

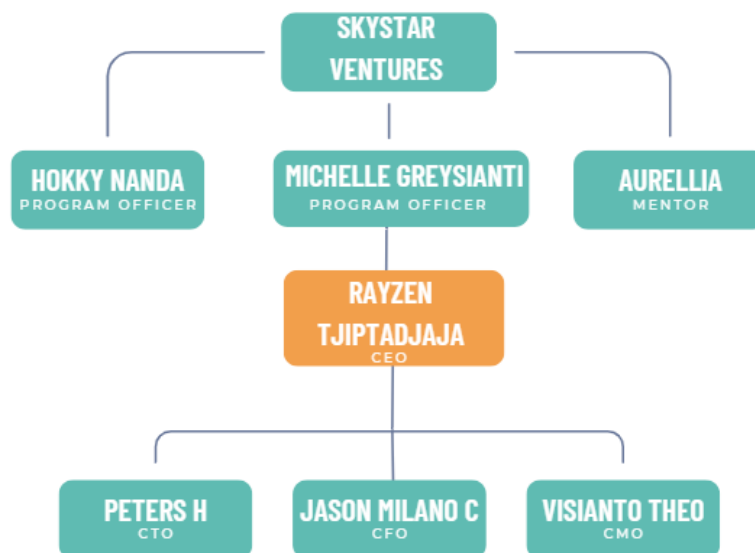
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan proyek bisnis *Bazzarku*, terdapat sistem kerja dan koordinasi tim yang terorganisir dengan baik. Sebagai bagian dari program inkubasi Skystar Ventures, pihak penyelenggara secara rutin menjalin komunikasi dengan penulis selaku **Chief Executive Officer (CEO)** dari tim Bazzarku. Biasanya, koordinasi ini mencakup penyampaian pengarahan program, penjadwalan sesi bimbingan, serta pengaturan jadwal mentoring dengan para mentor yang telah ditentukan. Informasi yang diterima kemudian disampaikan kembali oleh penulis kepada seluruh anggota tim agar setiap kegiatan dapat berjalan sesuai arahan dan waktu yang telah direncanakan. Peran ini menuntut penulis untuk mampu mengelola alur komunikasi secara efektif dan menjaga sinergi dalam tim sepanjang program berlangsung.

COMPANY ORGANIZATION



Gambar 3.1 Struktur Organisasi BAZZARKU

Struktur Organisasi Bazzarku

Organisasi Bazzarku terdiri dari empat pilar utama, yaitu:

- **CEO** (penulis): pemegang kendali atas arah strategis dan koordinasi lintas divisi.
- **CFO**: bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaporan keuangan.
- **CMO**: mengelola strategi pemasaran, branding, dan engagement digital.
- **CTO**: memimpin pengembangan sistem dan teknologi platform.

Sebagai **Chief Executive Officer (CEO)** dalam proyek bisnis *Bazzarku*, penulis memiliki peran utama dalam mengatur jalannya operasional bisnis secara keseluruhan, memastikan setiap divisi bekerja selaras dengan visi dan strategi yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan tugas tersebut, penulis memberikan arahan langsung kepada setiap kepala divisi, seperti tim keuangan (CFO), pemasaran (CMO), dan teknologi (CFO). Komunikasi dilakukan untuk memastikan bahwa setiap divisi memahami prioritas serta target kerja yang harus dicapai dalam kurun waktu tertentu.

Penulis menyusun jadwal kerja yang rapih, berisi rincian aktivitas dan tenggat waktu masing-masing divisi. Timeline tersebut disusun berdasarkan kebutuhan bisnis, hasil diskusi tim, dan masukan dari mentor selama program inkubasi berlangsung. Setelah itu, timeline kemudian dikaji bersama seluruh anggota tim untuk mengevaluasi apakah target yang diberikan realistis dan sesuai dengan kapasitas kerja tim. Proses validasi ini penting dilakukan agar tidak terjadi percampuran tugas, serta untuk memastikan bahwa setiap anggota tim memahami tanggung jawabnya masing-masing.

Sebagai CEO, penulis juga secara rutin evaluasi berkala terhadap hasil kerja setiap divisi, baik dari segi strategi pemasaran, proyeksi keuangan, hingga perkembangan teknis dari platform *Bazzarku* itu sendiri. Dalam praktiknya, penulis tidak hanya berperan sebagai pengarah, tetapi juga menjadi penghubung antara tim internal dan mentor dari Skystar Ventures, sehingga informasi, umpan balik, dan arahan dapat disampaikan dan diterapkan dengan baik.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Sebagai Chief Executive Officer (CEO) dari platform *Bazzarku*, penulis memiliki peran penting dalam mengelola berbagai aspek strategis maupun operasional perusahaan. Tanggung jawab tersebut dapat dilihat melalui uraian tugas (job description) berikut ini:

Tabel 3.2 Pekerjaan yang Dilakukan Penulis

NO	Tugas	Keterangan	Koordinator
1	Menentukan Arah Strategis Perusahaan	- Menyusun visi, misi, serta tujuan jangka pendek dan jangka panjang bisnis <i>Bazzarku</i> .	C-level “ <i>Bazzarku</i> ”
2	Penyusunan Timeline Proyek	- Merancang jadwal kerja tim setiap divisi	C-level “ <i>Bazzarku</i> ”
3	Menjalin Kemitraan Strategis dengan Pihak Eksternal	- Membangun hubungan baik dengan pihak eksternal seperti EO dan UMKM.	Eo dan UMKM

4	Monitoring dan Evaluasi Kinerja tim	- Melakukan evaluasi secara berkala terhadap hasil kerja setiap divisi.	C-level “Bazzarku”
5	Mendesain Alur Pengguna	- Menyusun <i>user flow</i> untuk platform Bazzarku. Tujuannya adalah memastikan pengalaman pengguna (user experience) yang sederhana namun efisien.	CTO “Bazzarku”
6	Membangun Branding dan Identitas Visual	- Penulis juga berkontribusi dalam pengembangan identitas merek.	C-level “Bazzarku”
7	Menyusun Strategi Monetisasi	- Memikirkan strategi monetisasi untuk Bazzarku	C-level “Bazzarku” dan dedicated mentor
8	Membangun Lingkungan Kerja yang Sehat	- Menjaga semangat tim, memastikan komunikasi antar divisi berjalan baik, serta menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan produktif.	C-level “Bazzarku”

Tabel 3.3 Tabel Kontribusi lintas divisi

No	Tugas	Keterangan	Koordinator
----	-------	------------	-------------

1	Membantu CMO dalam Penyusunan Konten Promosi	Membuat konten marketing di sosial media Bazzarku	CMO “Bazzarku”
2	Menyusun Perencanaan Keuangan dan Proyeksi Bersama CFO	Menghitung perencanaan keuangan dan menyusun prioritas keuangan di dalam bazzarku	CFO “Bazzarku”

3.2.1 Uraian Kerja Magang

1. Menentukan Arah Strategis Perusahaan

Dalam menjalankan peran sebagai CEO di Bazzarku, penulis memiliki tanggung jawab besar dalam menentukan arah strategis dari bisnis yang sedang dikembangkan. Salah satu bagian penting dari tugas ini adalah menyusun dan memperjelas tujuan jangka panjang bisnis agar seluruh anggota tim memiliki panduan yang jelas. Penulis berusaha membangun dasar visi yang kuat, yaitu menjadikan Bazzarku sebagai wadah digital yang mampu menjadi jembatan antara pelaku UMKM dan berbagai event bazar yang ada di seluruh Indonesia. Dengan harapan besar, Bazzarku dapat menjadi solusi nyata dalam mengatasi kesulitan UMKM yang selama ini seringkali tidak memiliki akses yang jelas terhadap informasi dan kesempatan mengikuti bazar yang sesuai.

Misi dari Bazzarku pun disusun untuk mendukung visi tersebut. Penulis menentukan langkah-langkah seperti menyederhanakan proses pencarian event bazar, membuka jalur komunikasi antara penyelenggara dan pelaku UMKM, hingga menyediakan berbagai layanan pendukung yang dibutuhkan agar UMKM bisa tampil maksimal dalam event yang mereka ikuti. Semua ini dirancang agar

tidak hanya memperluas jaringan pemasaran bagi pelaku usaha kecil, tetapi juga membantu menciptakan ekosistem bazar yang lebih sehat, transparan, dan terpercaya. Perumusan visi dan misi ini tidak hanya menjadi dasar operasional, tetapi juga menjadi kompas utama untuk menentukan arah kemana bisnis ini akan jalan, membuat keputusan penting, serta mengukur sejauh mana kemajuan bisnis yang tengah dijalankan.

2. Penyusunan Timeline Proyek

Sebagai CEO di Bazzarku, penulis juga punya peran dalam menyusun jadwal kerja yang bisa di lihat pada gambar 3.4. Penulis membuat seluruh proses pengembangan bisnis. Bukan sekadar bikin timeline, tapi lebih ke menjelaskan langkah-langkah tim supaya semua kegiatan bisa berjalan sesuai yang diinginkan. Mulai dari tugas harian sampai target mingguan dan bulanan, semuanya coba diatur dengan rapih terutama saat masuk ke tahap-tahap penting seperti validasi ide, membuat laporan keuangan, sampai persiapan promosi. Penyusunan jadwal ini pun tidak dilakukan sendiri, tetapi bersama tim agar semuanya sepakat dan paham tugasnya.

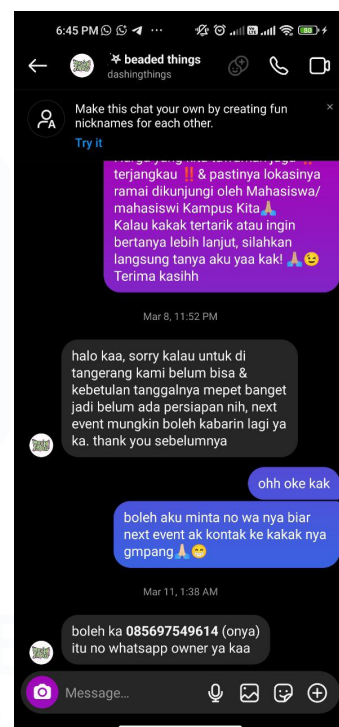
	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
MARKETING	- Membuat konten planning untuk minggu depan(2 video&2 foto)	- buat campaign soal bagaimana UMKM kesulitan kalo nyari baz aar. tar buat sama gw	- Membuat konten planning untuk minggu depan(2 video&2 foto)	
		- Mengupload konten yang sudah di shoot kemarin		- Mengupload konten yang sudah di shoot kemarin
FINANCE	- catat laporan keuangan mingguan	- beli carwa pro sebulan		- buat laporan keuangan bulan ini
	- beli capcut pro buat 1 bulan			
TECH	- Followup dev gimana	- Rapihin vendor panel		- Masukin foto foto vendor, sama rental
				- Itu panel belom bisa dipencet

Gambar 3.4 ExcelTimeline bazzarku

3. Menjalin Kemitraan Strategis dengan Pihak Eksternal

Salah satu fungsi utama dari CEO adalah menjalin komunikasi dan kerja sama dengan mitra eksternal yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis. Dalam konteks Bazzarku, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam menjalin relasi dengan Event Organizer (EO) serta para pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha yang bisa di lihat pada gambar 3.5 . Melalui proses negosiasi, diskusi, dan pendekatan strategis, penulis memperkenalkan nilai dari platform Bazzarku sekaligus mengajak pihak-pihak tersebut untuk menjadi bagian dari ekosistem digital yang sedang dibangun.

Hubungan kerja sama ini sangat penting dalam pengembangan bisnis, karena keberhasilan Bazzarku sangat bergantung pada kepercayaan dan partisipasi aktif dari kedua belah pihak. Dalam pelaksanaannya, penulis juga mengelola komunikasi resmi dan informal dengan mitra, menyusun proposal kerja sama, hingga menindaklanjuti kesepakatan yang telah tercapai agar hubungan jangka panjang dapat terjalin dengan baik.



Gambar 3.5 Gambar membangun relasi dengan pihak eksternal

4. Monitoring dan Evaluasi Kinerja tim

Dalam menjalankan peran sebagai Chief Executive Officer (CEO) di Bazzarku, penulis juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kinerja setiap anggota tim. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memeriksa progres pekerjaan yang telah dicatat dalam Excel yang bisa dilihat pada Gambar 3.6. Cara ini berfungsi sebagai alat pelacakan tugas dan pencapaian dari masing-masing divisi. Melalui file tersebut, penulis dapat melihat tugas-tugas mana saja yang telah diselesaikan, mana yang masih dalam proses, serta mengevaluasi apakah hasil yang dicapai sudah sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Selain itu, hampir setiap minggu diadakan pertemuan tim secara rutin untuk membahas perkembangan pekerjaan yang telah dilakukan. Pertemuan ini untuk menyampaikan laporan progres, kendala yang dihadapi, serta solusi yang dapat diambil bersama. Penulis sebagai CEO juga menggunakan sesi ini untuk memberikan arahan lanjutan, menyampaikan evaluasi secara menyeluruh, dan memastikan bahwa komunikasi antartim tetap terjalin dengan baik demi kelancaran jalannya proyek Bazzarku.

No	Divisi	Yang harus dilakuin	DONE OR NO
1	Marketing	- Membuat konten planning untuk minggu depan(2 video&2 foto)	DONE
2	Finance	- catat laporan keuangan mingguan	Belum
3	Finance	- beli capcut pro buat 1 bulan	DONE
4	Tech	- Followup dev gimana, Rapihin panel	DONE

Gambar 3.6 Gambar excel kinerja tim bazzarku

5. Mendesain Alur Pengguna

Dalam proses pengembangan platform Bazzarku, salah satu tanggung jawab penting yang dilakukan oleh penulis sebagai CEO adalah menyusun dan memastikan alur pengguna (user journey) berjalan secara logis, mudah dipahami, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna. Penulis tidak bekerja sendiri dalam hal ini, melainkan berkolaborasi secara aktif bersama tim teknologi untuk merancang proses yang tidak hanya berfungsi secara teknis, tetapi juga relevan dengan kebiasaan serta kebutuhan pengguna, khususnya pelaku UMKM dan penyelenggara event (EO).

Langkah awal yang dilakukan adalah merancang alur pendaftaran akun bagi pengguna baru. Penulis memastikan bahwa proses ini dibuat sepraktis mungkin, dengan hanya beberapa langkah saja yang dibutuhkan, seperti memasukkan data dasar (nama, email, nomor telepon), memilih peran (UMKM atau EO), dan verifikasi via OTP. Tujuannya adalah agar pengguna tidak merasa kesulitan di awal dan bisa langsung mulai menjelajahi fitur platform.

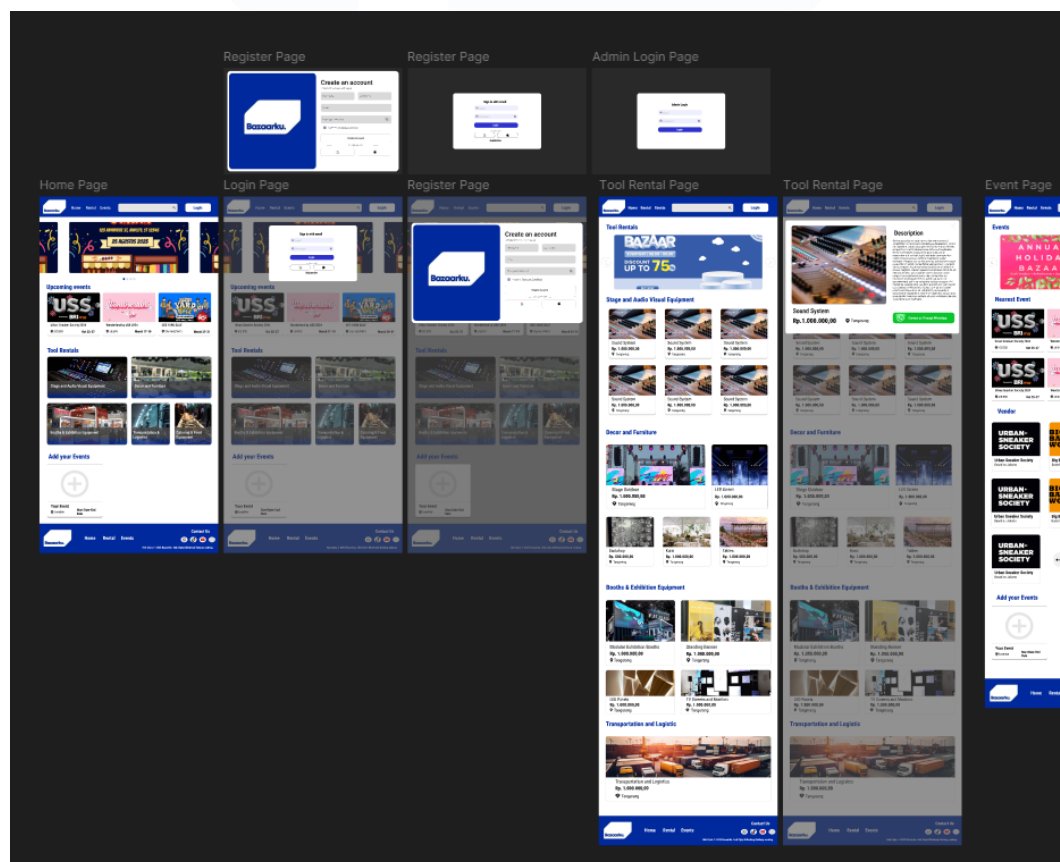
Setelah proses pendaftaran, pengguna akan diarahkan ke fitur pencarian dan pemilihan event (untuk UMKM) atau pencarian tenant (untuk EO) yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penulis dan tim merancang website ini agar intuitif, dilengkapi dengan filter seperti lokasi event, kategori produk, rentang harga sewa, jumlah pengunjung, dan lain sebagainya. Dengan sistem penyaringan ini, pengguna bisa lebih mudah menemukan peluang yang paling sesuai tanpa harus membuang waktu terlalu lama dalam proses pencarian.

Selanjutnya, penulis juga ikut mengawal penyusunan alur proses pembayaran yang dilengkapi dengan sistem komisi otomatis. Setiap transaksi yang dilakukan dalam platform Bazzarku akan secara otomatis memotong biaya layanan sebesar minimal 1% yang merupakan salah satu sumber pendapatan bisnis ini. Untuk menjamin keamanan dan kenyamanan pengguna.

Tak kalah penting adalah bagian review dan rating yang muncul setelah transaksi selesai. Penulis menginisiasi fitur ini agar pengguna dapat saling

memberi masukan dan membangun ekosistem yang lebih terpercaya. Sistem penilaian ini tidak hanya membantu pengguna baru untuk memilih bazaar terbaik, tetapi juga menjadi umpan balik berharga bagi Bazzarku dalam meningkatkan kualitas layanannya secara keseluruhan.

Seluruh rangkaian proses ini tidak dirancang secara sembarangan, melainkan melalui pendekatan design thinking. Penulis memulainya dengan mengidentifikasi permasalahan yang umum dialami oleh pengguna melalui pembuatan user, kemudian dilanjutkan dengan menyusun wireframe dan prototype awal seperti di gambar 3.7 yang diuji coba oleh beberapa pengguna terpilih. Melalui proses iteratif ini, tim mendapatkan banyak masukan yang kemudian digunakan untuk menyempurnakan setiap tahap user journey. Dengan pendekatan ini, platform Bazzarku diharapkan benar-benar dapat memberikan solusi nyata yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya di lapangan.



6. Membangun Branding dan Identitas Visual

Dalam proses membangun sebuah startup, hal penting yang tidak bisa dilewatkan adalah menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Sebagai CEO sekaligus salah satu inisiator Bazzarku, penulis mengambil peran aktif dalam proses pengembangan branding sejak dari nol. Branding ini bukan hanya sekadar soal tampilan visual, tetapi juga menyangkut bagaimana perusahaan ini dipersepsikan oleh pengguna dan publik secara umum.

Langkah pertama yang dilakukan penulis adalah menentukan nama brand. Nama “Bazzarku” dipilih karena memiliki nuansa yang akrab di telinga masyarakat Indonesia dan langsung menggambarkan konsep dasar dari platform ini, yakni sebuah wadah yang menghubungkan UMKM dengan event bazar. Kata “ku” di akhir nama menambahkan kesan personal, seolah-olah platform ini milik pengguna itu sendiri, sehingga diharapkan bisa membangun rasa kedekatan dan kepemilikan. Akhirnya terbentuklah Logo Bazzarku yang bisa dilihat pada gambar 3.8.

Setelah penamaan, penulis juga terlibat dalam menyusun tagline dan value proposition seperti di Gambar 3.9 yang nantinya akan digunakan dalam berbagai materi komunikasi, baik online maupun offline. Tujuannya adalah menyampaikan secara ringkas namun kuat mengenai apa yang Bazzarku tawarkan dan apa yang membedakannya dari solusi lain yang ada. Value proposition ini ditekankan pada kemudahan akses informasi, transparansi antara UMKM dan EO, serta jaminan keamanan transaksi hal-hal yang sebelumnya sering menjadi kendala di industri bazar.

Proses branding juga menyentuh aspek **visual**, di mana penulis bekerja sama secara erat dengan tim desain untuk merancang elemen visual utama

perusahaan. Hal ini mencakup pembuatan logo yang merepresentasikan dinamika dan keterhubungan antar pelaku bisnis, pemilihan palet warna yang mencerminkan profesionalisme namun tetap ramah bagi pelaku usaha kecil, serta penentuan jenis huruf yang modern dan mudah dibaca. Setiap elemen visual tersebut tidak dipilih secara acak, melainkan melalui diskusi dan pertimbangan agar mampu memperkuat karakter merek Bazzarku di mata pengguna.

Tak hanya berhenti di visual, penulis juga memperhatikan betul bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh tim media sosial. Penulis memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan memiliki tone of voice yang sejalan dengan nilai-nilai perusahaan: profesional, terpercaya, namun tetap ramah dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, terutama pelaku UMKM yang baru memulai usahanya. Konsistensi dalam gaya bicara ini penting untuk membentuk identitas merek yang kuat dan membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Melalui kombinasi antara strategi verbal dan visual ini, diharapkan Bazzarku tidak hanya hadir sebagai platform fungsional, tetapi juga menjadi brand yang memiliki tempat tersendiri di hati penggunanya.



Gambar 3.8 Logo Bazzarku



Gambar 3.9 Tagline Bazzarku

7. Menyusun Strategi Monetisasi

Salah satu tanggung jawab utama penulis sebagai CEO Bazzarku adalah menyusun dan mengembangkan strategi monetisasi yang dapat mengakomodasi kebutuhan bisnis jangka panjang, namun tetap sejalan dengan misi sosial platform, yakni membantu UMKM dan EO tumbuh bersama. Dalam proses ini, penulis tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan, tetapi juga memperhatikan kenyamanan dan kemampuan dari para pelaku UMKM dan penyelenggara event yang menjadi target pengguna utama platform.

Salah satu model monetisasi utama yang diterapkan adalah sistem komisi per transaksi yang dilakukan di platform. Besaran komisi ini dimulai dari 1%, namun tidak bersifat kaku. Penulis bersama tim membuka ruang untuk diskusi negosiasi dengan pihak EO untuk menentukan persentase komisi yang ideal berdasarkan skala event, potensi UMKM yang terlibat, serta bentuk kerja sama yang disepakati. Dengan sistem yang fleksibel ini, Bazzarku berupaya membangun hubungan kemitraan jangka panjang dengan EO, bukan sekadar hubungan transaksional biasa.

Selain itu, penulis juga menginisiasi adanya fitur premium ads placement, yaitu layanan berbayar yang memungkinkan event dari EO tertentu untuk mendapatkan tampilan eksklusif di halaman utama (homepage) website Bazzarku. Melalui fitur ini, EO bisa meningkatkan visibilitas event-nya dan menarik lebih banyak UMKM untuk bergabung. Layanan ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi EO, tetapi juga menjadi salah satu sumber pendapatan baru yang potensial bagi platform.

Tidak berhenti sampai di situ, strategi monetisasi juga diperluas dengan menyediakan layanan penyewaan kebutuhan bazar yang umumnya dibutuhkan oleh tenant UMKM. Misalnya, penyewaan kulkas, kipas angin, meja, kursi, hingga layanan tenaga bantuan seperti SPG/SPB. Dengan menyediakan layanan ini, Bazzarku menghadirkan solusi yang terintegrasi, menjawab kebutuhan operasional UMKM tanpa harus mencari vendor terpisah.

Seluruh strategi ini disusun tidak secara sepihak. Penulis rutin melakukan diskusi bersama mentor dari Skystar Ventures serta tim keuangan internal untuk menyempurnakan proyeksi pendapatan, mengevaluasi risiko, dan melakukan uji coba model secara bertahap di lapangan. Pendekatan yang digunakan bersifat iteratif dan adaptif, mengingat posisi Bazzarku yang masih dalam tahap awal pertumbuhan dan validasi pasar.

Penulis percaya bahwa fleksibilitas, kolaborasi, serta kemampuan membaca kebutuhan pengguna secara nyata adalah kunci dalam merancang monetisasi yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkelanjutan. Dengan fondasi ini, Bazzarku diarahkan untuk terus berkembang sebagai platform yang tidak hanya bernilai secara bisnis, tetapi juga berdampak bagi para pelaku usaha kecil dan industri event lokal di Indonesia.

8. Membangun Lingkungan Kerja yang Sehat

Membangun lingkungan kerja yang sehat merupakan salah satu aspek penting yang menjadi perhatian penulis selama menjalani peran sebagai CEO di Bazzarku. Lingkungan kerja yang nyaman, terbuka, dan saling mendukung diyakini mampu meningkatkan semangat serta produktivitas tim secara keseluruhan. Sejak awal, penulis menyadari bahwa keberhasilan sebuah startup tidak hanya bergantung pada ide atau strategi bisnis yang dijalankan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan dan komunikasi antar anggota tim. Oleh karena itu, penulis secara aktif berusaha menjaga ritme kerja yang positif, mulai dari memberi ruang diskusi yang bebas dan dua arah, hingga menciptakan suasana kerja yang mendorong keterbukaan dan kolaborasi antardivisi.

Selain itu, penulis juga rutin mengecek kondisi emosional dan semangat anggota tim, terutama saat tekanan kerja meningkat menjelang deadline atau ketika terjadi hambatan dalam proyek tertentu. Hal ini dilakukan melalui percakapan informal maupun sesi evaluasi ringan di luar jam kerja, yang bertujuan tidak hanya untuk membahas progres pekerjaan, tetapi juga sebagai

bentuk perhatian terhadap kesejahteraan mental setiap anggota. Dengan pendekatan seperti ini, penulis berusaha menciptakan kultur kerja yang tidak kaku, namun tetap profesional dan bertanggung jawab. Harapannya, setiap anggota tim dapat merasa nyaman, dihargai, dan termotivasi untuk memberikan kontribusi terbaiknya dalam proses membangun Bazzarku ke arah yang lebih baik.

- Kontribusi lintas divisi

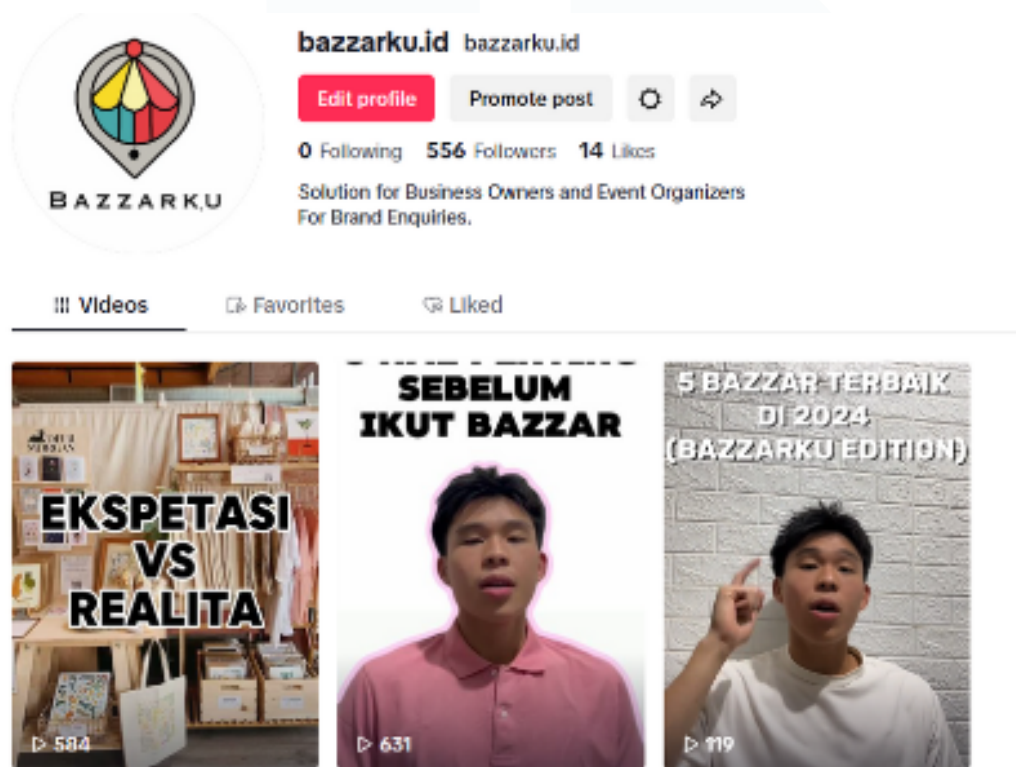
1. Membantu Marketing dalam Penyusunan Konten Promosi

Dalam dinamika tim startup yang masih berada pada tahap awal pengembangan, peran setiap anggota tidak selalu terbatas pada deskripsi jabatan masing-masing. Hal ini juga berlaku bagi penulis sebagai CEO Bazzarku. Walaupun secara garis besar bertanggung jawab pada aspek manajerial dan strategis, penulis juga turut ambil bagian dalam kegiatan operasional, salah satunya adalah mendampingi tim pemasaran dalam proses produksi konten bisa dilihat pada Gambar 3.10.

Penulis secara langsung terlibat dalam mendiskusikan ide-ide konten bersama Chief Marketing Officer (CMO), terutama untuk memastikan bahwa materi promosi yang dipublikasikan mencerminkan nilai inti dari Bazzarku, yaitu keterbukaan terhadap UMKM baru dan semangat kolaboratif antara tenant dan penyelenggara event. Penulis ikut menyumbangkan sudut pandang dalam menentukan pesan utama dari setiap kampanye promosi apakah ingin menyoroti kemudahan bergabung dalam bazar, keamanan bertransaksi, atau nilai unik dari fitur Bazzarku.

Lebih jauh lagi, penulis juga memberikan masukan terhadap penggunaan gaya bahasa, tone visual, serta pemilihan media dan format penyampaian (seperti carousel, reels, dan testimoni) yang sekiranya relevan dengan perilaku target audiens, khususnya pelaku UMKM pemula. Kontribusi ini membantu

memperkuat benang merah antara strategi branding dan aktivitas pemasaran sehari-hari, sekaligus membangun kesadaran publik terhadap eksistensi Bazzarku sebagai solusi baru di dunia perbazar.



Gambar 3.10 Sosial Media Bazzarku

2. Menyusun Perencanaan Keuangan dan Proyeksi Bersama CFO

Perencanaan keuangan yang solid adalah pondasi penting dalam membangun startup yang sehat dan berkelanjutan. Sebagai CEO, penulis menyadari bahwa ide dan strategi bisnis yang bagus tidak akan maksimal jika tidak dibarengi dengan perencanaan keuangan yang matang. Oleh karena itu, penulis terlibat aktif dalam merancang proyeksi keuangan Bazzarku bersama Chief Financial Officer (CFO), agar arah pertumbuhan bisnis dapat dikawal dengan data dan estimasi realistis.

Dalam kolaborasi ini, penulis membantu menyusun berbagai komponen penting seperti estimasi pendapatan bulanan, perhitungan biaya operasional, serta kebutuhan dana untuk pengembangan teknologi dan kegiatan pemasaran. Perhitungannya bisa di lihat pada Gambar 3.11 . Penulis juga ikut mengkaji kemungkinan skema monetisasi seperti pada gambar 3.12 mulai dari komisi transaksi minimum 1% yang dapat disesuaikan berdasarkan kesepakatan dengan event organizer, hingga pengembangan layanan iklan premium (yang menempatkan event tertentu di halaman utama website) serta penyewaan fasilitas seperti kulkas, kipas angin, meja booth, atau tenaga SPG.

Diskusi dengan CFO tidak hanya fokus pada angka, tetapi juga mempertimbangkan risiko, fleksibilitas arus kas, serta bagaimana strategi keuangan bisa tetap sejalan dengan misi Bazzarku yang ingin membantu UMKM berkembang tanpa terbebani biaya tinggi. Perencanaan ini juga bersifat dinamis, mengikuti hasil validasi pasar dan eksperimen model bisnis yang sedang dijalankan. Dengan pendekatan ini, penulis bisa menjaga keseimbangan antara pertumbuhan perusahaan dan kebermanfaatan yang dirasakan oleh pengguna.



Gambar 3.11 Proyeksi laba bersih

 Revenue Projections 			
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Fee 1% setiap transaksi	Rp 90.000.000	Rp 262.500.000	Rp 800.000.000
Premium ADS	Rp 5.000.000,00 (5 page) Rp 25.000.000/bulan	Rp 5.500.000,00 (5 page) Rp 27.500.000	Rp 6.000.000(5 page) Rp 30.000.000
Penyewaan fasilitas (meja, kursi, kipas, kulkas, dll.)	Asumsi 5% EO+UMKM= 262 xRp 100.000: Rp 26.250.000	Asumsi 5% EO+UMKM= 525 xRp 100.000: Rp 52.500.000	Asumsi 5% EO+UMKM= 1.050xRp 100.000: Rp 105.000.000
Total Pendapatan per Tahun	Rp 141.250.000	Rp 342.500.000	Rp 935.000.000

Gambar 3.12 Pendapatan proyek

3.3 Kendala yang Ditemukan

1. Ketidaksesuaian antara Timeline dan Realita di Lapangan

Dalam proses menjalankan peran sebagai CEO di proyek magang ini, penulis menyusun timeline kerja dengan harapan seluruh tahapan pengembangan bisnis bisa berjalan secara sistematis dan tepat waktu. Setiap langkah telah dirancang sedemikian rupa agar tim memiliki panduan yang jelas, termasuk dalam menentukan prioritas dan membagi waktu. Namun dalam pelaksanaannya, kenyataan di lapangan sering kali tidak seideal rencana. Beberapa kendala tak terduga kerap muncul, mulai dari hambatan teknis, hingga kendala personal yang dihadapi oleh anggota tim seperti keterbatasan waktu luang karena beban kuliah atau kegiatan lain. Tidak jarang pula, suatu tugas yang awalnya diperkirakan bisa selesai dalam beberapa hari ternyata memerlukan waktu lebih lama karena kompleksitas yang baru disadari di tengah proses pengerjaan.

Kondisi-kondisi tersebut mendorong penulis untuk bersikap fleksibel dan adaptif. Rencana yang sudah disusun perlu ditinjau ulang secara berkala, dan

dalam beberapa situasi bahkan harus disesuaikan dengan kondisi terkini agar tetap relevan dan realistis. Penyesuaian ini tidak serta-merta mengubah arah tujuan utama bisnis, tetapi lebih kepada strategi dan pengaturan waktu agar tim tidak merasa terbebani secara berlebihan. Penulis juga belajar bahwa dalam kepemimpinan, kemampuan untuk merespons dinamika yang berubah menjadi sangat penting agar semangat kerja tim tetap terjaga dan hasil yang dicapai tetap maksimal.

2. Kesulitan Membangun Kepercayaan dengan Pihak Eksternal

Sebagai platform yang masih berada di tahap awal pengembangan, Bazzarku menghadapi tantangan besar dalam membangun eksistensi dan kepercayaan dari pasar. Hingga saat ini, masih banyak pelaku UMKM maupun Event Organizer (EO) yang belum mengenal secara menyeluruh fungsi dan manfaat yang ditawarkan oleh Bazzarku ini. Sebagai CEO, penulis memikul tanggung jawab penuh untuk memperkenalkan Bazzarku kepada pihak eksternal, baik melalui pertemuan langsung, media sosial, maupun melalui pengiriman proposal kerja sama yang disusun secara profesional. Namun, salah satu hambatan utama yang dirasakan adalah adanya keraguan dari calon mitra terhadap efektivitas platform ini, terutama karena mereka belum melihat bukti nyata dari dampak atau keberhasilan Bazzarku dalam membantu pelaku UMKM dan EO sebelumnya.

Untuk menjawab keraguan tersebut, penulis menyadari pentingnya membangun kepercayaan secara bertahap dengan cara yang transparan. Salah satu pendekatan yang dilakukan adalah menjelaskan secara langsung nilai tambah yang ditawarkan oleh Bazzarku dibandingkan solusi konvensional yang selama ini digunakan oleh para mitra. Selain itu, penulis dan tim juga terus berupaya menunjukkan progres yang telah dicapai, seperti tampilan platform yang semakin

rapi dan fungsional, serta langkah-langkah validasi yang dilakukan bersama para pelaku UMKM. Semua ini dilakukan sebagai bagian dari strategi komunikasi yang tidak hanya menonjolkan keunggulan fitur, tetapi juga membangun kesan bahwa Bazzarku adalah solusi yang serius, dapat diandalkan, dan layak untuk dijadikan mitra dalam jangka panjang.

3. Kurangnya Konsistensi dalam Monitoring dan Evaluasi Kinerja Tim

Salah satu tantangan lain yang dihadapi selama menjalankan peran sebagai CEO adalah menjaga konsistensi dalam proses monitoring dan evaluasi kinerja tim. Sistem yang digunakan cukup sederhana, yaitu dengan mencatat progres kerja tiap anggota di dokumen Excel dan melakukan pertemuan mingguan untuk mengevaluasi capaian serta hambatan yang dihadapi. Namun, dalam praktiknya, tidak semua anggota tim secara rutin memperbarui laporan progres mereka. Beberapa anggota kadang lupa, merasa belum waktunya mengisi, atau kurang memahami urgensi dari pencatatan tersebut. Hal ini berdampak pada kesulitan dalam mengidentifikasi tugas mana yang tertunda dan siapa yang bertanggung jawab, sehingga menghambat kelancaran operasional harian tim.

Melihat kondisi ini, penulis menyadari perlunya pendekatan yang lebih aktif dan komunikatif dalam mengelola tim. Tidak cukup hanya mengandalkan sistem yang telah dibuat, tetapi juga dibutuhkan keterlibatan langsung dalam memantau dan mengingatkan tim secara berkala. Penulis mulai mencoba beberapa pendekatan berbeda, seperti memberikan reminder personal melalui chat, membuat agenda kecil di awal minggu, dan mengajak diskusi ringan untuk mengetahui kendala yang dihadapi setiap anggota. Langkah ini bertujuan agar monitoring tidak terasa sebagai beban administratif semata, melainkan sebagai bagian dari budaya kerja kolaboratif yang mendorong tanggung jawab bersama. Dengan komunikasi yang lebih terbuka dan sistem evaluasi yang berjalan lebih konsisten, diharapkan semangat kerja tim bisa lebih terjaga dan arah pengembangan bisnis tetap berada di jalur yang tepat.

4. Mendesain Alur Pengguna

Dalam proses merancang alur pengguna di platform Bazzarku, penulis menghadapi berbagai dinamika yang menuntut fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi. Di tahap awal, tim sudah menyepakati tema dan struktur utama website, lengkap dengan rancangan user journey berdasarkan kebutuhan awal pengguna. Namun, setelah beberapa minggu berjalan dan mulai mendapatkan feedback dari berbagai pihak, muncul kesadaran bahwa desain awal terasa terlalu kaku dan tidak cukup mencerminkan identitas Bazzarku sebagai platform yang ingin tampil inklusif dan ramah bagi pelaku UMKM. Akhirnya, penulis bersama tim memutuskan untuk melakukan perombakan total terhadap tampilan dan alur pengguna agar lebih sederhana, menyenangkan, dan mudah dipahami.

Kendala berikutnya muncul ketika mengembangkan fitur pencarian event dan tenant. Tim sempat membuat sistem filter yang sangat lengkap dengan harapan bisa membantu pengguna menyaring informasi secara detail. Namun dalam praktiknya, justru banyak pengguna merasa bingung karena terlalu banyak pilihan. Dari situ, penulis dan tim menyadari pentingnya menjaga keseimbangan antara kelengkapan fitur dan kemudahan penggunaan. Kami pun menyederhanakan beberapa filter dan menempatkan informasi secara lebih terstruktur agar pengguna tetap bisa melakukan pencarian secara efisien tanpa merasa kewalahan.

Selain itu, tantangan juga dirasakan pada tahap pengujian prototipe. Beberapa asumsi awal yang kami anggap “sudah pasti benar” ternyata tidak sepenuhnya sesuai dengan kebiasaan pengguna di lapangan. Misalnya, urutan tampilan fitur atau istilah-istilah tertentu yang ternyata tidak familiar bagi pelaku UMKM pemula. Hal-hal seperti ini menjadi pembelajaran penting yang kemudian mendorong penulis untuk lebih sering melakukan iterasi desain bersama tim. Melalui pendekatan design thinking—dengan tahapan mulai dari pembuatan

persona hingga uji coba prototipe—proses ini menjadi lebih adaptif terhadap kebutuhan nyata di lapangan dan membantu Bazzarku berkembang ke arah yang lebih baik.

5. Membangun Branding dan Identitas Visual

Dalam proses menyusun identitas visual dan branding Bazzarku, penulis bersama tim menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks, terutama karena harus membangun semuanya dari nol. Salah satu kendala utama adalah menyatukan beragam perspektif antar anggota tim mengenai konsep visual dan pesan yang ingin disampaikan. Karena setiap individu memiliki sudut pandang dan referensi yang berbeda, proses diskusi seringkali memakan waktu cukup panjang. Hal ini berdampak pada beberapa keterlambatan dalam penentuan elemen-elemen visual penting seperti logo, warna utama, hingga gaya desain media sosial.

Tantangan lainnya muncul saat menyusun tagline dan value proposition. Meskipun secara ide dasar sudah tergambar dengan jelas, merumuskan kalimat yang benar-benar mencerminkan keunikan Bazzarku sekaligus mudah dipahami oleh target audiens ternyata tidak semudah yang dibayangkan. Beberapa draft awal terdengar terlalu teknis atau justru terlalu umum, sehingga kurang mampu meninggalkan kesan yang kuat. Untuk mengatasi hal ini, penulis mencoba melakukan pendekatan dengan membayangkan bagaimana audiens akan membaca pesan tersebut dari sudut pandang mereka khususnya pelaku UMKM pemula yang belum familiar dengan dunia bazar digital.

Kendala terakhir yang cukup signifikan adalah menjaga konsistensi gaya komunikasi, terutama media sosial. Di awal proses, masih ada perbedaan tone antar konten yang dipublikasikan karena belum adanya pedoman komunikasi yang benar-benar jelas. Akibatnya, beberapa konten terasa tidak mewakili karakter brand yang ingin dibangun. Untuk itu, penulis menyusun semacam panduan internal terkait gaya bahasa, pilihan kata, dan cara menyampaikan pesan

yang selaras dengan citra Bazzarku sebagai platform yang profesional namun tetap eksklusif. Melalui proses pembelajaran dan penyesuaian ini, akhirnya tim dapat membentuk narasi dan identitas visual yang lebih solid, sekaligus membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens.

6. Penyusunan Strategi Monetisasi

Dalam menyusun strategi monetisasi untuk Bazzarku, penulis menghadapi sejumlah tantangan yang cukup signifikan, terutama karena harus mencari titik tengah antara keberlanjutan bisnis dan kepekaan terhadap kondisi pelaku UMKM serta EO yang menjadi pengguna utama platform. Salah satu kendala awal muncul saat mencoba menentukan besaran komisi per transaksi yang ideal. Di satu sisi, platform membutuhkan sumber pendapatan yang stabil untuk menjaga operasional dan pengembangan. Namun di sisi lain, terlalu tinggi menetapkan komisi bisa membuat UMKM merasa terbebani. Akhirnya, pendekatan fleksibel dengan sistem negosiasi diterapkan, meskipun hal ini membuat proses administratif dan monitoring menjadi lebih kompleks dibanding jika menggunakan sistem tarif tetap.

Selain itu, dalam pengembangan layanan penyewaan kebutuhan bazar, tantangan utama muncul dari sisi operasional. Menyediakan barang seperti kulkas, kipas, atau bahkan tenaga kerja seperti SPG/SPB membutuhkan jaringan vendor yang dapat dipercaya dan sistem manajemen inventaris yang rapi. Karena Bazzarku masih berada di tahap awal, infrastruktur untuk mendukung layanan ini belum sepenuhnya matang. Hal ini menyebabkan beberapa ide harus ditunda implementasinya sambil menunggu kesiapan sumber daya. Meski begitu, pengalaman ini memberikan pembelajaran penting bagi penulis dalam hal merancang model bisnis yang realistis dan siap dioperasionalkan secara bertahap sesuai kapasitas yang tersedia.

- Kontribusi lintas divisi

1. Membantu Marketing dalam Penyusunan Konten Promosi

Dalam keterlibatan penulis mendampingi tim marketing, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah menyatukan visi strategis dengan bahasa visual dan gaya komunikasi yang sesuai dengan audiens sasaran. Meskipun penulis memahami arah dan pesan besar yang ingin disampaikan oleh Bazzarku, tidak semua ide tersebut dapat langsung diimplementasikan secara visual oleh tim marketing. Perbedaan sudut pandang kerap memunculkan miskomunikasi kecil yang membuat proses revisi konten berlangsung cukup panjang. Selain itu, mencari keseimbangan antara gaya profesional dan pendekatan yang hangat untuk UMKM menjadi proses yang memerlukan beberapa kali eksperimen dan evaluasi.

Di sisi lain, tantangan juga muncul dari segi waktu dan pembagian fokus kerja. Sebagai CEO yang bertanggung jawab atas berbagai lini operasional dan strategi, Hal ini membuat proses review konten kadang tertunda, terutama ketika ada urgensi dari divisi lain.

2. Menyusun Perencanaan Keuangan dan Proyeksi Bersama CFO

Dalam proses menyusun perencanaan keuangan bersama CFO, salah satu tantangan terbesar yang penulis hadapi adalah keterbatasan data historis yang dapat dijadikan dasar dalam membuat proyeksi. Karena Bazzarku masih berada dalam tahap awal pengembangan, banyak estimasi baik dari sisi pendapatan maupun pengeluaran harus disusun berdasarkan asumsi dan prediksi pasar yang belum sepenuhnya tervalidasi. Hal ini membuat proses perencanaan menjadi cukup kompleks, karena setiap keputusan yang diambil harus mempertimbangkan banyak skenario dan kemungkinan. Ketidakpastian ini mendorong penulis dan CFO untuk melakukan beberapa versi simulasi keuangan yang berbeda, sebagai antisipasi dari berbagai kemungkinan kondisi yang bisa terjadi di lapangan.

Di sisi lain, perbedaan latar belakang antara tim strategis dan keuangan juga sempat menimbulkan tantangan dalam menyamakan persepsi. Sebagai CEO, penulis kerap berpikir dari sudut pandang ekspansi dan potensi pertumbuhan, sedangkan CFO lebih berfokus pada kehati-hatian dan efisiensi biaya. Perbedaan pendekatan ini sempat membuat beberapa keputusan keuangan berjalan lebih lambat karena perlu dibahas lebih dalam untuk mencapai titik temu. Namun seiring waktu, penulis dan CFO berhasil menemukan ritme kerja yang seimbang dengan membangun komunikasi terbuka dan menyepakati prioritas berdasarkan urgensi serta dampaknya terhadap keberlangsungan bisnis. Pengalaman ini menjadi pembelajaran penting dalam mengelola kerjasama lintas divisi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Ketidaksesuaian antara Timeline dan Realita di Lapangan

Salah satu kendala utama yang kerap muncul adalah saat hasil kerja dilapangan tidak sesuai dengan rencana awal yang telah disusun dalam timeline. Timeline yang terlalu panjang, seperti per bulan, seringkali membuat anggota tim merasa pekerjaan masih bisa ditunda karena tenggat waktunya belum mendekat. Untuk mengatasi ini, penulis selaku CEO mulai membagi timeline besar menjadi tugas-tugas mingguan. Dengan rentang waktu yang lebih pendek, tim menjadi lebih termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai target karena tenggat terasa lebih dekat dan realistis. Hal ini juga membantu dalam proses monitoring karena progres dapat dilihat lebih sering dan lebih jelas.

2. Kesulitan Membangun Kepercayaan dengan Pihak Eksternal

Sebagai solusi, penulis mulai membangun portofolio Bazzarku dan testimoni dari UMKM dan EO yang sudah pernah bekerja sama. Selain itu,

dibuatkan media presentasi yang lebih profesional, seperti pitch deck dan website resmi yang menjelaskan fitur serta keunggulan Bazzarku. Penulis juga aktif hadir dalam event networking atau komunitas UMKM dan EO untuk memperluas relasi dan meningkatkan kredibilitas secara langsung. Dengan pendekatan ini, kepercayaan mitra baru mulai tumbuh perlahan-lahan.

3. Kurangnya Konsistensi dalam Monitoring dan Evaluasi Kinerja Tim

Untuk mengatasi permasalahan terkait kurangnya konsistensi dalam proses monitoring dan evaluasi, penulis meningkatkan efektivitas rapat mingguan. Dalam setiap pertemuan, penulis mulai menerapkan evaluasi terhadap kinerja individu dengan berbasis pada data dan progres yang tercatat di Excel. Anggota tim yang tidak menunjukkan perkembangan signifikan atau tidak menyelesaikan tugasnya sesuai tenggat waktu akan diberikan masukan langsung. Dengan pendekatan ini, diharapkan setiap individu merasa memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap perannya masing-masing, sekaligus meningkatkan budaya kerja yang disiplin dan transparan di dalam tim Bazzarku.

4. Mendesain Alur Pengguna

Berbagai tantangan yang muncul dalam proses perancangan alur pengguna, penulis bersama tim mengambil langkah pertama dengan membuka ruang diskusi ulang terkait struktur dan tampilan website yang sudah dirancang sebelumnya. Alih-alih mempertahankan desain awal yang dinilai terlalu kompleks, tim memilih untuk melakukan pendekatan ulang secara menyeluruh, termasuk dalam hal pemilihan warna, navigasi halaman, hingga tone visual yang lebih bersahabat. Untuk mengatasi kebingungan pengguna terhadap fitur filter pencarian, penulis dan tim melakukan penyederhanaan fitur berdasarkan data dari uji coba pengguna. Filter yang sebelumnya terlalu banyak dikurangi menjadi beberapa kategori inti yang paling relevan, seperti lokasi event, jenis produk, dan kisaran harga. Tidak hanya itu, penulis juga menginisiasi pembuatan tampilan

“event rekomendasi” berbasis popularitas dan riwayat pencarian, agar pengguna yang baru pertama kali menggunakan platform tetap memiliki acuan awal. Sementara itu, untuk mengatasi hambatan dari penggunaan istilah teknis yang kurang familiar, penulis mengajak tim untuk mengganti istilah yang terlalu formal dengan bahasa yang lebih dimengerti, serta menambahkan ikon atau ilustrasi pendukung sebagai penjelas visual. Melalui solusi-solusi tersebut, alur pengguna di Bazzarku tidak hanya menjadi lebih intuitif, tetapi juga semakin mampu menjembatani kebutuhan pengguna dengan nilai-nilai utama yang ingin diusung oleh platform ini.

5. Membangun Branding dan Identitas Visual

Sebagai respons atas berbagai kendala dalam membangun branding dan identitas visual Bazzarku, penulis bersama tim mengambil jalan yang lebih terstruktur dan kolaboratif. Untuk mengatasi perbedaan perspektif antar anggota dalam menentukan arah visual, penulis memfasilitasi sesi diskusi yang didukung dengan referensi visual konkret dan *benchmark* dari brand-brand serupa, sehingga keputusan dapat diambil berdasarkan kesepakatan yang lebih objektif. Dalam proses penyusunan tagline dan *value proposition*, penulis mencoba mendalami pengguna dengan cara menyimulasikan posisi mereka sebagai UMKM yang belum familiar dengan platform digital dari sinilah muncul kalimat-kalimat yang lebih sederhana, namun tetap merefleksikan keunikan dan tujuan Bazzarku. Untuk menjaga konsistensi dalam gaya komunikasi, penulis kemudian menyusun pedoman yang mencakup elemen-elemen seperti gaya bahasa, struktur kalimat yang sejalan dengan citra brand. Panduan ini dibagikan kepada seluruh tim konten agar penyampaian pesan di setiap media komunikasi dapat seragam dan membentuk identitas yang kuat. Dengan pendekatan yang lebih terarah ini, proses branding menjadi jauh lebih terorganisir dan mampu menghasilkan identitas visual serta pesan yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan bagi target pengguna Bazzarku.

6. Penyusunan Strategi Monetisasi

Menghadapi tantangan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi monetisasi yang efektif sekaligus ramah bagi UMKM dan EO, penulis mengambil pendekatan yang fleksibel dan kolaboratif sebagai solusi utama. Alih-alih memberlakukan tarif komisi yang kaku, penulis dan tim membuka ruang dialog terbuka dengan para EO untuk menyesuaikan persentase komisi berdasarkan karakteristik event dan kapasitas mitra, sehingga menciptakan rasa saling percaya dan kemitraan jangka panjang. Pendekatan ini juga diperkuat dengan pengembangan fitur premium ads placement yang memberikan peluang bagi EO untuk meningkatkan eksposur event mereka secara lebih strategis, sekaligus menambah sumber pendapatan platform tanpa memberatkan pengguna utama. Selain itu, penulis melihat pentingnya memberikan solusi komprehensif bagi UMKM dengan menyediakan layanan penyewaan perlengkapan bazar dan tenaga pendukung, sehingga memudahkan mereka menjalankan usaha tanpa harus mencari banyak vendor terpisah. Seluruh langkah ini didukung dengan evaluasi berkala bersama mentor dan tim keuangan untuk menguji model bisnis secara bertahap, menyesuaikan proyeksi pendapatan sekaligus mengantisipasi risiko yang muncul. Dengan cara ini, penulis memastikan bahwa strategi monetisasi tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan kenyamanan, kebutuhan nyata pengguna, dan keberlanjutan bisnis, sehingga Bazzarku dapat tumbuh menjadi platform yang bernilai tidak hanya secara finansial, tapi juga memberikan dampak positif bagi ekosistem UMKM dan industri event lokal di Indonesia.

- Kontribusi lintas divisi

1. Membantu Marketing dalam Penyusunan Konten Promosi

Untuk mengatasi tantangan dalam menyatukan visi strategis dengan bahasa visual serta gaya komunikasi yang tepat bagi audiens utama Bazzarku,

penulis berupaya memperkuat komunikasi internal dengan tim marketing melalui pertemuan rutin yang lebih terstruktur dan diskusi terbuka guna menyelaraskan pemahaman bersama sejak awal pembuatan konten. Penulis juga mendorong penggunaan draft konsep awal yang lebih detail dan contoh referensi visual sebagai acuan agar tim marketing lebih mudah menangkap pesan yang ingin disampaikan, sekaligus mengurangi miskomunikasi yang berpotensi memperpanjang proses revisi. Selain itu, penulis mencoba menyeimbangkan gaya konten antara profesional dan hangat melalui beberapa eksperimen konten dengan *feedback/insight* langsung dari pengguna UMKM sebagai target pasar, sehingga pendekatan komunikasi dapat terus diperbaiki dan disesuaikan secara *real-time*. Untuk mengatasi kendala waktu dan pembagian fokus yang terbagi, penulis mengatur prioritas kerja dengan menetapkan jadwal khusus untuk review konten marketing yang fleksibel namun konsisten, sehingga proses evaluasi tetap berjalan tanpa mengganggu tanggung jawab lain yang mendesak. Pendekatan ini sekaligus membantu menjaga sinergi antar divisi agar setiap pihak bisa memahami urgensi dan saling mendukung demi mencapai hasil promosi yang efektif dan tepat sasaran bagi pengembangan Bazzarku.

2. Menyusun Perencanaan Keuangan dan Proyeksi Bersama CFO

Menghadapi keterbatasan data historis dan ketidakpastian yang melekat pada tahap awal pengembangan Bazzarku, penulis bersama CFO mengambil langkah proaktif dengan melakukan berbagai simulasi keuangan yang fleksibel dan beragam skenario sebagai upaya antisipasi terhadap kondisi pasar yang dinamis. Untuk menjembatani perbedaan sudut pandang antara visi ekspansi dan kehati-hatian pengelolaan biaya, penulis menginisiasi komunikasi yang lebih intensif dan terjadwal secara rutin agar setiap keputusan dapat didiskusikan dengan transparan dan objektif, sehingga kedua pihak dapat saling memahami prioritas dan urgensi masing-masing aspek. Penulis juga mendorong penggunaan data primer dari uji pasar dan validasi awal sebagai bahan pelengkap untuk

memperkaya asumsi yang digunakan dalam proyeksi, sehingga perencanaan keuangan menjadi lebih realistis dan berbasis fakta meskipun masih bersifat estimasi. Pendekatan iteratif ini memungkinkan tim untuk terus memperbaiki dan menyesuaikan strategi keuangan sesuai dengan perkembangan bisnis secara nyata, sekaligus menjaga keseimbangan antara ambisi pertumbuhan dan pengelolaan risiko yang bijak. Melalui pengalaman ini, penulis belajar pentingnya kolaborasi lintas divisi yang didukung oleh komunikasi terbuka dan rasa saling percaya agar tujuan bersama dapat tercapai secara optimal tanpa mengabaikan aspek keberlanjutan bisnis.