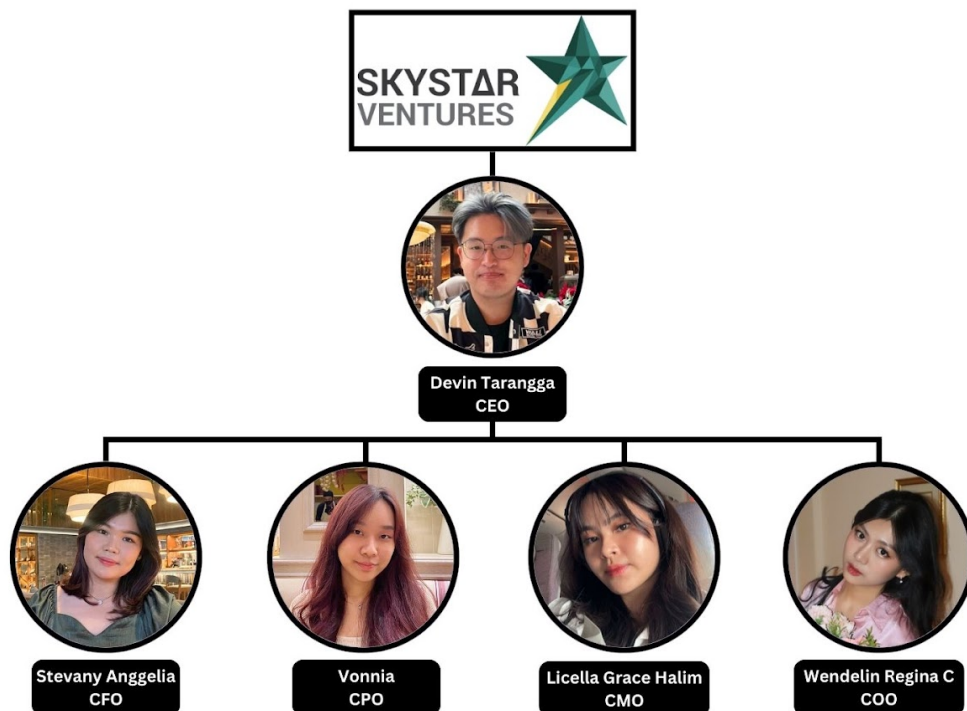


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Di dalam GoBall, pengelolaan alur kerja yang sistematis dan koordinasi yang efektif antar tim memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung kelancaran operasional. Dengan berbagai kegiatan yang berlangsung setiap harinya, GoBall mengandalkan komunikasi yang solid dan koordinasi yang matang agar setiap proses berjalan sesuai dengan rencana. Salah satu komponen penting yang turut mempengaruhi jalannya kegiatan di GoBall adalah keterlibatan pihak eksternal, seperti program Skystar. Program Skystar, yang memberikan dukungan berupa bimbingan dan *mentoring*, menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam memperkuat langkah pengembangan GoBall.



Gambar 3.1 Team Management GoBall

Proses koordinasi antara GoBall dan Skystar biasanya dimulai dengan diskusi antara CEO GoBall dan pihak Skystar di grup *Whatsapp*. Dalam diskusi tersebut, CEO membahas berbagai topik seperti program, serta penyusunan jadwal yang diperlukan untuk mendukung kegiatan bimbingan dan *mentoring*. CEO bertugas untuk memastikan bahwa setiap detail dari program yang dibahas sudah tercatat dengan baik, kemudian informasi tersebut akan disampaikan kepada seluruh tim internal. Hal ini dilakukan agar setiap anggota tim memahami dengan jelas langkah-langkah yang akan diambil serta tujuan yang ingin dicapai dalam setiap sesi yang telah direncanakan.

Untuk menjaga agar informasi dan komunikasi tetap berjalan dengan efektif dan efisien, GoBall memanfaatkan platform komunikasi yang sederhana namun efektif, yaitu aplikasi *WhatsApp*. Aplikasi ini menjadi alat utama bagi CEO untuk menyampaikan informasi terkait berbagai kegiatan yang akan datang, seperti jadwal pertemuan, pembaruan *timeline*, dan rapat yang dijadwalkan. Dengan menggunakan *WhatsApp*, CEO dapat langsung menginformasikan seluruh tim tentang perubahan atau *update* terkini yang berkaitan dengan operasional perusahaan.

Selain itu, untuk membahas hal-hal yang lebih spesifik dan terfokus pada area tertentu, CEO GoBall juga melakukan koordinasi secara personal dengan masing-masing anggota tim. Setiap tim di GoBall memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda, sehingga diskusi yang dilakukan pun lebih terperinci dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing bagian. Misalnya, CEO akan berkomunikasi secara langsung dengan COO untuk membahas hal-hal yang terkait dengan operasional harian perusahaan. Begitu pula dengan CMO, CPO, dan CFO, yang masing-masing memiliki diskusi langsung dengan CEO untuk memastikan bahwa setiap divisi beroperasi sesuai dengan tujuan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Sebagai CEO GoBall, penulis memegang peran penting dalam mengawasi dan mengarahkan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan dan kelangsungan operasional perusahaan. CEO bertanggung jawab untuk merencanakan, mengatur, dan memastikan setiap aspek berjalan sesuai dengan visi dan tujuan perusahaan. Berikut adalah uraian tugas yang dijalankan oleh CEO GoBall:

No.	Kegiatan Utama	Deskripsi Tugas	Pihak yang Bertanggung Jawab
1	Menentukan Tujuan dan Arah Bisnis	• Menetapkan tujuan jangka panjang GoBall. • Mengidentifikasi arah pengembangan produk dan pasar.	CEO
2	Mengelola Operasional	• Memastikan kelancaran produksi dan distribusi. • Menjaga kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman.	CEO & COO
3	Pengembangan Produk	• Menyusun konsep dan inovasi produk baru. • Menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar.	CEO & CPO
4	Penyusunan Strategi Marketing	• Merencanakan kampanye pemasaran untuk meningkatkan <i>brand awareness</i>. • Mencapai target konsumen melalui media yang tepat.	CEO & CMO

5	Manajemen Keuangan	• Mengelola anggaran dan memastikan keuangan berjalan dengan baik. • Mengontrol pengeluaran dan memastikan arus kas positif.	CEO & CFO
6	Pengelolaan Tim	• Memimpin tim agar dapat bekerja dengan efisien. • Memberikan arahan agar tujuan bisnis tercapai.	CEO
7	Penguatan Identitas Merek	• Memastikan identitas merek GoBall konsisten. • Menjaga citra positif merek di mata konsumen.	CEO & CMO
8	Membangun Hubungan Eksternal	• Membangun hubungan dengan mitra dan pemasok. • Mewakili tim dalam kerjasama bisnis eksternal.	CEO & COO
9	Pengambilan Keputusan Utama	• Mengambil keputusan terkait pengembangan produk dan strategi bisnis. • Menilai risiko dan peluang dalam setiap keputusan.	CEO
10	Analisis Hasil Penjualan Produk GoBall	• Mencatat dan merekap data penjualan produk secara berkala. • Menganalisis hasil penjualan untuk evaluasi strategi pemasaran..	CEO, COO, & CMO
11	Evaluasi dan Pemantauan Kinerja	• Memantau hasil penjualan dan <i>feedback</i> konsumen. • Menilai efektivitas strategi dan menentukan	CEO

		perbaikan.	
12	Penyusunan Rencana Pengembangan	Menyusun rencana pengembangan bisnis jangka panjang berdasarkan hasil evaluasi selama program.	Seluruh Tim

Tabel 3.1 Tugas CEO GoBALL

3.2.2 Uraian Kerja Magang

1. Menentukan Tujuan dan Arah Bisnis

Sebagai CEO GoBall, salah satu tanggung jawab utama adalah merumuskan tujuan dan arah bisnis yang jelas. Tujuan ini akan menjadi dasar bagi setiap langkah yang diambil oleh tim dalam menjalankan aktivitas sehari-hari dan memastikan bahwa seluruh upaya yang dilakukan memiliki tujuan yang sama. Penetapan arah bisnis ini sangat penting untuk memberikan panduan kepada tim dalam mencapai visi dan misi GoBall.

Salah satu tujuan utama GoBall adalah untuk mengatasi masalah yang sering dialami oleh konsumen yang memiliki gaya hidup sibuk, terutama mahasiswa dan pekerja yang membutuhkan makanan praktis di pagi hari tetapi tetap enak. Dengan memahami kebutuhan pasar ini, GoBall bertujuan untuk menyediakan solusi makanan yang mudah diakses, cepat saji, namun tetap mempunyai berbagai rasa. Hal ini menjadi inti dari strategi dan operasional GoBall.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.2 Produk GoBall

Sebagai CEO, penetapan tujuan ini juga melibatkan analisis pasar yang tepat, termasuk mempelajari tren konsumen yang semakin menginginkan produk yang praktis namun tetap memperhatikan aspek kesehatan. Dengan demikian, arah bisnis GoBall difokuskan untuk memenuhi kebutuhan segmen pasar yang membutuhkan kemudahan dalam mendapatkan makanan.

Tujuan GoBall juga mencakup pengembangan produk yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Produk yang dihasilkan akan dirancang agar mudah dibawa, praktis, dan dapat dinikmati kapan saja, terutama di pagi hari, sehingga membantu target pasar seperti mahasiswa dan pekerja untuk tetap mendapatkan asupan yang sehat meskipun dalam keterbatasan waktu. Selain itu, dengan memanfaatkan teknologi dalam proses pemesanan dan distribusi, GoBall berencana untuk mempermudah akses produk bagi konsumen.

2. Mengelola Operasional

Sebagai CEO GoBall, pengelolaan operasional sehari-hari sangat penting untuk memastikan bahwa setiap kegiatan berjalan lancar dan sesuai dengan rencana. Hal ini mencakup pengawasan terhadap produksi, distribusi, dan manajemen sumber daya yang ada. Pengelolaan yang efisien dalam operasional akan mendukung tercapainya tujuan dan arah bisnis GoBall yang telah ditentukan.

GoBall juga memiliki *timeline* mingguan dan bulanan yang sudah disusun untuk memastikan setiap tugas dan aktivitas yang dilakukan tetap terorganisir dengan baik dan dapat dievaluasi dengan tepat. Berikut adalah rincian dari operasional yang dilakukan setiap minggunya dan setiap bulannya:

Timeline Mingguan:

- **Rapat Mingguan:** Setiap minggu, tim GoBall melakukan rapat untuk membahas perkembangan operasional yang terjadi selama minggu tersebut. Dalam rapat ini, CEO dan tim akan melakukan evaluasi terhadap progres penjualan, diskusi tentang rencana untuk minggu depan.
- **Penjualan *Pre-order*:** Salah satu kegiatan utama setiap minggu adalah melakukan penjualan *pre-order*. *Pre-order* sangat penting dalam mengukur permintaan produk dan membantu tim untuk merencanakan produksi dengan lebih efisien.
- **Koordinasi Produksi dan Pengiriman:** Tim akan memastikan bahwa proses produksi makanan dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Setelah produksi selesai, pengiriman ke konsumen atau titik distribusi juga akan diatur agar berjalan tepat waktu.
- **Pembelian Bahan Segar:** GoBall melakukan pembelian bahan baku segar, seperti sayuran, daging, dan bahan pangan lain yang tidak dapat disimpan dalam jangka panjang, dilakukan setiap minggu. Proses ini memastikan bahwa bahan baku yang digunakan selalu segar dan siap untuk produksi dalam jumlah yang tepat sesuai dengan permintaan.



Gambar 3.3 Pembelian Bahan Bahan

Timeline Bulanan:

- **Evaluasi Bulanan:** Setiap bulan, GoBall melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap kinerja operasional, penjualan, dan pengeluaran. Ini termasuk meninjau hasil penjualan, feedback dari pelanggan, serta pencapaian target yang telah ditentukan. CEO bersama tim akan mengevaluasi apakah langkah-langkah yang telah diambil berhasil atau perlu disesuaikan.
- **Perencanaan Ide Baru:** Setiap bulan, tim GoBall juga berfokus pada inovasi produk. Diskusi tentang pengembangan menu baru sangat penting untuk menjaga agar produk tetap menarik bagi konsumen. Tim dan CEO akan mengidentifikasi tren makanan terbaru, preferensi konsumen, dan mencoba untuk memasukkan ide-ide baru dalam menu yang akan ditawarkan pada bulan bulan berikutnya.
- **Evaluasi Keuangan:** Tim keuangan akan meninjau kondisi keuangan GoBall setiap bulan, termasuk pengeluaran operasional, pemasukan dari penjualan, dan potensi keuntungan. Evaluasi ini akan membantu untuk merencanakan anggaran untuk bulan berikutnya serta mengidentifikasi area yang perlu perbaikan atau penyesuaian.

- **Pembelian Barang yang Dapat Disimpan:** Selain pembelian bahan baku segar yang dilakukan setiap minggu, GoBall juga memiliki kebutuhan untuk membeli bahan atau barang yang dapat disimpan dalam jangka waktu lebih lama. Pembelian barang-barang ini, seperti bumbu, kemasan, dan beras, dilakukan setiap bulan untuk memastikan stok yang cukup dan menghindari kekurangan bahan saat dibutuhkan. Pembelian bulanan ini juga membantu dalam merencanakan pengeluaran dan memastikan kelancaran produksi jangka panjang.

3. Pengembangan Produk

Sebagai CEO GoBall, salah satu tanggung jawab penting adalah terus mengembangkan dan memperbaharui produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengikuti tren pasar. Produk yang inovatif tidak hanya penting untuk mempertahankan ketertarikan pelanggan, tetapi juga untuk membedakan GoBall dari kompetitor di pasar yang semakin berkembang.

Saat ini, GoBall telah memiliki tiga menu utama yang telah diluncurkan, yaitu:

1. ***Chicken Teriyaki***: Nasi dengan isian ayam teriyaki yang lezat dan gurih, memberikan pilihan makanan sehat dengan rasa yang kaya.
2. ***Salmon Mentai***: Nasi yang disajikan dengan potongan salmon yang dibalut dengan saus mentai khas yang memberikan rasa pedas dan creamy.
3. ***Chicken Rendang***: Nasi dengan isian ayam yang dimasak dengan bumbu rendang yang kaya rempah, cocok bagi pecinta masakan tradisional Indonesia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.4 Menu GoBall (Teriyaki, Mentai, dan Rendang)

Namun, untuk terus berkembang dan memenuhi selera pelanggan, GoBall akan memperkenalkan dua menu baru yang inovatif, yaitu Nasi Uduk dan Nasi Kuning, dengan isian Ayam Balado.

Menu Baru :

1. **Nasi Uduk dengan Ayam Balado:** Nasi uduk yang gurih, disajikan dengan ayam balado pedas, memberikan kombinasi cita rasa yang kaya dan lezat.
2. **Nasi Kuning dengan Ayam Balado:** Nasi kuning yang harum dan berbungu, dipadukan dengan ayam balado yang pedas dan menggugah selera.

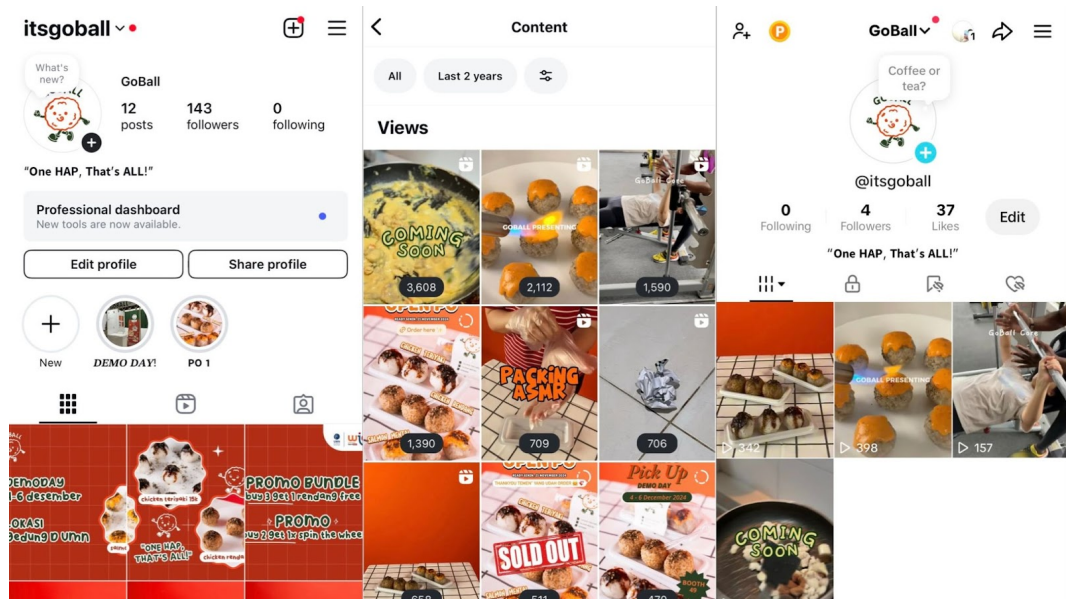
Alasan Pengembangan Menu Baru :

- **Beragam Pilihan Rasa:** Dengan menambahkan menu nasi uduk dan nasi kuning, GoBall memberikan variasi rasa yang lebih beragam kepada konsumen. Menu baru ini juga memberikan pilihan bagi pelanggan yang lebih menyukai rasa pedas dan masakan khas Indonesia.
- **Inovasi yang Sesuai dengan Selera Pasar:** Pengembangan menu baru ini didasarkan pada riset dan umpan balik dari pelanggan yang menginginkan variasi menu yang lebih beragam, terutama dengan sentuhan makanan tradisional yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Dilihat banyak orang Indonesia juga yang sering mengonsumsi nasi kuning dan nasi uduk di pagi hari, sehingga kita kemas menjadi lebih praktis.

4. Penyusunan Strategi *Marketing*

Sebagai CEO GoBall, salah satu tugas utama adalah bekerja sama dengan CMO (*Chief Marketing Officer*), untuk merumuskan dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan produk kepada pasar. Diskusi yang terjalin antara CEO dan CMO seringkali berfokus pada pemilihan teknik pemasaran yang tepat dan relevan untuk mencapai tujuan bisnis GoBall, baik melalui media sosial maupun melalui kegiatan promosi offline.

Saat ini, GoBall lebih banyak mengandalkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memasarkan produk. Di *platform* ini, tim GoBall aktif membuat konten yang menarik dan interaktif, termasuk gambar, video produk, serta *review* dari pelanggan yang telah mencoba produk. Konten ini bertujuan untuk memperkenalkan GoBall lebih dekat dengan konsumen, terutama mereka yang aktif di media sosial.



Gambar 3.5 Sosial Media dan Konten GoBall

Selain pemasaran digital, GoBall juga aktif melakukan pemasaran langsung melalui *booth*. Biasanya di *booth offline* kami mengadakan promosi yang lebih interaktif, seperti *spinwheel*, yang memberikan pelanggan kesempatan untuk memenangkan berbagai *merchandise* menarik dengan syarat mengikuti media sosial GoBall dan membeli dua *pax* produk. Promosi semacam ini tidak hanya menarik pelanggan untuk membeli lebih banyak produk, tetapi juga membantu memperluas jumlah pengikut media sosial kami, yang berkontribusi pada penguatan *brand awareness*.



Gambar 3.6 Booth Offline GoBall di Bazaar

Selain CEO dan CMO, tim lain di GoBall, seperti CFO, COO, dan CPO, juga turut berperan aktif dalam pemasaran. Setiap kali mereka memiliki ide konten atau strategi pemasaran yang bisa membantu memperkenalkan produk dengan lebih baik, mereka akan berbagi ide tersebut di grup *WhatsApp* tim. Ini memungkinkan seluruh anggota tim untuk memberikan masukan dan memperkaya konten yang telah disiapkan, sehingga pemasaran GoBall menjadi lebih komprehensif dan terkoordinasi dengan baik antar departemen.

5. Manajemen Keuangan

Sebagai CEO GoBall, salah satu tugas utama yang tidak kalah penting adalah memantau dan mengelola keuangan bisnis untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. CEO bekerja sama dengan CFO (*Chief Financial Officer*) untuk mengawasi aliran kas, penjualan, dan biaya operasional yang ada.

Setiap kali terjadi transaksi penjualan, CFO akan secara rutin memperbarui laporan keuangan untuk memastikan semua data tercatat dengan akurat. CEO akan melakukan pengecekan terhadap laporan tersebut secara berkala, untuk memastikan bahwa bisnis tetap berada dalam jalur yang benar dalam hal keuangan. Salah satu tanggung jawab CEO adalah memantau dan mengevaluasi HPP (Harga Pokok Penjualan) dari setiap menu baru yang akan diluncurkan. Sebelum produk baru, seperti nasi uduk dan nasi kuning dengan ayam balado, diperkenalkan ke pasar, CEO bersama dengan tim akan menghitung biaya yang diperlukan untuk memproduksi menu tersebut, mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja, hingga biaya operasional lainnya. Perhitungan HPP ini sangat penting untuk memastikan bahwa harga jual produk tetap kompetitif dan menguntungkan bagi bisnis.

Selain itu, CEO juga memiliki peran penting dalam menghitung keuntungan yang diharapkan dari berbagai aktivitas promosi, seperti diskon atau kegiatan pemasaran lainnya. Jika GoBall berencana untuk mengadakan diskon pada menu tertentu, CEO bersama CFO akan menghitung dampak finansial dari diskon tersebut, untuk memastikan bahwa perusahaan tetap menjaga margin keuntungan yang sehat. Hal serupa juga berlaku jika GoBall berencana untuk membuka booth di bazaar atau event lainnya. CEO akan mengevaluasi biaya yang dikeluarkan untuk menyewa booth, promosi, dan operasional selama event, serta menghitung potensi keuntungan yang bisa diperoleh dari penjualan di event tersebut.

Dengan melakukan pemantauan yang cermat terhadap keuangan, CEO dapat memastikan bahwa setiap langkah yang diambil oleh GoBall, baik itu dalam pengembangan produk, promosi, atau kegiatan lainnya, tetap berfokus pada pertumbuhan yang berkelanjutan dan tidak merugikan keuangan perusahaan.

6. Pengelolaan Tim

Sebagai CEO GoBall, penulis selalu mengutamakan kepentingan dan kesejahteraan tim, karena penulis percaya bahwa bisnis ini tidak akan berkembang tanpa kerja sama yang solid antar anggota tim. GoBall adalah sebuah tim yang saling mendukung dan memahami peran masing-masing. Sebagai pemimpin, penulis berusaha untuk menghargai setiap kontribusi yang diberikan oleh anggota tim, karena setiap orang di dalamnya memiliki tanggung jawab dan keahlian yang berbeda. Dengan memahami kekuatan dan peran masing-masing, GoBall bisa bekerja sama dengan lebih efektif.

Penulis ingin menciptakan lingkungan kerja yang fleksibel dan menyenangkan, di mana setiap anggota tim merasa nyaman untuk berkreasi dan berinovasi. Penulis percaya bahwa suasana yang tidak terlalu kaku dan monoton akan memicu kreativitas dan semangat bekerja. Namun, penulis juga menekankan bahwa ketika dibutuhkan, setiap anggota tim harus siap untuk bekerja dengan serius dan tegas, terutama saat menghadapi tantangan atau situasi yang membutuhkan perhatian khusus. Penulis yakin keseimbangan antara fleksibilitas dan ketegasan akan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

Selain itu, penulis juga selalu berusaha untuk memastikan bahwa komunikasi dalam tim berjalan dengan lancar. Ketika ada masalah atau ketidaksepakatan, penulis akan mengutamakan penyelesaian yang cepat dan terbuka. Hal ini penting agar tidak ada salah paham atau ketegangan yang tertunda yang bisa mempengaruhi kerja tim di masa depan. Dengan pendekatan ini, penulis berharap tim GoBall dapat terus berkembang dengan semangat yang tinggi dan saling mendukung satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama.

7. Penguatan Identitas Merek

Sebagai bagian dari upaya untuk membangun identitas merek GoBall yang kuat dan mudah dikenali, Goball memutuskan untuk membuat desain logo yang unik dan menarik perhatian. Logo GoBall dirancang dengan menggambarkan rice ball (bola nasi) yang lucu, dengan tambahan emoticon wajah yang berbeda-beda. Setiap maskot memiliki ekspresi yang menyiratkan berbagai emosi, seperti senang, terkejut, atau puas, untuk mencerminkan keseruan dan kelezatan yang ditawarkan oleh produk GoBall.



Gambar 3.7 Maskot GoBall

Logo ini bukan hanya sekadar simbol, tetapi juga menjadi maskot yang menyenangkan dan mengundang perhatian konsumen di berbagai platform media sosial. Goball menggunakan logo ini dalam berbagai bentuk konten visual di media sosial, seperti postingan di feed dan Instagram *story*. Emoticon yang berbeda-beda pada logo GoBall juga memberikan nuansa yang lebih fun, sehingga para konsumen bisa merasakan kedekatan dengan merek kami. Selain itu, dengan desain logo yang lucu dan menarik ini, kami berharap bisa menciptakan interaksi yang lebih baik dengan audiens, serta meningkatkan keterlibatan mereka dalam berbagai kampanye media sosial yang kami jalankan.

Desain logo yang menarik ini juga berfungsi untuk memperkuat citra merek GoBall yang tidak hanya serius dalam hal kualitas produk, tetapi juga berusaha menghadirkan kesenangan dan kreativitas dalam setiap aspek bisnis, terutama dalam hal branding dan pemasaran. Dengan pendekatan ini, kami yakin GoBall bisa menonjol di antara pesaing dan membangun koneksi yang lebih erat dengan pelanggan, yang tentu saja penting untuk keberhasilan jangka panjang bisnis kami.

8. Membangun Hubungan Eksternal

Sebagai CEO GoBall, salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis ini adalah menjalin hubungan yang baik dengan pemasok, terutama pemasok bumbu dan kemasan. Kami memastikan untuk bekerja sama dengan pemasok yang dapat menyediakan bahan baku berkualitas tinggi dan kemasan yang sesuai dengan standar GoBall. Kualitas bahan baku, seperti bumbu yang digunakan dalam pembuatan menu, sangat penting untuk memastikan cita rasa produk yang konsisten dan memuaskan pelanggan.

Kami biasanya melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif dari pemasok. Dengan cara ini, GoBall dapat menghemat biaya pengadaan, yang pada gilirannya meningkatkan margin keuntungan. Pembelian dalam jumlah banyak juga memungkinkan kami untuk menjaga stok yang cukup untuk memenuhi permintaan pasar, terutama selama periode promosi atau acara khusus. Keuntungan harga yang lebih murah ini memberi kami fleksibilitas untuk mengelola keuangan bisnis dengan lebih efisien dan mengalokasikan dana untuk kegiatan lain.

Selain itu, hubungan yang baik dengan pemasok sangat penting untuk menjaga kelancaran operasional. Kami memastikan komunikasi yang terbuka dan transparan dengan mereka, baik dalam hal kualitas produk, harga, maupun waktu pengiriman. Kami percaya bahwa pemasok yang dapat dipercaya dan memahami kebutuhan kami akan mendukung keberhasilan GoBall dalam jangka panjang.

9. Pengambilan Keputusan Utama

Sebagai CEO GoBall, penulis selalu mengutamakan kepentingan dan kesejahteraan tim, karena penulis percaya bahwa bisnis ini tidak akan berkembang tanpa kerja sama yang solid antar anggota tim. GoBall adalah sebuah tim yang saling mendukung dan memahami peran masing-masing. Sebagai pemimpin, penulis berusaha untuk menghargai setiap kontribusi yang diberikan oleh anggota tim, karena setiap orang di dalamnya memiliki tanggung jawab dan keahlian yang berbeda. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *team-based leadership*, yang menekankan pentingnya pengakuan atas peran individu untuk membangun kolaborasi yang efektif (Northouse, 2018). Dengan memahami kekuatan dan peran masing-masing, GoBall bisa bekerja sama dengan lebih efektif.

Penulis ingin menciptakan lingkungan kerja yang fleksibel dan menyenangkan, di mana setiap anggota tim merasa nyaman untuk berkreasi dan berinovasi. Penulis percaya bahwa suasana yang tidak terlalu kaku dan monoton akan memicu kreativitas dan semangat bekerja. Hal ini selaras dengan teori **organizational climate** yang menyatakan bahwa suasana kerja yang positif dapat meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan (Zohar & Hofmann, 2012). Namun, penulis juga menekankan bahwa ketika dibutuhkan, setiap anggota tim harus siap untuk bekerja dengan serius dan tegas, terutama saat menghadapi tantangan atau situasi yang membutuhkan perhatian khusus. Penulis yakin keseimbangan antara fleksibilitas dan ketegasan akan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

Selain itu, penulis juga selalu berusaha untuk memastikan bahwa komunikasi dalam tim berjalan dengan lancar. Ketika ada masalah atau ketidaksepakatan, penulis akan mengutamakan penyelesaian yang cepat dan terbuka. Hal ini penting agar tidak ada salah paham atau ketegangan yang tertunda yang bisa mempengaruhi kerja tim di masa depan. Dengan pendekatan ini, penulis berharap tim GoBall dapat terus berkembang dengan semangat yang tinggi dan saling mendukung satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama.

10. Analisis Hasil Penjualan Produk GoBall

Sebelum masa magang dan program inkubasi, GoBall telah melakukan rangkaian kegiatan *Demo Day* sebanyak tiga kali sebagai sarana promosi sekaligus penjualan langsung produk kepada konsumen. Pada *Demo Day* pertama, penjualan tercatat sebanyak 38 pax dengan total pendapatan sebesar Rp 640.000. Penjualan meningkat signifikan pada *Demo Day* kedua, di mana sebanyak 86 pax produk berhasil terjual, menghasilkan pendapatan sebesar Rp 1.565.000. Namun, pada *Demo Day* ketiga, penjualan kembali menurun menjadi 39 pax dengan pendapatan sebesar Rp 630.000. Fluktuasi penjualan ini menjadi bahan evaluasi penting untuk memahami pola perilaku konsumen serta efektivitas strategi promosi pada setiap hari pelaksanaan.

Selain penjualan saat *Demo Day*, GoBall juga menjalankan sistem pre-order (PO) yang dilakukan sebanyak tiga kali untuk mengakomodasi konsumen yang tidak dapat mengikuti kegiatan langsung. Pada PO pertama, penjualan mencapai 30 pax dengan pendapatan sebesar Rp 510.000. PO kedua mengalami penurunan dengan penjualan sebanyak 14 pax dan total pendapatan sebesar Rp 210.000. Namun, PO ketiga kembali menunjukkan peningkatan dengan penjualan 48 pax dan pendapatan Rp 720.000. Perbedaan angka penjualan pada PO ini memberikan gambaran mengenai tingkat minat pasar dan pentingnya menjaga komunikasi yang konsisten dengan pelanggan selama proses PO.

Analisis data penjualan dari *Demo Day* dan pre-order ini menunjukkan bahwa penjualan langsung melalui event offline masih menjadi kontributor utama pendapatan GoBall. *Demo Day* kedua yang paling tinggi penjualannya, menandakan keberhasilan dari pendekatan promosi dan pengenalan produk pada saat itu. Sementara itu, penurunan pada hari ketiga dan PO kedua mengindikasikan perlunya evaluasi strategi pemasaran dan pendekatan yang lebih personal agar penjualan tetap stabil. Hal ini menjadi bahan pertimbangan penting dalam merumuskan strategi pemasaran ke depan.

Setelah menyelesaikan rangkaian pre-order ketiga, GoBall melanjutkan dengan membuka booth di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan. Pada kegiatan booth ini, berhasil terjual sebanyak 86 pax dengan total pendapatan sebesar Rp 1.390.000 . Kegiatan ini menjadi langkah strategis untuk mempertahankan momentum penjualan serta memperkuat branding GoBall di lingkungan kampus.

11. Evaluasi dan Pemantauan Kinerja

Sebagai CEO GoBall, evaluasi kinerja merupakan elemen penting untuk memastikan bahwa setiap langkah bisnis kami berdampak pada pertumbuhan yang positif dan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan secara rutin, terutama setelah setiap penjualan melalui sistem pre-order maupun kegiatan bazaar. Kami menilai performa dari berbagai aspek, seperti produk yang paling diminati, umpan balik pelanggan, serta potensi perbaikan dari sisi operasional atau pengalaman pelanggan.

Evaluasi pasca-penjualan ini sejalan dengan pendekatan *data-driven decision making*, yang menjadi praktik umum dalam manajemen startup modern. Dengan mengandalkan data dari hasil penjualan dan feedback pengguna, kami dapat memahami tren pasar secara lebih objektif dan membuat keputusan yang lebih tepat sasaran (Provost & Fawcett, 2016).

Di luar evaluasi berbasis event, GoBall juga melakukan evaluasi bulanan yang mencakup performa secara menyeluruh: mulai dari strategi pemasaran, efisiensi operasional, kesehatan finansial, hingga perkembangan produk. Evaluasi ini membantu tim manajemen dalam melihat pola pertumbuhan, mengidentifikasi hambatan, serta mengkalibrasi strategi agar tetap relevan dengan kondisi pasar.

Proses evaluasi ini juga mengacu pada prinsip *performance management*, yaitu pendekatan sistematis untuk memantau, mengukur, dan meningkatkan kinerja bisnis (Aguinis, 2019). Melalui evaluasi berkala, kami tidak hanya menilai capaian jangka pendek, tetapi juga mempersiapkan strategi jangka panjang yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar.

12. Penyusunan Rencana Pengembangan

Ke depannya, GoBall akan memprioritaskan strategi pemasaran sebagai langkah utama dalam memperkuat posisi bisnis di pasar sekaligus menarik minat investor. Hal ini menjadi penting karena pemasaran yang efektif tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga membangun citra merek yang kredibel di mata pemangku kepentingan, termasuk calon investor.

Fokus utama dalam pengembangan ini adalah memperkuat strategi *brand awareness* dan digital marketing. GoBall berencana untuk meningkatkan aktivitas promosi di media sosial, menjalin kolaborasi dengan *micro-influencer*, serta menjalankan kampanye pemasaran yang konsisten dan terukur. Strategi ini sejalan dengan pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang menekankan pentingnya menyampaikan pesan merek secara terpadu di berbagai kanal (Kotler & Keller, 2016).

Selain pemasaran digital, GoBall juga akan melanjutkan strategi distribusi offline dengan membuka booth di berbagai event dan menitipkan produk di restoran atau kafe sebagai snack. Pendekatan ini memadukan strategi penjualan langsung dengan kemitraan saluran distribusi (*channel partnerships*), yang dapat meningkatkan aksesibilitas produk dan memperluas basis pelanggan. Strategi ini juga mendukung *market penetration*—yaitu memperluas jangkauan pasar dari produk yang sudah ada—sebagaimana dijelaskan dalam kerangka Ansoff Matrix.

Langkah-langkah ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi juga untuk menunjukkan traksi dan daya tarik pasar sebagai bagian dari upaya membangun *investor confidence*. Pemasaran yang kuat menjadi indikator bahwa bisnis mampu memahami kebutuhan pasar dan memiliki potensi untuk tumbuh secara berkelanjutan.



3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan bisnis GoBall, sebagai CEO merasa menghadapi beberapa kendala yang berpotensi menghambat kelancaran operasional dan pertumbuhan bisnis. Berikut adalah beberapa kendala utama yang kami temui:

1. **Fluktuasi Permintaan yang Tidak Terduga**

Salah satu tantangan utama yang GoBall hadapi adalah fluktuasi permintaan yang seringkali tidak dapat diprediksi, terutama ketika kami menjalankan pre-order atau membuka booth di acara bazaar. Permintaan yang tidak stabil ini membuat kami sulit untuk mengelola stok bahan baku dan memprediksi volume penjualan dengan tepat, sehingga terkadang kami kelebihan stok atau kekurangan *stock* untuk memenuhi pesanan.

2. **Manajemen Waktu yang Padat**

Sebagai tim yang masih berkembang, manajemen waktu sering menjadi kendala, terutama dengan banyaknya tugas yang harus dilakukan dalam waktu singkat. Hal ini menjadi lebih rumit ketika banyak kegiatan yang saling bertumpuk, seperti rapat mingguan, evaluasi bulanan, serta persiapan penjualan atau acara bazaar. Kekurangan waktu dan koordinasi antar tim seringkali menghambat kelancaran operasional.

3. **Keterbatasan Sumber Daya**

Karena GoBall masih merupakan bisnis yang baru merintis, keterbatasan sumber daya baik dari segi tenaga kerja, dana, maupun peralatan merupakan kendala yang cukup signifikan. Terkadang, keterbatasan ini mempengaruhi kapasitas produksi dan kualitas pelayanan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala yang ada, kami telah menerapkan beberapa solusi yang diharapkan dapat membantu GoBall untuk terus berkembang dan beroperasi dengan lebih efektif:

1. Memperbaiki Sistem Perencanaan dan Prediksi Permintaan

Untuk mengatasi fluktuasi permintaan, kami mulai mengembangkan sistem perencanaan yang lebih baik dengan memperhatikan data penjualan sebelumnya dan tren pasar. Kami juga mencoba berkomunikasi lebih intensif dengan *customer* dan mengikuti *feedback* mereka untuk memprediksi permintaan yang lebih akurat. Selain itu, kami berencana untuk meningkatkan fleksibilitas dalam pengelolaan stok bahan baku, dengan menyusun jadwal pembelian yang lebih efisien agar dapat mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan stok.

2. Peningkatan Manajemen Waktu dan Pembagian Tugas

Untuk mengatasi kendala manajemen waktu, kami mulai mengatur prioritas tugas dengan lebih baik, memastikan bahwa setiap tim memiliki jadwal yang jelas dan terorganisir. Kami juga mulai menggunakan alat manajemen proyek dan komunikasi yang lebih efisien, seperti aplikasi manajemen tugas atau platform komunikasi yang lebih terstruktur, untuk memastikan bahwa setiap tugas diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Selain itu, pembagian tugas yang lebih baik juga dilakukan untuk menghindari overload pada satu individu.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3. Mencari Kemitraan dan Peningkatan Sumber Daya

Kami juga berusaha untuk mengalokasikan anggaran secara lebih efisien, dengan memprioritaskan investasi yang dapat membantu meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Untuk kedepannya kami juga memikirkan untuk merekrut tenaga kerja tambahan atau freelancer yang dapat membantu mempercepat proses operasional, terutama selama periode puncak.

