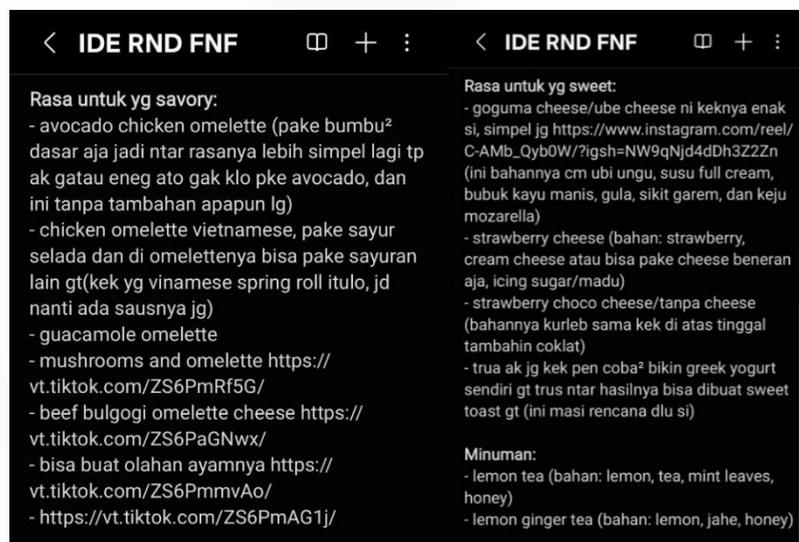
baru yang beragam dan berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya, namun tetap menggunakan nama merek yang sama. Sementara itu, *line extension* merupakan jenis *brand development* dengan merek yang sama, namun menambah variasi kategori produk yang sudah ada, seperti, bentuk, warna, ukuran, bahan, maupun rasa baru (Kotler et al., 2023, hlm 275-276). Oleh karena itu, sebagai COO FITNFULL, maka salah satu tanggung jawab utama penulis adalah melakukan riset perencanaan produk baru.



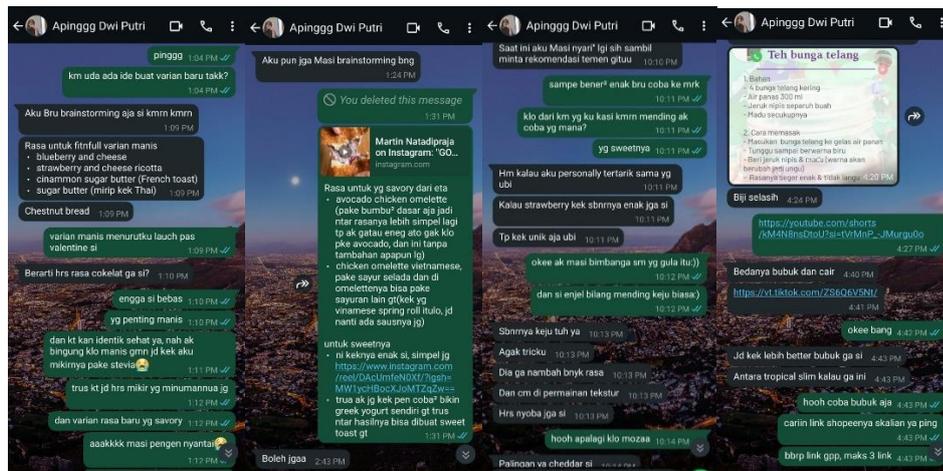
● FIGURE 9.1  
Major Stages in New Product Development

Gambar 3.16 *Eight Major Stages in New Product Development*

(Sumber: Kotler et al., 2023, hlm 285)



Gambar 3.17 *Screenshot Brainstorming dan Riset Penulis Sendiri terkait Menu Baru*

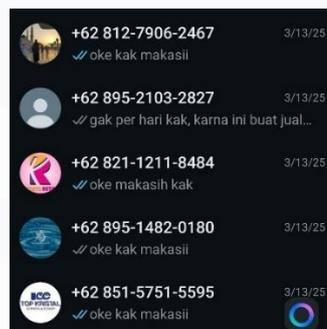


Gambar 3.18 Screenshot Brainstorming antara Penulis dan COO 2

Dalam proses riset perencanaan produk baru, penulis menggunakan pemahaman teori *Major Stages in New Product Development* yang meliputi delapan tahapan seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.16. Proses ini diawali dengan melakukan tahapan *idea generation*, yang mana penulis melakukan riset berbagai resep produk minuman dan rasa untuk *sandwich toast*, baik untuk *savory flavor* maupun *sweet flavor* dari berbagai platform media sosial (gambar 3.17). Dari beberapa ide tersebut, penulis juga melakukan *brainstorming* bersama dengan COO 2 terkait ide penulis dan juga dengan ide COO 2 (gambar 3.18). Kemudian penulis melakukan tahapan kedua yaitu *idea screening*, dimana penulis dan COO 2 memberikan masing-masing ide produk baru kepada anggota tim FITNFULL lainnya melalui *group chat* untuk dilakukan diskusi terkait keputusan ide produk mana yang akan dilakukan eksekusi ke tahap selanjutnya. Hasil dari diskusi tersebut memutuskan bahwa akan dilakukan R&D satu produk *sweet toast* yang berbahan dasar ubi ungu dan keju, serta tiga produk minuman, dimana dua diantaranya sama-sama berbahan dasar dari teh bunga telang, sementara satu minuman lainnya berbahan dasar dari jahe dan teh tubruk. Selanjutnya yaitu melakukan tahapan *concept development*, dimana penulis bersama dengan COO 2 melakukan perencanaan untuk pengembangan konsep produk terlebih dahulu sebelum dilakukannya pengekseskuan konsep tersebut. Perencanaan

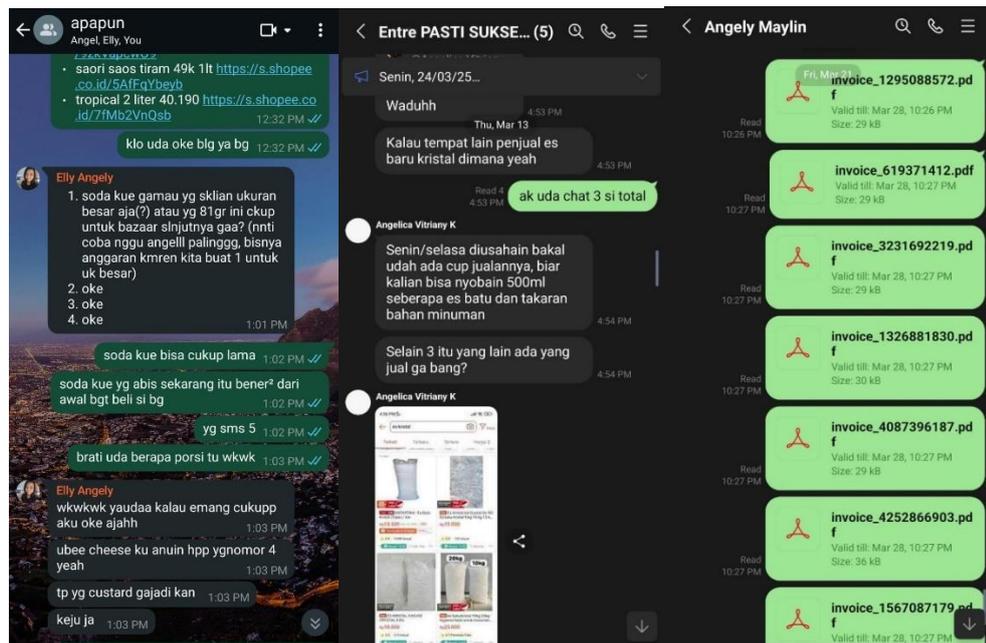
untuk pengembangan konsep tersebut meliputi *sweet toast* yang memiliki rasa manis dari selai ubi dan asin gurih dari keju cepat leleh, tiga minuman akan dibuat menjadi minuman dingin dan akan memiliki tiga jenis rasa yang berbeda, yakni satu minuman dengan rasa segar dari campuran teh telang, lemon, dan daun mint, satu minuman lain dengan rasa *sweet and creamy* dari campuran teh telang dan susu *full cream*, serta satu minuman lainnya dengan rasa manis asam dari lemon dan madu, serta sedikit rasa pedas dan pahit dari jahe dan teh tubruk.

### 3. Melakukan riset harga dan *supplier* bahan baku, serta pembelian bahan baku menu baru untuk R&D



Gambar 3.19 Salah Satu Bukti Riset Harga Es Batu dengan Lima Supplier





Gambar 3.20 Diskusi Harga dari Riset Bahan Baku dan Melakukan Pelaporan Invoice Bahan Baku yang dibeli

Salah satu tanggung jawab utama penulis sebagai COO 1 dan yang menjadi pembeda dengan tanggung jawab COO 2 adalah penulis melakukan riset harga bahan baku sekaligus mencari *supplier*-nya (gambar 3.19), serta melakukan segala pembelian bahan baku, baik untuk R&D maupun untuk kebutuhan produksi (gambar 3.20). Oleh karena itu, setelah dilakukan perencanaan untuk pengembangan konsep produk dengan memerinci setiap komponen yang ada dalam produk, maka penulis akan melakukan riset harga dan pencarian *supplier* setiap bahan baku produk secara detail. Kemudian penulis akan membuat daftar bahan baku dengan memerinci berbagai informasi yang diperlukan untuk menjadi bahan diskusi atau pertimbangan oleh CFO dan CEO (gambar 3.20). Adapun informasi tersebut meliputi alasan ingin menggunakan komponen bahan baku dan *brand* tersebut, harga beserta ukuran berat bahan baku, *link* bahan baku utama dan cadangan di *marketplace*, serta memasukkan informasi kendala apabila ada kendala seperti pembelian bahan baku dalam jumlah kecil yang dikenakan ongkos kirim. Apabila dalam prosesnya penulis mengalami kendala atau rasa bimbang, maka penulis akan berdiskusi terlebih dahulu dengan COO 2 agar

dapat menemukan solusinya. Selanjutnya, penulis akan mengirimkan daftar bahan baku kepada CFO untuk dilakukan perhitungan dan pertimbangan bersama CEO. Setelah mendapat *approval* dari CFO dan CEO, maka penulis akan melakukan pembelian bahan baku, baik di *marketplace* maupun di pasar sesuai kategori bahan bakunya. Penulis juga akan melakukan *quality checking* terhadap barang yang telah sampai, dan melakukan pengiriman *invoice* pembelian kepada CFO setelah barang benar-benar dipastikan tidak ada masalah (gambar 3.20).

#### 4. Melakukan R&D *prototype* untuk pengembangan resep menu baru



Gambar 3.21 R&D Menu Ubee Cheese Toast, Lemon Bliss Elixir, dan Ocean Sky



Gambar 3.22 R&D Menu Lemon Ginger Tea

Setelah seluruh bahan baku yang dibeli telah sampai, maka penulis bersama COO 2 akan melakukan pengekseskusan dari tahapan *concept*

**development.** Proses R&D pembuatan *prototype* untuk varian menu baru ini dilakukan di rumah penulis dengan waktu dan jumlah percobaan yang tidak menentu. Setiap selesai melakukan kegiatan R&D, tim COO akan selalu mencatat seluruh hasil dan evaluasi produk, sehingga dapat dijadikan acuan untuk kegiatan R&D selanjutnya hingga produk benar-benar siap untuk dilakukan kegiatan *market survey* dan *product launching*. Berdasarkan gambar 3.21, yang dalam prosesnya yaitu setelah melakukan kegiatan R&D pertama, tim COO memutuskan untuk melanjutkan proses R&D untuk produk *sweet toast* berbahan dasar ubi ungu dan keju dengan nama Ubee Cheese Toast, serta dua minuman berbahan dasar teh telang dengan nama Ocean Sky dan Lemon Bliss Elixir, karena dari segi rasa yang tidak disangka akan cocok dipadukan dan juga unik, serta dari segi tampilan yang juga unik. Di sisi lain, tim COO menghentikan proses R&D untuk satu minuman lainnya dengan bahan dasar teh tubruk, lemon, dan jahe yaitu dengan nama Lemon Ginger Tea (gambar 3.22). Keputusan tim COO tersebut dilakukan karena mempertimbangkan beberapa hal, yakni produk tersebut yang dirasa lebih cocok disajikan dalam keadaan panas atau hangat, namun tim COO ingin lebih mengutamakan produk minuman dingin. Kemudian dari segi rasa dan bahan yang digunakan memberikan kesan bahwa minuman herbal yang menyehatkan, sedangkan apabila melihat dari target *market* FITNFULL sendiri, sepertinya memang belum terlalu berminat dengan minuman herbal seperti ini.

Proses kegiatan ini juga melibatkan CEO, CFO, dan CMO yang berperan sebagai juri untuk memberikan *feedback* dari hasil *prototype* R&D. Apabila setelah dilakukan beberapa kali R&D, seluruh tim FITNFULL telah menyukai dan menyetujui kombinasi rasa dan tekstur dari setiap *prototype* produk, maka akan dilakukan kegiatan selanjutnya yaitu kegiatan *market survey*.

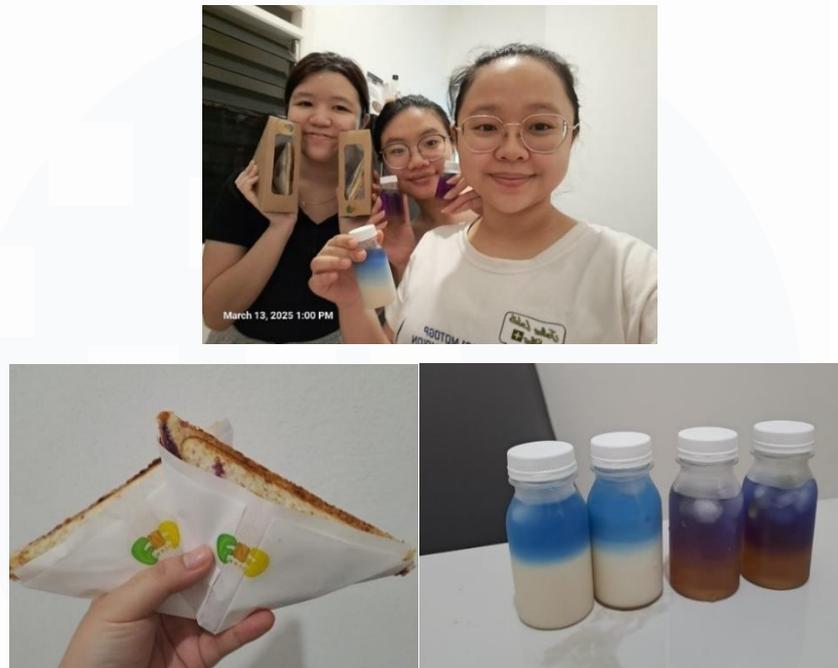


Gambar 3.23 R&D Menu Es Teh Obeng

Kemudian, pada awal bulan Mei penulis bersama COO 2 mengembangkan inovasi resep Es Teh Obeng sebagai *side* menu minuman untuk menambah transaksi penjualan yang secara khusus akan dijual saat *bazaar* Waisak pada pertengahan bulan Mei. Tim COO melakukan satu kali R&D dengan lima jenis merek teh yang berbeda-beda dari segi karakteristik wangi dan rasanya. Dalam satu kali R&D, tim COO berinovasi dengan enak racikan teh dan komposisi yang berbeda, sehingga didapatkan hasil dari segi warna, rasa, dan wangi yang berbeda juga seperti yang terlihat pada gambar 3.23. Setelah melalui proses *testing*, tim COO memutuskan untuk menggunakan racikan resep teh yang kedua dengan mengombinasikan empat merek yang berbeda. Resep racikan tersebut dipilih karena menghasilkan aroma yang wanginya sedap, dengan rasa teh yang kental, sepat, dan sedikit asam, sehingga ketika diberi dengan *simple syrup*, teh tersebut menjadi lebih kompleks dan enak dari segi warna dan juga rasanya.

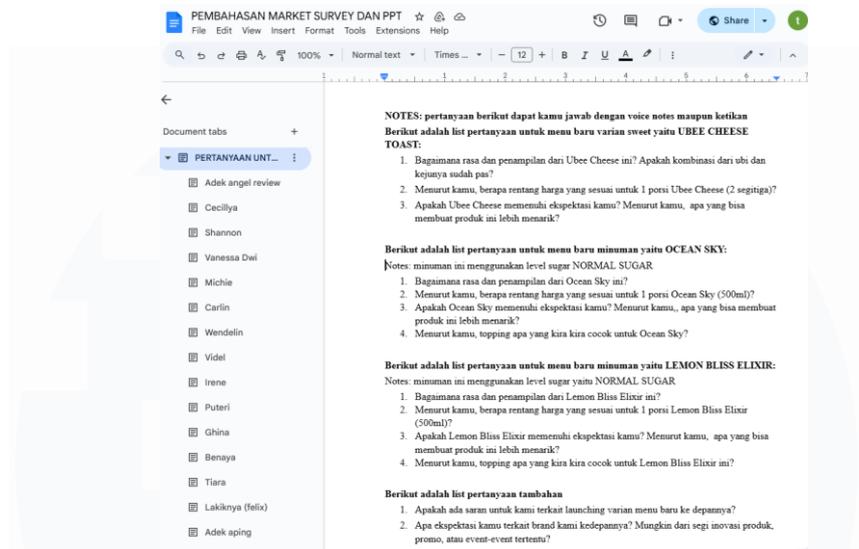
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 5. Melakukan *market survey* menu baru makanan dan dua minuman

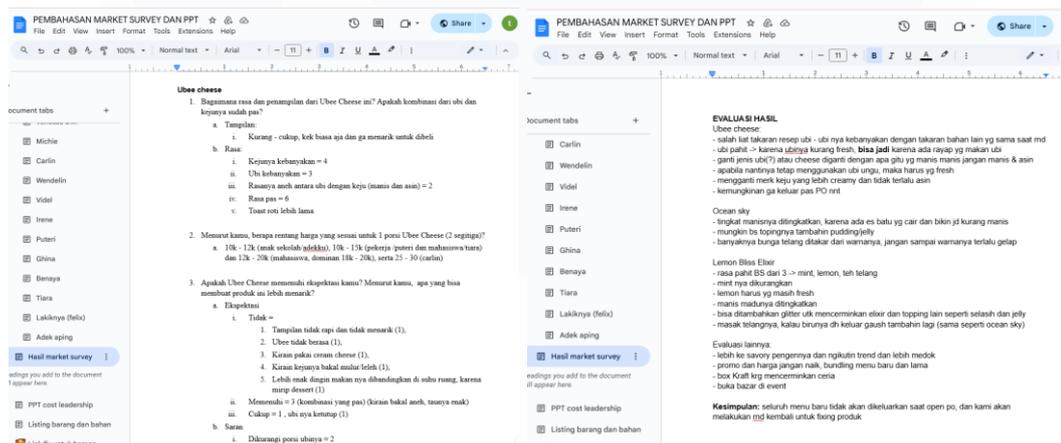


Gambar 3.24 Dokumentasi *Market Survey*

Setelah didapatkan persetujuan dari seluruh anggota tim mengenai rasa dan tekstur produk, maka selanjutnya penulis dan COO 2 akan melakukan tahapan *market testing* yang masih mencakup dari tahapan ketiga dalam teori “*Eight Major Stages in New Product Development*”. Dalam prosesnya, CMO akan mencari beberapa orang target market untuk menjadi calon *market survey* yang didapatkan dari data penjualan sebelumnya. Selanjutnya seluruh anggota tim akan berdiskusi untuk menentukan 15 orang saja yang akan menjadi target *market survey*, menentukan tanggal untuk memberikan *product tester*, serta dilakukan pembagian tugas untuk meng-*approach* 15 orang tersebut. Selanjutnya penulis dan COO 2 yang dibantu oleh CEO dan CFO akan melakukan proses produksi untuk kegiatan *market survey* dengan memberikan masing masing orang setengah porsi Ubee Cheese Toast dan dua botol ukuran 60 ml yang masing-masingnya adalah produk Ocean Sky dan Lemon Bliss Elixir (gambar 3.24).



Gambar 3.25 Screenshot Beberapa Pertanyaan untuk Kegiatan *Market Survey*



Gambar 3.26 Hasil dan Evaluasi Produk dari Kegiatan *Market Survey*

Dalam kegiatan ini, penulis bersama COO 2 juga bertugas dalam membuat beberapa pertanyaan yang akan diberikan kepada 15 orang *market survey* untuk menggali informasi berupa *feedback* dan masukan dari setiap produk baru yang sedang dalam uji coba (gambar 3.25). Maka setelah produk *market survey* diberikan kepada 15 orang tersebut, masing-masing anggota tim memberikan pertanyaannya dan akan dimasukkan dalam satu *file* Google Docs. Selanjutnya, anggota tim melakukan pembagian tugas untuk merangkum setiap *feedback* yang didapatkan per masing-masing produk. Kemudian anggota tim melakukan diskusi untuk membahas setiap rangkuman *feedbacknya*, sehingga selanjutnya dapat mendiskusikan evaluasi dari setiap

produk (gambar 3.26). Evaluasi tersebut akan menjadi pedoman bagi tim COO untuk melakukan R&D kembali sampai produk benar-benar siap untuk dilakukan *product launching*.

## 6. Melakukan perencanaan dan riset terkait *packaging* menu baru



Gambar 3.27 Screenshot Chat Penulis mengenai *Packaging* kepada CFO

Dalam perencanaan untuk peluncuran menu baru berupa minuman yang mana sebelumnya belum ada menu minuman dalam *brand* FITNFULL, maka dilakukan perencanaan dan riset terkait *packaging* untuk minuman. Proses ini diawali penulis sebagai COO dengan mengumpulkan beberapa referensi *packaging* beserta bahan pendukung *packaging* lainnya seperti sedotan dan lain sebagainya. Kemudian penulis yang dibantu oleh CFO dan CEO melakukan pencarian *packaging* melalui *marketplace*, serta melakukan *listing link* seluruh komponen *packaging* yang diperlukan dengan beragam pilihan dari segi bahan, keamanan produk, dan lain sebagainya. Berdasarkan pada gambar 3.27, proses selanjutnya adalah *list packaging* yang dicari oleh penulis tersebut diberikan kepada CFO untuk dilakukan perhitungan dan yang kemudian akan diberikan oleh CFO kepada CEO. Setelah informasi perhitungan harga oleh CFO, maka dilakukan diskusi bersama seluruh anggota tim FITNFULL untuk memutuskan *packaging* yang akan digunakan

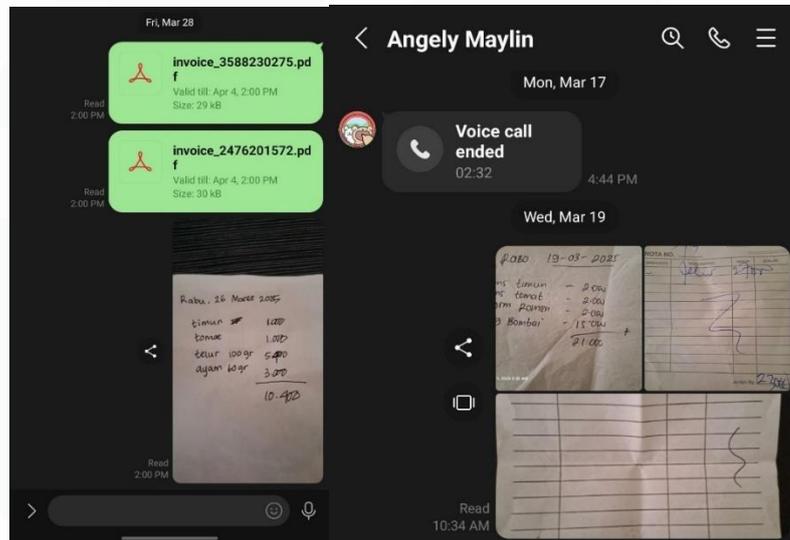


Pencarian tempat untuk berjualan *bazaar* pun dilakukan dengan mengutamakan lokasi penjualan di daerah Tangerang dengan kelas ekonomi menengah ke atas. Penulis sendiri membantu melakukan pencarian *bazaar* dengan menghubungi satu teman penulis yang melakukan kerja magang di salah satu perusahaan yang menyelenggarakan *event-event* tertentu (*event organizer*). Setelah mendapatkan informasi tempat *bazaar* di salah satu universitas di Tangerang, penulis langsung memasukkannya ke dalam data informasi *bazaar* pada Google Docs yang sebelumnya sudah dibuat oleh CEO (gambar 3.28). Dalam Google Docs tersebut pun sudah ada banyak informasi *bazaar* yang ditemukan oleh anggota tim FITNFULL lainnya. Namun, hingga saat laporan ini ditulis dan dikumpulkan, belum ada keputusan lebih lanjut dari tim FITNFULL.

Sementara itu, tim FITNFULL juga melakukan perencanaan untuk memberlakukan uang kas setiap bulannya. Oleh karena itu, tim melakukan diskusi kelompok secara langsung dengan menentukan tujuan diberlakukannya uang kas bulanan. Adapun tujuan uang kas tersebut adalah sebagai tambahan atau cadangan dana untuk melakukan *bazaar* pada semester tujuh perkuliahan. Namun, dana tersebut dapat dikeluarkan sewaktu-waktu apabila memang dibutuhkan untuk *bazaar*. Kemudian, tim FITNFULL juga menentukan besaran uang kas yaitu Rp50.000 per bulannya yang disetorkan ke akun bank bisnis FITNFULL melalui CFO.

### C. Production, Selling, and Marketing

#### 8. Melakukan pembelian bahan baku untuk produksi penjualan, serta perlengkapan, dan peralatan



Gambar 3.29 Melakukan Pelaporan Pembelian Bahan Baku Produksi kepada CFO untuk Mendapatkan *Reimburse*

Sebagai COO FITNFULL, salah satu tanggung jawab utama penulis yaitu melakukan pengadaan bahan baku yang berkualitas untuk memastikan kelancaran proses produksi hingga produk sampai ke tangan konsumen. Sebelum melakukan pembelian bahan baku, ada serangkaian proses yang dimulai dengan melakukan analisis perhitungan bahan baku yang dibutuhkan berdasarkan stok yang tersedia. Apabila penjualan dilakukan melalui *open pre-order*, maka jumlah produksi akan dilakukan sesuai jumlah pesanan. Namun apabila penjualan dilakukan melalui *demo day* maupun *bazaar*, maka jumlah produksi akan dilakukan sesuai kesepakatan antar anggota tim FITNFULL berdasarkan perkiraan penjualan pada *demo day* yang sebelumnya sudah pernah dijalankan.

Setelah melakukan analisis perhitungan bahan baku secara rinci, penulis akan melakukan proses pembelian yang dibagi menjadi dua kategori, untuk kategori bahan baku *fresh* seperti protein, sayuran, dan perbawangan akan dilakukan pembelian di pasar tradisional agar penulis dapat memilah sendiri

kualitas yang terbaik dari setiap bahan baku, dapat memantau pergerakan naik turunnya harga bahan baku, serta melakukan negosiasi langsung dengan penjual di pasar untuk mendapatkan harga terbaik. Sementara untuk bahan baku dengan masa kedaluwarsa akan dilakukan pembelian melalui pemesanan di *marketplace* agar penulis bisa mendapatkan harga yang kompetitif, namun tetap dengan kualitas yang sama apabila beli di pasaran.

Proses selanjutnya adalah melakukan *quality check* dan pencatatan masuknya bahan baku terbaru dengan melakukan video *unboxing* untuk bahan baku dengan masa kedaluwarsa. Sementara untuk bahan baku *fresh* hanya akan dilakukan pencatatan masuknya bahan baku, karena proses *quality check* telah dilakukan secara langsung oleh penulis ketika membelinya di pasar. Setelah penerimaan dan pencatatan bahan baku, penulis akan memberikan segala bukti pembayaran baik nota fisik maupun *digital* kepada CFO (gambar 3.29).

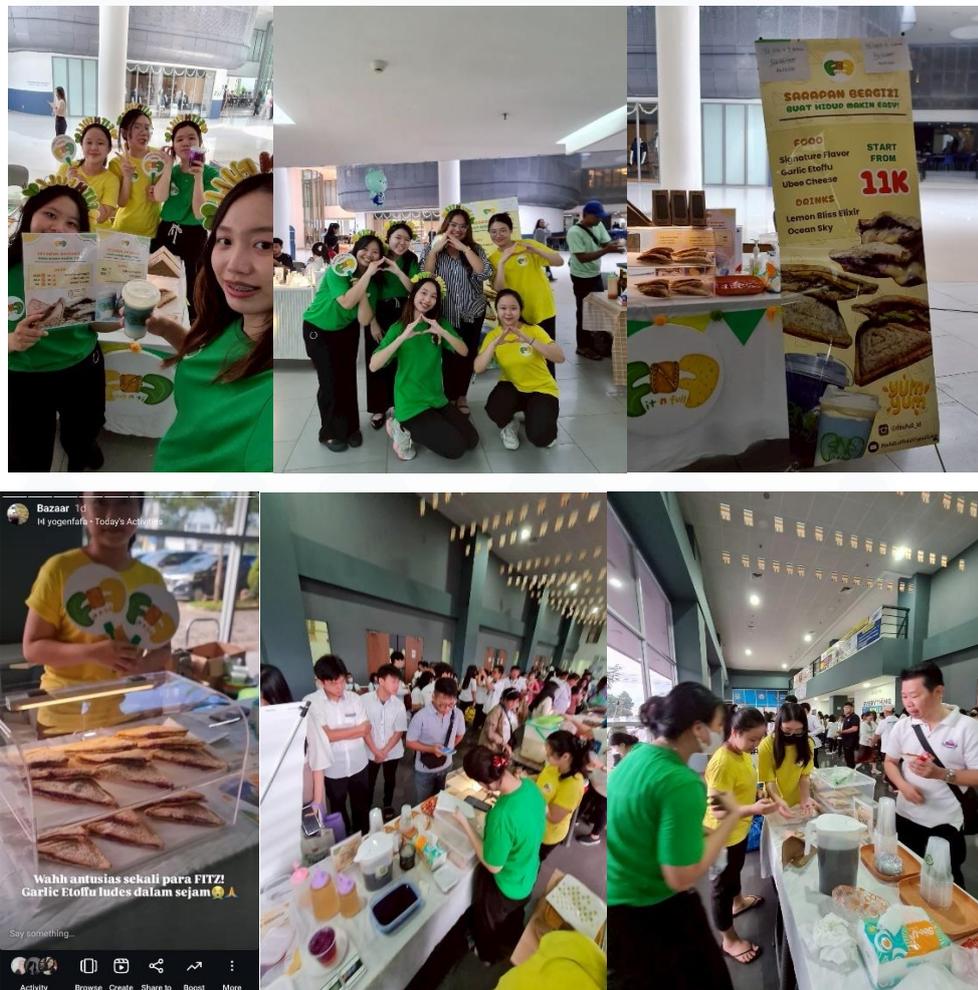
## 9. Melakukan proses persiapan, produksi, hingga penjualan melalui *open pre-order* dan *event bazaar*



Gambar 3.30 Tampilan Produk dan Proses Penjualan melalui *Open Pre-Order*

Setelah dilakukan pembelian bahan baku oleh penulis, maka proses selanjutnya adalah melakukan proses persiapan produksi, proses produksi, hingga penjualan bersama dengan COO 2 dan yang dibantu oleh anggota tim FITNFULL lainnya (gambar 3.30). Proses produksi dari produk FITNFULL sendiri membutuhkan waktu yang cukup lama karena terdapat banyak *condiment* di dalamnya yang harus diolah terlebih dahulu. Oleh karena itu, proses produksi terbagi menjadi dua yaitu proses persiapan produksi seperti

melakukan marinasi protein hewani, pemotongan sayuran serta perbawangan, dan lain sebagainya. Dalam proses persiapan produksi juga dilakukan persiapan *packaging* yaitu dengan melipat dan menempelkan logo pada *box packaging* dan kertas *wrap* rotinya. Kemudian, proses kedua adalah proses produksi hingga tahap produk jadi, yang meliputi memasak seluruh isi *condiment* dalam roti, melakukan penyusunan isian dan roti, hingga melakukan pemanggangan atau *toast* menjadi *sandwich toast*. Setelah produk selesai diproduksi, maka akan dilakukan proses pengemasan dengan memastikan *higienitas* dan keamanannya dengan baik.



Gambar 3.31 Tampilan Produk dan Proses Penjualan melalui *Event Bazaar*



Gambar 3.32 Produk Ubee Cheese, Ocean Sky, dan Lemon Bliss Elixir Secara Berurutan

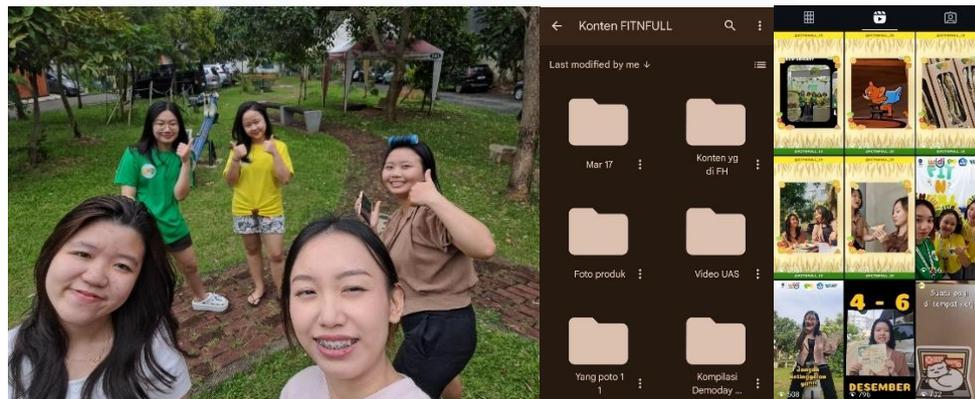
Sementara itu, terhitung dari bulan April hingga Mei, tim FITNFULL telah melakukan dua kali penjualan di *event bazaar* (gambar 3.31). Dalam dua kali penjualan *bazaar* inilah, produk *sandwich toast* terbaru varian manis yaitu Ubee Cheese dan dua produk minuman, yakni Ocean Sky dan Lemon Bliss Elixir, pertama kali dilakukan *launching* dan penjualan (gambar 3.32).

*Bazaar* pertama yaitu dari *event* organisasi kampus UMN, yang mana FITNFULL sendiri melakukan penjualan *bazaar* selama tiga hari dari tanggal 28 – 30 April 2025, serta sukses dengan total hasil 155 transaksi penjualan untuk tiga jenis makanan dan dua jenis minuman selama tiga hari. Selanjutnya adalah *bazaar kedua* yang dilakukan di Universitas Buddhi Dharma dalam *event* merayakan hari Waisak pada tanggal 18 Mei 2025. *Bazaar* kedua sukses dengan total hasil 63 transaksi penjualan untuk masing-masing dua jenis makanan dan minuman. Kemudian yang menjadi pembeda dari segi persiapan, proses produksi, hingga proses penjualan antara sistem penjualan *open pre-order* dan *event bazaar*, yaitu teletak pada proses setelah produk untuk *event bazaar* selesai diproduksi, maka tidak melalui proses pengemasan langsung, melainkan akan langsung dimasukkan dalam kotak besar yang nantinya saat tiba di tempat *bazaar* akan dilakukan strategi *display* produk tanpa kemasan, yang diletakkan pada kotak akrilik *food display* (gambar 3.31 sebelah kiri bawah).

Seluruh proses persiapan produksi dan proses produksi tentunya telah dilakukan sesuai SOP yang ditetapkan mulai dari pengolahan bahan baku, penggunaan perlengkapan dan peralatan produksinya, serta kebersihan dari

setiap proses produksi hingga pengemasan produk. Setelah produk jadi, maka akan dilakukan proses penjualan produk apabila dilakukan melalui *demo day* dan *bazaar*, sedangkan untuk penjualan *pre order* akan dilakukan pengambilan maupun pengiriman produk dari kampus UMN. Selama proses penjualan tersebut, tim FITNFULL memastikan pembayaran telah berhasil dilakukan oleh pelanggan dengan mengambil dokumentasi foto, serta memberikan *link barcode form feedback* yang dapat diisi pelanggan melalui Google Form untuk pengembangan produk FITNFULL menjadi lebih baik. Proses terakhir dari penjualan produk adalah melakukan evaluasi tim dari seluruh aspek selama berjalannya proses persiapan produksi hingga penjualan.

#### 10. Melakukan *shooting* konten untuk kebutuhan *digital marketing*



Gambar 3.33 Proses *Shooting* dan Beberapa Contoh Konten FITNFULL

Salah satu strategi untuk meningkatkan *brand awareness* serta penjualan FITNFULL yaitu dengan melakukan *digital marketing* melalui pemanfaatan media sosial berupa Instagram dan Tiktok. Salah satu *digital marketing* yang dibuat oleh tim FITNFULL yaitu dengan pembuatan berbagai konten menarik yang sesuai dengan target market FITNFULL. Penyusunan konten *digital marketing* ini merupakan tanggung jawab dari CMO baik dalam bentuk foto maupun video, sedangkan keterlibatan anggota tim FITNFULL lainnya sangat dibutuhkan dalam pembuatan konten. Penulis juga

ikut terlibat sebagai *talent* dalam pembuatan konten tersebut seperti yang dapat dilihat di media sosial FITNFULL (gambar 3.33).

#### **D. Operational Reports**

##### **11. Melakukan pemeriksaan dan pencatatan persediaan bahan baku, perlengkapan, dan peralatan**

Sebagai COO yang mengatur jalannya operasional bisnis, tentunya harus memiliki data laporan tersendiri untuk mencatat persediaan bahan baku dan perlengkapan habis pakai, serta mencatat kondisi mesin dan peralatan yang dipakai. Pencatatan tersebut dilakukan pada satu *link data* yang sama dengan pencatatan R&D, namun dalam *sheets* yang berbeda. Pencatatan bahan baku dilakukan pada *sheet* dengan judul “Laporan Stock Opname”, sedangkan pencatatan perlengkapan, mesin, dan peralatan dilakukan pada *sheets* berjudul “Laporan Inspeksi”. Penggabungan data tersebut dimaksudkan agar tidak terlalu banyak data *link* yang berbeda untuk setiap laporan, serta dapat lebih memudahkan COO 1 dan COO 2 dalam melakukan pencarian *link* dan pencatatannya. Adapun tempat penyimpanan bahan baku, peralatan, mesin, serta perlengkapan berada di rumah COO 2, sehingga pencatatan dilakukan dengan kerja sama. Koordinasi tersebut dilakukan melalui *Private Whatsapp Call* antara penulis dengan COO 2, yang mana COO 2 melakukan pemeriksaan dan perhitungan, sedangkan COO 1 melakukan pencatatan yang telah disebutkan.

RnD FITNFULL 2025 DAN LAPORAN PENCATATAN

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help

Menu 100% 123 Default...

FORM INSPEKSI MESIN, PERALATAN, DAN PERLENGKAPAN PRODUKSI										
Proyek: FITNFULL							Periode: 1 Tahun - 2025			
No	Hari, tanggal	Kategori	Tempat Penyimpanan	Nama Barang	Jumlah stok	Satuan	Keterangan	Hasil Inspeksi		PIC
								OK	Not OK	
1	3/13/2025	Perlen...	kontainer biru	Stiker logo	5	lembar	gak full	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	3/13/2025	Perlen...	kardus	Mama lemon	1	bungkus	680 ml	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	3/13/2025	Perlen...	kontainer biru	plastik ziplock				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	3/13/2025	Perlen...	kontainer biru	plastik wrap	3	bungkus		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	3/13/2025	Perlen...	kontainer biru	baking paper	3	bungkus		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	3/13/2025	Perlen...	kontainer biru	masker mulut	2	pcs		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	tissue pelanggan	1 3/4	bungkus		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	tissue nice produksi	1 1/4	bungkus		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	kantong plastik hitam sampah	10	lembar		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	box pack kraft polos	25	lembar		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	box pack putih polos	27	lembar		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	wrap roti	4	bungkus	2 kebuka	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	kantong plastik putih	28	pcs		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	sarung tangan	3	bungkus	1 kebuka	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	tissue dapur	14	bungkus	1 kebuka	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	3/13/2025	Perlen...	kontainer oren	hand sanitizer	2	botol		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	3/23/2025	Mesin...	kontainer oren	baterai AAA	12	pcs	sudah beli baru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18	3/31/2025	Mesin...	kontainer biru	Oven Sharp biru putih	1	pcs	kabel rusak, dan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
19	4/16/2025	Perlen...	kontainer oren	tissue dapur	11	bungkus	2 kebuka uda 1/2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
20	4/16/2025	Perlen...	kontainer oren	sarung tangan	2	bungkus	1 kebuka	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
21	4/16/2025	Perlen...	kontainer oren	tissue nice produksi	1	bungkus	1 baru kebuka	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
22	4/16/2025	Perlen...	kontainer oren	plastik bening besar dan kecil	3/4	bungkus	ini kemungkinan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23	4/16/2025	Perlen...	kontainer oren	palstik putih	1/2	bungkus		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
24	4/16/2025	Perlen...	kontainer oren	wrap roti	4	bungkus	2 kebuka	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

RnD MAKANAN RnD MINUMAN LAPORAN WASTE LAPORAN INSPEKSI LAPORAN STOCK OPNAME NEW DATA SUPPLIER Coret core

Gambar 3.34 Tampilan *Sheets* Pencatatan Perlengkapan dan Peralatan

Pencatatan perlengkapan habis pakai dilakukan setiap satu bulan sekali. Apabila setelah dilakukan pemeriksaan dan pencatatan, terdapat stok perlengkapan yang sisanya sedikit, maka COO 1 akan langsung melakukan pembelian melalui *link marketplace* yang telah disepakati bersama CFO dan CEO untuk menjadi toko utama pembelian perlengkapan tersebut. Adapun beberapa barang yang termasuk kategori perlengkapan habis pakai, yaitu seluruh perlengkapan *packaging*, seluruh perlengkapan untuk produksi, dan lain sebagainya. Sementara itu, pencatatan untuk mesin dan peralatan dilakukan setiap dua bulan sekali. Adapun yang termasuk kategori mesin dan peralatan, yaitu seluruh mesin produksi, seluruh peralatan untuk produksi, dan lain sebagainya. Apabila setelah dilakukan pemeriksaan dan pencatatan terdapat mesin dan peralatan yang rusak, maka tim COO akan langsung melapor kepada CEO dan CFO untuk mencari solusi apakah akan melakukan pembelian mesin dan peralatan baru atau melakukan perbaikan untuk mesin rusak ke jasa perbaikan barang. Setelah solusi ditemukan, maka akan kembali ke tim COO untuk menindaklanjuti mesin dan peralatan yang rusak tersebut.

Selanjutnya setelah dilakukan pembelian dan barang telah sampai, tim COO akan langsung memperbaharui pencatatan laporan inspeksi perlengkapan, mesin, dan peralatan.

Berdasarkan gambar 3.34 yang memuat tampilan *sheets* untuk pencatatan perlengkapan, mesin, dan peralatan, terdapat beberapa kolom informasi yang harus dilengkapi ketika melakukan pemeriksaan dan pencatatan per satu jenis barang dengan periode satu tahun. Beberapa kolom informasi tersebut meliputi nomor pencatatan, hari dan tanggal pencatatan, kategori barang yang dicatat, tempat penyimpanan barang, jumlah stok beserta satuan dan keterangan lainnya, hasil inspeksi apakah baik atau buruk, serta PIC yang menanganinya.

LAPORAN STOCK OPNAME BAHAN BAHAN KEDALUWASA							LAPORAN STOCK OPNAME BAHAN BAHAN FRESH								
FITNFULL							FITNFULL								
Nama Bahan	Tanggal Masuk/ Cek	Kedaluwarsa	Jumlah Masuk	Sisa Stock	Satuan	Keterangan	OK	Not OK	Nama Barang	Tanggal Masuk/ Cek	Masa tahan	Jumlah Masuk	Sisa Stock	Satuan	Keterangan
Mayonaisse	4/14/2025	03/2026	4	3/4	KG		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dada ayam mentah	4/14/2025	1 bulan	1250	±200	KG	freezer
Saus Krim	4/14/2025		1/4		L		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Roti pandum	4/14/2025	1 bulan freezer	93		Slice	
Kecap asin	4/14/2025		600 ml + 1/4		L		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B. bombay kembang	4/14/2025					
Lada putih	4/14/2025		3/4		Toples	toples uk 250 ml	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B. bombay cincang	4/14/2025					
Lada hitam	4/14/2025	06/2026	- 1/4 + 3/4 bks		Toples	1/4 toples uk 250	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B. bombay mentah	4/14/2025			2	Buah	freezer
Bubuk garlic	4/14/2025	09/2027	1/4		KG	130 gr botol kecil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B. putih mentah	4/14/2025			2	botol	freezer
Baking soda	4/14/2025		- 1/4		KG	uk 81 gr	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Minyak bawang	4/14/2025			1/4	L	dim botol 1 l
Saus tomat	4/14/2025		2 + 1		Botol	2 bks kebuka isi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Lemong	4/18/2025				habis	di pakai bikin food
Katsu jamur	4/14/2025	01/2026	3/4 + 1		Toples	1 bks 200 gr	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Roti pandum	4/19/2025			35	Buah	freezer
Garam	4/14/2025	10/2029	1/4 + 1 1/2		Toples	1 1/2 bks 500gr	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dada ayam mentah	4/20/2025	1 bulan	2		KG	freezer
Gula putih	4/14/2025					habis	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Roti pandum	4/20/2025	1 bulan	92		KG	freezer
Lada hitam	4/14/2025		- 1/2		KG	uk 500 gr bks	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dada ayam mentah	4/30/2025	1 bulan	±800		KG	freezer
Mentega mentah	4/14/2025					habis	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dada ayam mentah	4/30/2025	1 bulan	±700		KG	freezer
Susu full cream	4/19/2025		200		ML	uk po oke	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B. bombay mentah	4/30/2025					blum kupas
Minyak goreng	4/20/2025		2		L		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Roti pandum	4/30/2025	1 bulan	41		Slice	freezer
Gula putih	4/20/2025		1		KG		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Lemong	4/30/2025		1		Buah	1 buah besar
Susu full cream	4/20/2025		2,5		L	18 dan 2 bks 750	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B. mirah goreng	4/30/2025		±130		KG	chiller
Mayonaisse	4/30/2025		3,5		KG		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Roti pandum	5/12/2025	1 bulan	23		Slice	freezer
Lada hitam	4/30/2025		banyak		KG		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dada ayam mentah	5/18/2025		850		KG	freezer
Garam	4/30/2025		1,5		Botol		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kacang Ubi	5/18/2025	1 bulan	±530		KG	freezer (uk 13 gr)
Bubuk garlic	4/30/2025		1		Botol	isi 130gr	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							

Gambar 3.35 Tampilan *Sheets* Pencatatan Persediaan Bahan Baku

Pemeriksaan dan pencatatan sisa stok seluruh bahan baku dilakukan setiap selesai melakukan produksi. Dalam pencatatan ini, bahan baku terbagi menjadi dua, yaitu bahan baku mentah atau *fresh* seperti protein, sayuran, dan perbawangan, serta bahan baku kemasan dengan masa kedaluwarsa yang lama seperti garam, gula, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, apabila terdapat bahan baku kemasan dengan sisa stok yang sedikit, maka COO 1 akan langsung melakukan pembelian melalui *link marketplace* yang telah disepakati bersama CFO dan CEO untuk menjadi toko utama pembelian

bahan baku tersebut. Namun apabila terdapat stok bahan baku *fresh* yang bersisa sedikit atau bahkan habis, maka COO 1 akan melakukan pembelian bahan baku *fresh* maksimal satu hari sebelum melakukan proses persiapan produksi.

Berdasarkan gambar 3.35, telah memuat tampilan *sheets* untuk pencatatan persediaan bahan baku. Dalam laporan ini, pencatatan stok bahan baku dilakukan di tabel yang terpisah antara bahan baku segar dan bahan baku yang memiliki masa kedaluwarsa. Adapun beberapa kolom informasi yang harus dilengkapi ketika melakukan pemeriksaan dan pencatatan per satu jenis bahan baku. Beberapa kolom informasi tersebut meliputi nama bahan, tanggal barang masuk atau dicek, masa ketahanan atau kedaluwarsa, jumlah masuk, sisa stok, satuan yang digunakan, keterangan tambahan, serta hasil pengecekan dari COO.

## 12. Melakukan pencatatan laporan *waste* kondimen produk, bahan baku, dan perlengkapan

LAPORAN WASTE FITNFULL 2025									
No.	Kategori	Tanggal Cek	Nama Barang	Tanggal Masuk	Jumlah	Satuan	Masalah	Keterangan	Solusi
12	Perengkapan pack	4/18/2025	sticker		5	pcs	Rusak	nempel di kertas lainnya jadi gaabis dipake lagi	mash bnky stok jadi aman
13	Bahan baku	4/18/2025	Kat	15/04/2025	60	gr	Kelebihan		
14	Bahan baku	4/18/2025	Tomat kupas potong	15/04/2025	90	gr	Gagal prod		
15	Kondimen/produk fx	4/18/2025	roti		8	pcs	Gagal prod	1 ltr gagal produksi (hbs saus) dan 1 ltr jatuh, 6 ltr gagal produksi	
16	Kondimen/produk fx	4/18/2025	ayam sig		1	porci	Gagal prod		
17	Kondimen/produk fx	4/18/2025	telur sig		3	porci	Gagal prod		
18	Kondimen/produk fx	4/29/2025	ocean sky dan lemon bliss		2	porci	Display/hes	masing-masing 1 cup minuman untuk display bazaar TVONAIR	dibuat poster untuk tampilan atau bikin display dari bi
19	Kondimen/produk fx	4/29/2025	ocean sky dan lemon bliss		2	porci	Display/hes	masing-masing 1 cup minuman untuk display bazaar TVONAIR	dibuat poster untuk tampilan atau bikin display dari bi
20	Kondimen/produk fx	4/29/2025	ubi ungu	4/29/2025	+700	gr	Rusak	sekitar 1/4 ubi sudah jelek, dan sisanya saat memasak ube jam untu	ube jam dibuang dan diputuskan membeli ubi ungu
21	Kondimen/produk fx	4/30/2025	ubi ungu matang dan kupas	4/30/2025	+50	gr	Rusak	bagian dalam ubi yang dibuang saat mengupas kulitnya, karna terlit	
22	Perengkapan pack	4/30/2025	sedotan		+5	pcs	Rusak	plastik pembungkus sedotannya rusak	harus lebih hati-hati dalam menyimpan/membawa se
23	Kondimen/produk fx	4/30/2025	selasih jadi	4/27/2025	+400	gr	Kelebihan	kelebihan buat dan tidak habis saat bazaar	mending buat dikit dulu aja, jangan langsung banyak
24	Kondimen/produk fx	4/30/2025	wortel parut		+150	gr	Kelebihan	penjualan tidak sesuai forecast	
25	Kondimen/produk fx	4/30/2025	kol parut		+150	gr	Kelebihan	penjualan tidak sesuai forecast	
26	Perengkapan pack	4/18/2025	box pack, stiker, kertas wa		1	pcs	Rusak	masing-masing 1pcs, box pack yg udah dsliker peot rusak, kertas w	
27	Kondimen/produk fx	4/18/2025	air telang		375	ml	Kelebihan	3 cup atau setara 375ml, lemongnya kurang jadi gabisa jual lagi	walaupun sudah diperkirakan akan cukup, tetap haru
28	Kondimen/produk fx	4/18/2025	air teh obeng		3300	ml	Kelebihan	setara 22 cup, kelebihan karna penjual tidak sesuai yang di forecast	
29	Kondimen/produk fx	4/18/2025	simple syrup		1320	ml	Kelebihan	setara 22 cup, kelebihan karna penjual tidak sesuai yang di forecast	
30	Kondimen/produk fx	4/18/2025	nata de coco topping		+900	gr	Rusak	saat bazaar terpeksa buka bungkus baru, karna toples yg nata tar	
31	Bahan kemasan	4/18/2025	cup minuman teh obeng 220		9	cup	Rusak	120 kadek terdapatnya karena saat bazaar ada yang minumin banyak	

Gambar 3.36 Tampilan *Sheets* Pencatatan Laporan *Waste*

Selain pencatatan laporan *stock opname* dan inspeksi penulis juga melakukan pencatatan laporan *waste* yang meliputi kategori kondimen produk, bahan baku, perlengkapan produksi, perlengkapan *packaging*, serta perlengkapan penjualan (gambar 3.36). Pencatatan dilakukan setelah kegiatan

produksi dan penjualan selesai dilakukan. Pencatatan juga dilakukan secara sistematis yakni dalam bentuk tabel *digital* pada satu *link data* yang sama dengan pencatatan R&D, namun dalam *sheets* berbeda dengan judul “Laporan Waste”. Adapun laporan disusun dengan mencakup informasi seperti kategori barang, tanggal, nama barang, jumlah, satuan, jenis masalah, serta keterangan tambahan.

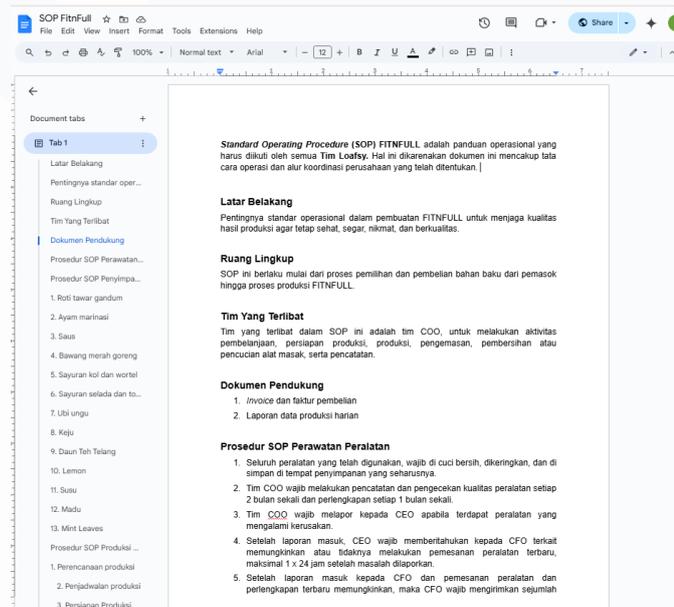
Kegiatan pencatatan laporan *waste* sangat penting untuk dilakukan agar dapat membantu penulis dalam mengawasi efisiensi penggunaan bahan, mengidentifikasi penyebab masalah pemborosan terjadi, serta menyusun solusi perbaikan, sehingga dapat menjadi bahan perbaikan penulis dan tim, serta dapat meminimalisir kejadian yang serupa di masa depan.

### 13. Melakukan pencatatan R&D beserta evaluasinya

Date	Trial no	Bahan	Kuantitas	Satuan	Proses	Hasil/masalah & solusi	Laporan berkala
13/04/2025	1	SELAMUIB	265	gr	Ubi dikukus selama 2-30 menit	kesulitan	
		gula	235	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	355	gr	dicampur	selama 10 menit	
		garam	45	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	150	gr	dicampur	selama 10 menit	
		TOAST PERTAMA (1 porsi)	45	gr			
		TOAST KEDUA (1 porsi)	50	gr			
		TOAST KETIGA (1 porsi)	70	gr			
		TOAST KEEMPAT (1 porsi)	80	gr			
		TOAST KELIMA (1 porsi)	70	gr			
		TOAST KEENAM (1 porsi)	40	gr			
22/10/25	2	SELAMUIB	235	gr	ubi dikukus selama 2-30 menit	kesulitan	
		gula	335	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	60	gr	dicampur	selama 10 menit	
		garam	45	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	150	gr	dicampur	selama 10 menit	
		TOAST	70	gr			
		pea	50	gr			
10/04/2025	1	bunga lemongrass	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		gula	15	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	5	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	3	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		lemon	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		pea	100	gr	dicampur	selama 10 menit	
		mentega					

Pencatatan R&D antar varian ditempatkan pada satu *sheets* yang sama, namun dengan kolom yang berbeda dan saling bersebelahan. Sementara itu, pencatatan R&D untuk jenis makanan dan minuman juga ditempatkan pada *sheets* yang berbeda, namun masih bersebelahan. Adapun beberapa kolom informasi yang harus dilengkapi ketika melakukan pencatatan R&D, yang meliputi tanggal dilakukannya R&D, nomor yang menyatakan percobaan R&D yang keberapa kali, bahan yang digunakan, kualitas beserta satuannya, proses memasak atau mengolahnya, hasil produk R&D yang termasuk masalah dan solusinya, serta laporan berkala yang hanya diisi ketika melakukan tes ketahanan produk.

#### 14. Melakukan pengerjaan SOP produk



Gambar 3.38 Data Informasi SOP Produk

Selanjutnya tim COO FITNFULL juga memiliki dokumen yang memuat pencatatan informasi Standar Operasional dari setiap produk (gambar 3.38). SOP merupakan dokumen sebaiknya wajib dimiliki oleh setiap bisnis baik bisnis berskala kecil hingga bisnis berskala besar. Adanya SOP dapat berdampak positif pada keberlangsungan bisnis karena di dalam SOP terdapat standarisasi cara kerja yang harus dipelajari, diterapkan, dan ditaati oleh setiap

tingkatan jabatan dalam bisnis perusahaan (Fathanah, 2022). Dengan adanya SOP juga dapat membantu untuk mengetahui apakah kinerja yang dihasilkan berasal dari proses bisnis yang dikelola dengan baik dan efisien, serta untuk memudahkan penelusuran apabila terjadi kesalahan prosedural dalam proses bisnis (Utami, 2025). Oleh karena itu, pencatatan SOP oleh tim COO dimaksudkan agar FITNFULL memiliki standar yang jelas dan terukur dalam melakukan proses bisnisnya. Setiap informasi yang terdapat dalam SOP ini wajib dipelajari dan diterapkan oleh karyawan atau orang luar yang bekerja dalam operasional dan proses produksi FITNFULL. Adapun berbagai informasi yang terdapat dalam SOP FITNFULL adalah prosedur perawatan peralatan dan perlengkapan, prosedur penyimpanan bahan baku, prosedur proses persiapan dan produksi, serta peraturan untuk melakukan *quality control* dan evaluasi. Seluruh prosedur tersebut juga sudah dilengkapi dengan standar waktunya yang tepat.

**15. Melakukan pencatatan data informasi *supplier***

SUPPLIER BAHAN BAKU FRESH DAN KEDALUWARSA					
No.	Kategori	Nama Bahan	Nama dan Link/ Alamat Utama	Link/Alamat Cadangan	Keterangan
1	Fresh	Roti gandum	Omu bakery <a href="https://s.shopee.co.id/1VnuCqJhA">https://s.shopee.co.id/1VnuCqJhA</a>		Sabtu libur
2	Fresh	Dada ayam	Depan P. Galuga <a href="https://maps.app.goo.gl/F27H">https://maps.app.goo.gl/F27H</a>	P. dekat Gracia	
3	Fresh	Perbawangan (putih, merah, bomb)	P. depan PSC <a href="https://maps.app.goo.gl/5K2Cy8">https://maps.app.goo.gl/5K2Cy8</a>	P. Binong, P. dekat Gracia, P. Ga	
4	Fresh	Lemon dan sayuran kol, wortel, tomat	P. depan PSC <a href="https://maps.app.goo.gl/5K2Cy8">https://maps.app.goo.gl/5K2Cy8</a>	P. Binong, P. dekat Gracia, P. Ga	P. dekat Gracia dan P. Galuga fresh pagi
5	Fresh	Sayuran selada romaine	P. dekat Gracia <a href="https://maps.app.goo.gl/XX5f">https://maps.app.goo.gl/XX5f</a>	P. Galuga <a href="https://maps.app.goo.gl/XX5f">https://maps.app.goo.gl/XX5f</a>	P. Binong dan P. dekat PSC fresh di atas jam 8 malam
6	Fresh	Tahu putih	P. Binong <a href="https://maps.app.goo.gl/GYafFv2v">https://maps.app.goo.gl/GYafFv2v</a>	P. depan PSC, P. dekat Gracia	
7	Fresh	Telur	PD Tani Subur <a href="https://maps.app.goo.gl/VV52xv">https://maps.app.goo.gl/VV52xv</a>	Dekat P. Gracia	
8	Fresh	Ubi ungu	P. Tomat <a href="https://maps.app.goo.gl/HWgczGzccv">https://maps.app.goo.gl/HWgczGzccv</a>	P. depan PSC, P. Galuga, P. dekat	
9	Kedalu	Keju	Bakingland 1.5kg <a href="https://s.shopee.co.id/10gdu">https://s.shopee.co.id/10gdu</a>	Fey's 480gr <a href="https://s.shopee.co.id/10gdu">https://s.shopee.co.id/10gdu</a>	
10	Kedalu	Mayonaise dan margarin	Indah Natalia <a href="https://maps.app.goo.gl/RNzere">https://maps.app.goo.gl/RNzere</a>	Binong	
11	Kedalu	Baking soda, bubuk garlic, bubuk k	Keepeo OS <a href="https://s.shopee.co.id/3LEy9tAIW">https://s.shopee.co.id/3LEy9tAIW</a>		
12	Kedalu	Garam	harperbabbykids <a href="https://s.shopee.co.id/2VfRhe">https://s.shopee.co.id/2VfRhe</a>		
13	Kedalu	Gula putih	Hypermart dan Indomart		
14	Kedalu	Kaldu jamur	Instore <a href="https://s.shopee.co.id/8V9aSyvTn1">https://s.shopee.co.id/8V9aSyvTn1</a>		
15	Kedalu	Kecap asin	Monogoo <a href="https://s.shopee.co.id/8IG53VfGn">https://s.shopee.co.id/8IG53VfGn</a>		
16	Kedalu	Saus tiram	San jaya <a href="https://s.shopee.co.id/282bJ9K47">https://s.shopee.co.id/282bJ9K47</a>		
17	Kedalu	Saus tomat	Inko <a href="https://s.shopee.co.id/40UEJpW2S0">https://s.shopee.co.id/40UEJpW2S0</a>		
18	Kedalu	Minyak	Hypermart		
19	Kedalu	Selasih	Grosir rempah bandung <a href="https://s.shopee.co.id/">https://s.shopee.co.id/</a>		
20	Kedalu	Saus sasa saset	Faraza food <a href="https://s.shopee.co.id/1L1U1U3f">https://s.shopee.co.id/1L1U1U3f</a>		
21	Kedalu	Bunga telang	J_coll <a href="https://s.shopee.co.id/7KKU4GWWV">https://s.shopee.co.id/7KKU4GWWV</a>	Herbal supplier <a href="https://s.shopee.co.id/7KKU4GWWV">https://s.shopee.co.id/7KKU4GWWV</a>	

Gambar 3.39 Tampilan Sheets Data Informasi *supplier*

Kemudian penulis juga melakukan pencatatan data informasi *supplier* yang juga merupakan salah satu bagian dari strategi pengelolaan *supply chain*, sehingga proses produksi dan penjualan dapat berjalan dengan lancar dan efisien. Pencatatan ini digunakan untuk memudahkan penulis dalam

mengakses seluruh informasi *supplier* ketika akan melakukan pengadaan bahan baku dan perlengkapan produksi maupun penjualan, serta dapat mengantisipasi resiko keterlambatan pasokan akibat kendala dari *supplier* utama. Pencatatan ini mencakup mencakup kategori barang, nama bahan atau perlengkapan, nama dan alamat utama *supplier*, serta alternatif *supplier* cadangan (gambar 3.39).

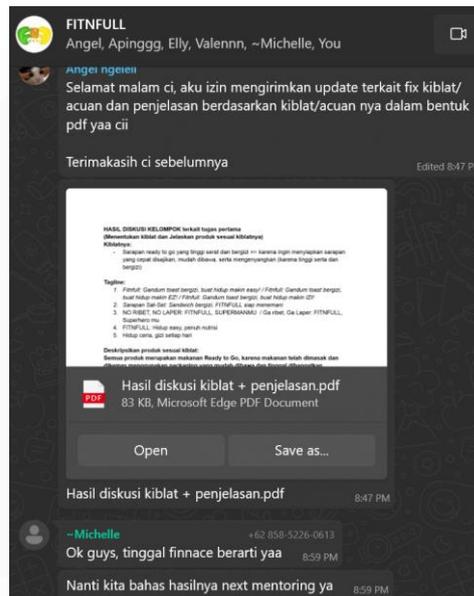
## E. *Mentoring* Skystar Ventures

### 16. Melakukan *mentoring* bersama *supervisor*

Selama berjalannya program kerja magang MBKM di Skystar Ventures, penulis beserta *C-level* lainnya sebagai pendiri *startup* FITNFULL memperoleh kesempatan sekaligus kewajiban untuk melakukan bimbingan dengan *supervisor* atau *program officer* yaitu Ibu Michelle Greysianti dengan total delapan kali sesi. Bimbingan dilakukan secara *offline* di Skystar Ventures dengan waktu yang sesuai kesepakatan dengan *supervisor*. Selain itu, terdapat saluran komunikasi berupa Whatsapp Group untuk menjembatani komunikasi antara tim FITNFULL dengan Ibu Michelle.



Gambar 3.40 Bimbingan Pertama Tim FITNFULL dengan *Supervisor*



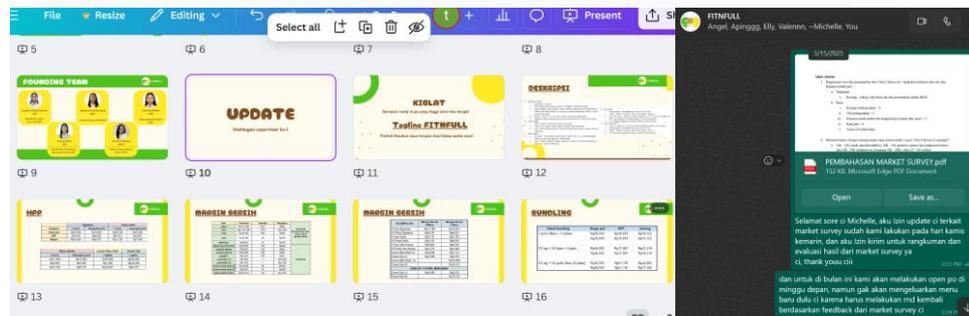
Gambar 3.41 *Screenshot Update* Tugas Pertama dari *Supervisor*

Gambar 3.40 merupakan **bimbingan pertama bersama supervisor** yang dilakukan pada tanggal 18 Februari 2025 pukul 10:00. Bimbingan tersebut diawali dengan perkenalan anggota tim FITNFULL dan presentasi *pitch deck* bisnis FITNFULL yang diwakilkan oleh CEO. Setelah itu, Ibu Michelle melakukan *review pitch deck* dengan memberikan feedback berupa pertanyaan, kritik, dan juga saran. Secara garis besar, Ibu Michelle menyoroti bagian kata “sehat” karena memiliki banyak makna yang berbeda bagi setiap orang, sehingga tim FITNFULL perlu berdiskusi untuk menentukan kembali apa kiblat atau acuan dari produk ini dan apa *uniqueness* dari produk FITNFULL. Kemudian tugas lainnya dari Ibu Michelle yaitu mendeskripsikan seluruh menu FITNFULL baik yang sudah ada maupun yang akan di launch, serta melakukan perhitungan seluruh biaya dan *margin* bersih dari setiap produk oleh CFO. Setelah melakukan diskusi dan menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan, tim FITNFULL yang diwakilkan oleh CEO memberikan hasil pengerjaan atau *update* kepada Ibu Michelle melalui Whatsapp Group (gambar 3.41). Kemudian tim FITNFULL juga memasukkan hasil pengerjaan tersebut di Canva *Power Point Presentation*

(PPT), agar dapat memudahkan tim FITNFULL untuk mepresentasikan hasilnya pada bimbingan yang kedua.



Gambar 3.42 Bimbingan Kedua Tim FITNFULL dengan Supervisor



Gambar 3.43 Presentasi Update Tugas Pertama dari Supervisor dan Screenshot Update Tugas Kedua dari Supervisor

Gambar 3.42 merupakan **bimbingan kedua dengan supervisor** yang dilakukan pada tanggal 11 Maret 2025 pukul 10:00. Bimbingan diawali dengan melakukan presentasi berupa *update* dari tugas-tugas pertama melalui PPT (gambar 3.43). Secara garis besar, bimbingan kedua membahas tentang perhitungan keuangan seperti HPP dan *margin* untuk seluruh menu produk serta program *bundling* produk. Selain itu, pada bimbingan kali ini, tim membawakan tester produk baru berupa makanan dan dua minuman. Tester produk ini diproduksi oleh penulis sebagai COO bersama COO 2, yang memang direncanakan anggota tim FITNFULL agar bisa mendapatkan *review feedback* dari Ibu Michelle. Kemudian, tim juga melakukan konsultasi terkait dengan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan saat melakukan *market survey* yang akan dilaksanakan di minggu yang sama, dan Ibu

Michelle memberikan beberapa masukan untuk perbaikannya. Di akhir bimbingan, Ibu Michelle juga meminta kepada tim untuk memberikan hasil *feedback* dari *market survey* beserta evaluasi produk yang akan dilakukan, dan Ibu Michelle juga menyarankan untuk kembali aktif di media sosial FITNFUL dengan melakukan *posting* konten untuk menu baru, *open pre order*, serta konten-konten menarik lainnya sebagai tugas CMO. Setelah tim melakukan *market survey*, dan telah mendapatkan hasil *feedback* beserta mendiskusikan evaluasi produknya, maka tim yang diwakilkan oleh penulis memberikan *update* Ibu Michelle melalui Whatsapp Group dalam bentuk *file* (gambar 3.43).

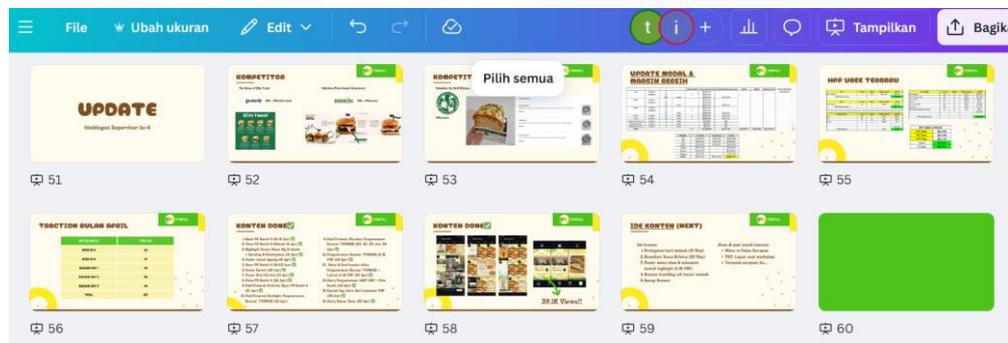


Gambar 3.44 Bimbingan Ketiga Tim FITNFULL dengan *Supervisor*

Gambar 3.44 merupakan **bimbingan ketiga dengan supervisor** yang dilakukan pada tanggal 15 April 2025 pukul 14:00. Bimbingan diawali dengan melakukan presentasi berupa *update* dari tugas-tugas pertama melalui PPT yang sama dengan *update* bimbingan ketiga dengan *mentor*. Secara garis besar, bimbingan ketiga membahas sekaligus mendiskusikan terkait produk dan operasional pengadaan bahan baku dan *packaging* khususnya minuman, apabila berjualan melalui sistem *bazaar*.



Gambar 3.45 Bimbingan Keempat Tim FITNFULL dengan *Supervisor*



Gambar 3.46 PPT *Update* untuk Bimbingan Keempat *Supervisor*

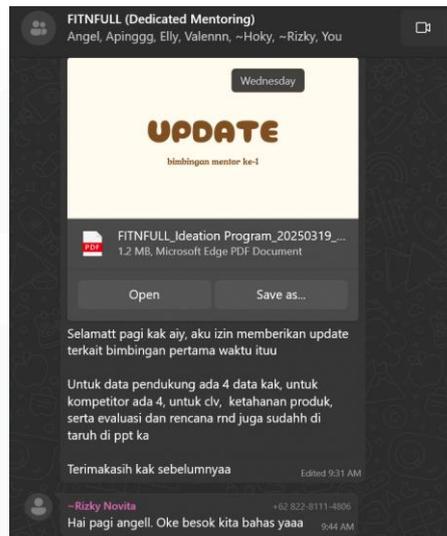
Gambar 3.45 merupakan **bimbingan keempat dengan supervisor** yang dilakukan pada tanggal 8 Mei 2025 pukul 15:00. Bimbingan diawali dengan melakukan presentasi berupa *update* dari tugas-tugas pertama melalui PPT (gambar 3.46). Secara garis besar, bimbingan keempat membahas tentang tugas bimbingan sebelumnya terkait kompetitor yang sejenis, membahas pendapatan dan *margin* bersih dari *bazaar* TVONAIR lalu, HPP untuk menu Ubee Cheese, jumlah transaksi penjualan selama bulan April, serta terkait konten-konten yang telah di posting, maupun ide-ide konten selanjutnya. Selain itu, tim juga menginformasikan terkait beberapa permasalahan yang dihadapi saat *bazaar*, dan Ibu Michelle juga memberikan beberapa *feedback* berupa saran untuk tim jadikan *lesson learnt* untuk lebih baik ke depannya.

## 17. Melakukan *mentoring* bersama *dedicated mentor* atau *mentor pendamping*

Selain mendapat kesempatan untuk melakukan bimbingan dengan *supervisor* Skystar Ventures, tim FITNFULL juga mendapatkan kesempatan sekaligus kewajiban untuk melakukan bimbingan dengan *dedicated mentor* yaitu Ibu Rizky Novita dengan total minimal enam kali sesi dan maksimal delapan kali sesi. Bimbingan dapat dilakukan baik secara *online* maupun *offline* dengan waktu dan tempat sesuai kesepakatan bersama *mentor*. Selain itu, terdapat saluran komunikasi berupa Whatsapp Group yang dibuat oleh Bapak Hoky selaku salah satu *program officer* Skystar Ventures untuk menjembatani komunikasi antara tim FITNFULL dengan Ibu Michelle.



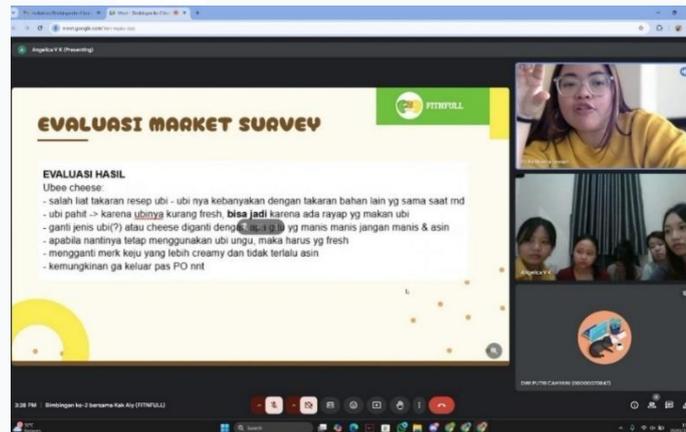
Gambar 3.47 Bimbingan Pertama Tim FITNFULL dengan *Mentor* Pendamping



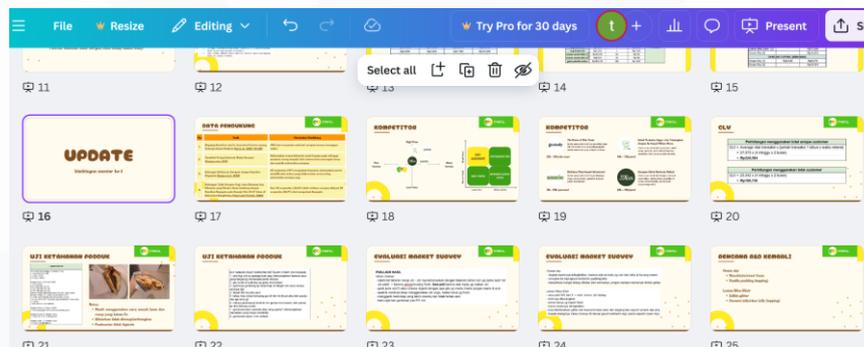
Gambar 3.48 Screenshot Update Tugas Kedua dari Mentor

Gambar 3.47 merupakan **bimbingan pertama bersama mentor** yang dilakukan pada tanggal 12 Maret 2025 pukul 14:00 yang dilakukan secara *online* melalui media Zoom. Bimbingan diawali dengan pengenalan anggota tim FITNFULL dan presentasi *pitch deck* bisnis FITNFULL. Setelah itu, Ibu Rizky melakukan *review pitch deck* dengan memberikan feedback berupa pertanyaan, kritik, dan juga saran. Sama seperti Ibu Michelle di awal bimbingan, Ibu Rizky juga menyoroti pada kata “sehat” yang memiliki banyak makna tergantung persepsi setiap orang. Kemudian Ibu Rizky juga menyoroti penjelasan bagian “*problems*” karena tidak memiliki data pendukung yang jelas, bagian “*spending habits*” dari *target audience* yang perlu didiskusikan kembali oleh tim, bagain “*competitors*” dimana harus melakukan riset kompetitor yang sejenis atau *apple to apple*, serta bagian “*Customer Lifetime Value (CLV)*” sesuai waktu penjualan yang telah dilakukan. Selama proses diskusi dan pengerjaan tugas-tugas yang diberikan, tim FITNFULL secara aktif menanyakan hal-hal yang sulit kepada Ibu Rizky melalui Whatsapp Group. Tim FITNFULL juga melakukan diskusi bersama Ibu Rizky terkait kendala dalam melakukan *open pre order* di bulan Maret. Setelah melakukan diskusi dan menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh *mentor*, tim FITNFULL yang diwakili oleh CEO memberikan hasil

pengerjaan atau *update* kepada Ibu Rizky melalui Whatsapp Group (gambar 3.48). Kemudian tim FITNFULL juga memasukkan hasil pengerjaan tersebut di Canva Power Point Presentation (PPT), agar dapat memudahkan tim FITNFULL untuk mempresentasikan hasilnya pada bimbingan yang kedua.



Gambar 3.49 Bimbingan Kedua Tim FITNFULL dengan *Mentor* Pendamping



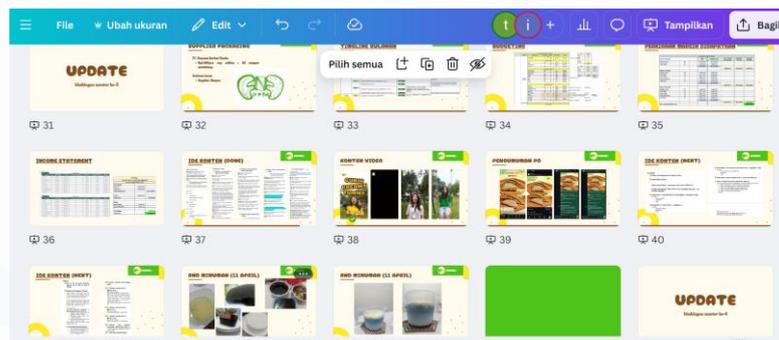
Gambar 3.50 PPT *update* Tugas Pertama Minggu Lalu dari *Mentor*

Gambar 3.49 merupakan **bimbingan kedua bersama mentor** yang dilakukan pada tanggal 20 Maret 2025 pukul 15:00 yang dilakukan secara *online* melalui media Zoom. Pada bimbingan kedua ini menggunakan metode yang sedikit berbeda dari bimbingan sebelumnya, dimana kali ini tim FITNFULL menjelaskan per satu halaman presentasi dan Ibu Rizky langsung memberikan *feedback* setelahnya. Adapun yang dibahas dalam PPT adalah seluruh *update* dari tugas *mentor* yang pertama, meliputi data pendukung masalah, kompetitor yang sejenis, perhitungan CLV dengan waktu retensi yang sesuai dengan waktu penjualan, bukti-bukti telah melakukan uji

ketahanan produk, serta tambahan lain berupa hasil *feedback* dan evaluasi dari kegiatan *market survey* yang telah dilakukan (gambar 3.50). Selanjutnya tim juga bertanya atau berkonsultasi beberapa hal kepada *mentor*, seperti meminta saran terkait porsi, bahan, dan *packaging* yang sebaiknya digunakan untuk menu baru minuman, serta pertanyaan terkait keuangan bisnis. Kemudian tim FITNFULL juga memanfaatkan kesempatan bimbingan ini untuk menanyakan isian PPT *pitch deck*, serta *tips and trick* dalam melakukan *pitch deck presentation* yang baik, agar tim dapat mempersiapkan presentasi saat UTS dengan matang.



Gambar 3.51 Bimbingan Ketiga Tim FITNFULL dengan *Mentor* Pendamping



Gambar 3.52 PPT *Update* untuk Bimbingan Ketiga

Gambar 3.51 merupakan **bimbingan ketiga bersama *mentor*** yang dilakukan pada tanggal 11 April 2025 pukul 16:00 yang dilakukan secara *online* melalui media Zoom. Pada bimbingan ketiga ini, tim melakukan *update* sekaligus berkonsultasi melalui PPT (gambar 3.52) terkait *supplier packaging*, *timeline* bulanan, *budgeting*, *income statement* dan perkiraan

*margin*, ide-ide konten yang sudah diposting maupun yang masih proses pembuatan konten, serta *update* dari penulis dan COO 2 terkait R&D *topping* untuk minuman dengan total sebanyak 10 *topping*.



Gambar 3.53 Bimbingan Keempat Tim FITNFULL dengan *Mentor* Pendamping



Gambar 3.54 PPT *Update* untuk Bimbingan Keempat

Gambar 3.53 merupakan **bimbingan keempat bersama *mentor*** yang dilakukan pada tanggal 5 Mei 2025 pukul 14:00 yang dilakukan secara *online* melalui media Zoom. Pada bimbingan keempat ini, tim FITNFULL melakukan *update* terkait *bazaar* untuk event TVONAIR di UMN yang telah dilaksanakan pada hari Senin – Rabu minggu lalu. Adapun yang di-*update*, yaitu terkait keuangan hasil dari *bazaar*, HPP menu Ubee Cheese terbaru setelah mendapat *feedback* dari beberapa orang, serta dari sisi pemasaran melakukan *update* terkait konten-konten yang telah di posting di media sosial Instagram FITNFULL dan ide-ide konten ke depannya (gambar 3.54). Selain itu, anggota tim juga menjelaskan beberapa permasalahan yang dialami selama *bazaar* serta rencana perbaikan sebagai solusi untuk *bazaar* selanjutnya, dan Ibu Rizky juga memberikan beberapa tambahan saran yang dapat dipertimbangkan oleh tim ke depannya. Kemudian, tim juga menginformasikan ingin mengikuti *bazaar* kembali untuk acara Waisak,

namun banyak pertimbangan yang membuat tim merasa bimbang, sehingga Ibu Rizky pun memberikan beberapa saran dan opsi pertimbangan dari segala aspek untuk dapat didiskusikan dan diputuskan oleh tim.



Gambar 3.55 Bimbingan Kelima Tim FITNFULL dengan *Mentor* Pendamping



Gambar 3.56 PPT *Update* untuk Bimbingan kelima

Gambar 3.55 merupakan **bimbingan kelima bersama *mentor*** yang dilakukan pada tanggal 20 Mei 2025 pukul 10:00 yang dilakukan secara *online* melalui media Zoom. Pada bimbingan kelima ini, tim FITNFULL melakukan *updater* terkait *bazaar* untuk *event* Waisak yang telah dilaksanakan pada hari Minggu lalu. Adapun yang di-*update* melalui PPT (gambar 3.56), yaitu terkait keuangan hasil dari *bazaar*, dari sisi operasional menampilkan beberapa laporan yang telah dibuat dan menjelaskan sedikit tentang *waste* dari *bazaar* kemarin, serta dari sisi pemasaran melakukan *update* terkait konten-konten yang telah di posting di media sosial Instagram FITNFULL dan ide-ide konten ke depannya. Selain itu, Ibu Rizky juga menanyakan seluruh anggota tim satu per satu untuk mengetahui *feedback* atau evaluasi permasalahan dari *bazaar* Waisak kemarin, dan beliau juga telah memberikan beberapa saran. Adapun pembahasan lainnya terkait rencana penjualan berikutnya dan terkait *demo day*.

## 18. Melakukan presentasi *pitch deck* bisnis FITNFULL pada saat Ujian Tengah Semester



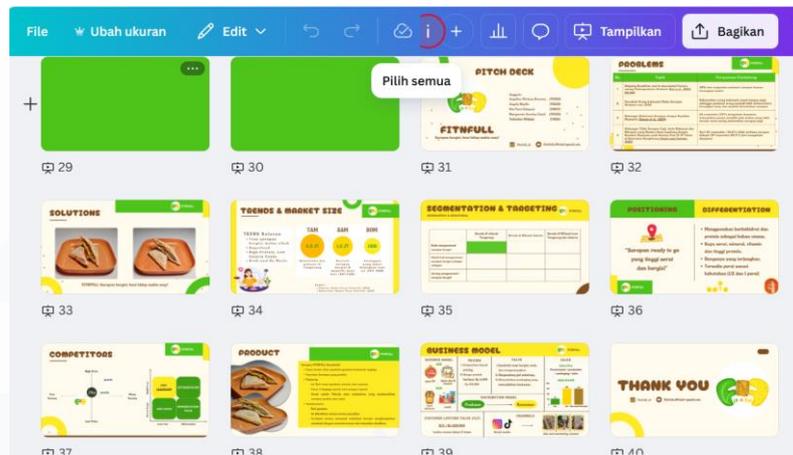
Gambar 3.57 Tim FITNFULL mengikuti Kegiatan UTS

Salah satu kegiatan dalam dalam program kerja magang di Skystar Ventures adalah setiap kelompok harus membuat *pitch deck* bisnisnya dan mempresentasikannya pada periode Ujian Tengah Semester (UTS) untuk mendapatkan penilaian (gambar 3.57). FITNFULL sendiri sebelumnya telah memiliki *pitch deck* yang telah dibuat pada saat tugas 1 diberikan di awal pertemuan *Ideation Program* Skystar Ventures, namun telah dilakukan beberapa revisi perbaikan untuk *pitch deck* UTS.



Gambar 3.58 Hasil Produk FITNFULL yang akan diberikan kepada Juri

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.59 *Pitch Deck Presentation FITNFULL* untuk UTS

Gambar 3.59 merupakan hasil *final* dari *pitch deck* FITNFULL untuk UTS yang terdiri dari 10 *slides*, meliputi *cover*, *problems*, *solutions*, *trends and market size*, *segmentation and targeting*, *positioning and differentiation*, *competitors*, *product*, *business model*, dan di akhiri dengan *slide ending*. Penulis sendiri melakukan presentasi pada *slide* bagian *business model* sekaligus mengakhiri presentasi dengan melakukan *Call to Action* (CTA). Sebelum melakukan presentasi, tim memberikan produk FITNFULL dengan dua varian rasa yang sebelumnya sudah dipersiapkan penulis bersama COO 2, agar para juri dapat melihat dan juga merasakan produk dari FITNFULL (gambar 3.58). Tim FITNFULL melakukan presentasi *pitch deck* pada urutan keempat yang diberikan waktu selama lima menit dan lima menit selanjutnya adalah waktu untuk kedua juri memberikan *feedback* dan pertanyaan. Dalam sesi *feedback* dan pertanyaan oleh juri, tim FITNFULL hanya diberikan pertanyaan seputar hasil penjualan, proses produksi, dan juga *margin* yang diperoleh, namun tidak ada *feedback* khusus dari juri.

## 19. Melakukan *demo day* dan *pitching* bisnis FITNFULL sekaligus sebagai penilaian Ujian Akhir Semester



Gambar 3.60 Timeline dan Teknis Pelaksanaan *Demo Day*

Sumber: *Power Point Presentation* oleh Skystar Ventures saat Zoom

Setelah tim melakukan *pitching* ide bisnis FITNFULL kepada juri pada saat UTS, maka kegiatan akhir dari program magang di Skystar Ventures adalah kegiatan UAS berupa *Demo Day* sekaligus *pitching* kepada juri dengan menampilkan atau memberikan seluruh hasil *prototype* produk, baik kepada para juri maupun pengunjung dalam bentuk tester. Kegiatan ini akan berlangsung selama dua hari, yaitu tanggal 4 – 5 Juni 2025, serta tim FITNFULL akan melakukan *pitching* hari kedua (gambar 3.60).

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam menjalankan perannya sebagai COO selama program magang di Skystar Ventures berlangsung, penulis dihadapkan pada berbagai tantangan. Berikut adalah beberapa kendala yang dialami penulis selama proses pengembangan bisnis FITNFULL.

#### 1) Kurangnya pengetahuan dan pengalaman sebagai COO

FITNFULL merupakan pengalaman bisnis pertama milik penulis dengan posisi sebagai *Chief Operating Officer (COO)*. Selama ini, penulis hanya mempelajari terkait operasional bisnis melalui mata kuliah teori khusus manajemen operasional, namun pembelajaran tersebut hanya terdapat materi-materi pengelolaan operasional ketika bisnis sudah besar.

Hal tersebut membuat penulis seringkali merasa kesulitan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai COO untuk bisnis rintisan awal, secara khusus dalam mengelola dan memantau operasional secara efektif dan efisien. Hal ini tentunya berdampak pada penulis yang lambat dalam proses pengambilan keputusan operasional serta kurang optimalnya alur kerja tim produksi dan aktivitas lainnya.

2) Kesulitan dalam menemukan *supplier*

Salah satu proses operasional yaitu pengadaan bahan baku, perlengkapan, dan peralatan, terdapat kendala yang dialami penulis untuk menemukan toko atau *supplier* yang menyediakan barang dengan kualitas yang konsisten, serta harga yang terjangkau. Kendala ini dialami penulis secara khusus untuk pengadaan bahan baku segar di pasar tradisional. Meskipun terdapat beberapa pasar lainnya di dekat rumah penulis, namun pasar tersebut tidak menyediakan bahan baku selengkap yang disediakan oleh pasar utama yang menjadi *supplier*, sehingga seringkali penulis harus membeli di dua hingga tiga pasar tradisional.

Selain itu, terdapat kendala dalam pengadaan bahan baku yang memiliki masa kedaluwarsa, perlengkapan, dan peralatan yang dibeli melalui marketplace. Adapun beberapa kategori kendalanya, yaitu tidak mendapat gratis ongkos kirim secara penuh, proses pengiriman yang lambat karena hanya tersedia satu jenis layanan ekspedisi yang kinerjanya kurang baik, beberapa barang yang hanya dijual di satu toko yang berada jauh dari lokasi kota penulis. Kendala tersebut akhirnya berdampak pada keterlambatan barang yang sampai, serta membuat penulis membutuhkan waktu yang lama untuk mengganti dan mencari toko yang benar-benar sesuai kriteria.

3) Kesulitan dalam menentukan takaran resep selama proses R&D

Sebagai COO 1 yang juga berperan terhadap penciptaan dan pengembangan produk, penulis pribadi merasa kesulitan dalam menentukan takaran resep yang sesuai selama proses R&D. Hal tersebut disebabkan

karena penulis yang tidak terbiasa memasak dengan menggunakan takaran, serta diri penulis yang masih merasa harus bisa menyenangkan semua orang, sehingga membuat penulis mengalami kebimbangan tersendiri ketika mendapatkan masukan dari seluruh anggota tim dan orang-orang dari aktivitas *market survey* dengan selera yang berbeda-beda.

4) Keterbatasan tempat produksi dan penyimpanan

Keterbatasan tempat produksi dan penyimpanan yang masih menjadi kendala utama dalam proses produksi dan penyimpanan barang-barang. Hal ini disebabkan karena tim masih menggunakan salah satu rumah anggota tim sebagai rumah produksi, yang di sisi lain rumah tersebut tidak cukup memadai untuk menyimpan seluruh bahan baku dan barang-barang bisnis yang banyak. Selain itu, tempat penyimpanan kulkas yang ada, juga tidak memadai untuk menyimpan seluruh bahan baku yang membutuhkan pendingin, terlebih lagi apabila sedang mengikuti *bazaar* yang waktunya lebih dari satu hari.

5) Kesulitan dalam menemukan *event bazaar* yang sesuai kriteria

Salah satu sistem penjualan yang diutamakan oleh tim untuk mengejar penjualan dan mendapatkan omzet yang lebih besar, yakni dengan mengikuti *event bazaar*. Namun, terdapat kendala dalam proses menemukan *bazaar* yang sesuai dengan kriteria. Adapun beberapa kriteria *bazaar*, diantaranya adalah dari segi lokasi yang harus berada di Tangerang, yang mana di Tangerang sendiri jarang ada *event bazaar* yang sesuai kriteria tim. Kemudian dari segi biaya dan ukuran *booth bazaar*, target *market*, *benefits* yang didapatkan, dan lain sebagainya. Hal-hal tersebut menyebabkan FITNFULL saat ini belum bisa memperluas jangkauan penjualan di luar Tangerang dengan sistem *bazaar*.

6) Keterbatasan transportasi pribadi dan kurangnya tenaga kerja

Ketiadaan kendaraan mobil pribadi yang dimiliki tim, menyebabkan tim kesulitan dalam pengangkutan bahan baku ke rumah produksi, dan transportasi saat penjualan *bazaar*. Selain itu, keterbatasan tenaga fisik

karena tidak adanya anggota tim laki-laki dan kurangnya tenaga kerja, menjadi salah satu kendala utama khususnya pada saat penjualan *bazaar*. Hal ini membuat tim seringkali merasa lebih lelah karena setelah melakukan produksi dengan skala yang lebih besar dari sistem penjualan *open pre-order*, tim juga harus melakukan pekerjaan berat untuk mengangkat produk, perlengkapan, peralatan, dan mesin untuk penjualan.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari berbagai kendala yang dialami penulis selama program kerja magang, maka penulis mencoba mengatasinya dengan berbagai solusi sebagai berikut.

#### 1) Kurangnya pengetahuan dan pengalaman sebagai COO

Untuk mengatasi kendala ini, penulis banyak belajar terkait operasional melalui bimbingan bersama *mentor* yang difasilitasi oleh Skystar Ventures. Penulis juga memanfaatkan kemajuan digital dengan mencari referensi terkait laporan atau data-data apa saja yang harus dimiliki dalam menjalankan operasional bisnis, sehingga dapat mempermudah penulis dalam melakukan *monitoring* seluruh stok bahan baku dan perlengkapan. Selain itu, pembagian tanggung jawab serta alur kerja produksi dan penjualan juga telah diterapkan, sehingga seluruh operasional bisnis menjadi lebih terarah, sistematis, dan efisien.

#### 2) Kesulitan dalam menemukan *supplier*

Untuk mengatasi kendala pengadaan bahan baku segar, penulis melakukan pendekatan secara bertahap melalui proses uji coba pembelian bahan baku dari beberapa pasar untuk kebutuhan pribadi, sehingga dapat dilakukan evaluasi konsistensi kualitas dan membandingkan perbedaan harga bahan baku. Selain itu, penulis berfokus pada manajemen waktu, di mana penulis melakukan pembelian bahan baku segar, satu sampai dua hari sebelum hari persiapan dan produksi dilakukan agar tidak terlalu lelah untuk pergi ke dua hingga tiga pasar dengan membawa berbagai jenis bahan baku dalam jumlah banyak.

Selain itu, untuk mengatasi kendala pengadaan barang yang dibeli di *marketplaces*, penulis melakukan pemesanan barang dengan selisih waktu lima sampai tujuh hari sebelum hari dimana barang tersebut dibutuhkan. Penulis juga mencari toko di *marketplace* yang semaksimal mungkin berada di Jabodetabek, dengan kriteria toko tersebut telah menyediakan lebih dari satu jenis layanan ekspedisi, sehingga dua solusi tersebut dapat meminimalisir kemungkinan resiko pengiriman yang lama. Kemudian untuk mengatasi kendala barang yang dibeli tidak mendapat gratis ongkos kirim penuh di akun penulis, maka penulis meminta bantuan kepada tim maupun kakak dari penulis sendiri, untuk melakukan pembelian barang-barang bisnis. Hal ini dilakukan karena seringkali *voucher* gratis ongkos kirim di akun *marketplace* penulis telah digunakan untuk membeli barang pribadi penulis maupun barang bisnis lainnya. Apabila setelah dilakukan pengecekan di akun *marketplace* seluruh anggota tim dan kakak penulis sendiri, ternyata tetap tidak mendapatkan gratis ongkos kirim, maka penulis yang dibantu juga dengan COO 2, melakukan pembelian barang yang dibutuhkan secara langsung di toko-toko yang masih cukup terjangkau secara lokasi dan harga.

Untuk mengatasi seluruh kendala tersebut, penulis melakukan pengumpulan data informasi *supplier* dan dilakukan pencatatan seluruh *supplier* barang bisnis, baik *supplier* utama maupun seluruh *supplier* pendukung. Pencatatan ini dilakukan di *platform* Google Spreadsheet.

### 3) Kesulitan dalam menentukan takaran resep selama proses R&D

Dalam proses mengatasi permasalahan ini, penulis banyak mendapatkan motivasi dari seluruh anggota tim, dan penulis juga memperbaiki sikap diri sendiri agar lebih menyadari bahwa seluruh bisnis tidak mungkin dapat menyenangkan semua orang, melainkan fokus penulis harus lebih tertuju pada pendapat atau masukan mayoritas *target market*. Dalam prosesnya, penulis bersama COO 2 juga banyak belajar terkait

aktivitas R&D ini dari pengalaman maupun dari pihak luar, seperti mencari referensi di media sosial.

4) Keterbatasan tempat produksi dan penyimpanan

Untuk mengatasi permasalahan ini, penulis dan tim memutuskan untuk membeli dua *container* barang dengan ukuran sangat besar. Dua *container* tersebut dibedakan untuk jenis barang yang disimpan. Perlengkapan produksi dan penjualan disimpan dalam *container* berwarna oranye, sedangkan peralatan produksi dan persediaan bahan baku dengan masa kedaluwarsa disimpan dalam *container* berwarna biru. Kemudian terkait kendala penyimpanan di kulkas, penulis menyiasatinya dengan mengatur agar bahan baku segar dapat ditempatkan di kulkas secara maksimal, namun tetap bersih dan tertata dengan baik. Apabila kulkas di rumah produksi tidak mencukupi untuk menyimpan seluruh bahan baku, maka sisa bahan baku segar akan disimpan di salah satu rumah anggota tim lain yang dekat dengan rumah produksi.

5) Kesulitan dalam menemukan *event bazaar* yang sesuai kriteria

Untuk mengatasi kendala ini, penulis dan seluruh anggota tim juga turut mencari *event bazaar* Tangerang di berbagai media sosial. Penulis dan tim juga mengandalkan koneksi pribadi masing-masing apabila mengetahui akan adanya *bazaar*. Penulis bersama tim juga menyusun pertanyaan dari berbagai aspek, yang nantinya akan ditanyakan oleh CMO kepada penyelenggara *bazaar*. Hal tersebut dilakukan agar dapat memudahkan dan mempercepat jalur komunikasi antara CMO dan penyelenggara, serta memudahkan tim untuk mempertimbangkan apakah *bazaar* yang bersangkutan sesuai dengan seluruh kriteria yang diinginkan atau tidak.

6) Keterbatasan transportasi dan kurangnya tenaga kerja

Untuk menyiasati kendala transportasi, penulis dan tim mengandalkan layanan transportasi *online* dengan kapasitas enak orang, agar mendapat kendaraan mobil yang besar untuk mengangkut barang-barang kebutuhan penjualan. Penulis juga menggunakan dua *brand* layanan transportasi

*online*, untuk melakukan perbandingan harga yang lebih terjangkau dan juga sebagai antisipasi apabila terjadi kasus sulitnya mendapat *driver*, misalnya ketika hujan.

Kemudian, untuk mengatasi kendala kurangnya tenaga kerja fisik, penulis dan tim telah melakukan pembelian *trolley* barang yang bisa dilipat agar tidak memakan banyak tempat dalam penyimpanannya. *Trolley* barang ini sangat berguna untuk memudahkan serta meringankan beban kerja penulis dan tim dalam memindahkan barang kebutuhan penjualan secara lebih efektif dan efisien. Selain itu, penulis dan tim juga seringkali meminta bantuan pihak luar penyelenggara *event bazaar* apabila membutuhkan *trolley* barang maupun tenaga kerja fisik tambahan.

Di sisi lain, penulis juga melakukan manajemen waktu dengan mengalokasikan waktu yang jauh lebih awal, agar penulis dan tim dapat memiliki banyak waktu untuk bersiap-siap dan memesan transportasi *online*. Manajemen waktu ini juga dilakukan untuk menghindari kejadian-kejadian yang tak terduga, misalnya seperti terjadi macet di jalan.

