

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

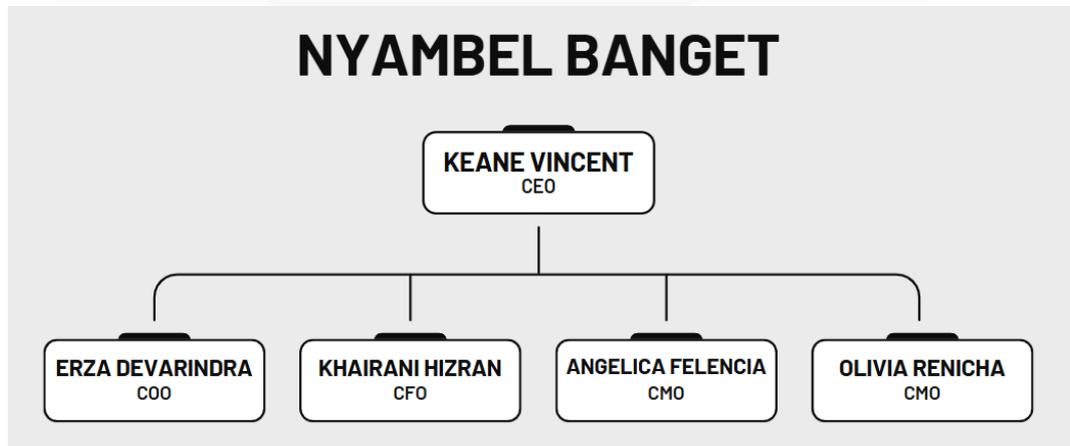
Program kerja magang di Skystar Ventures dengan departemen Nyambel Banget dengan kedudukan sebagai *Chief Executive Officer* yang berada dibawah pengawasan supervisor Michelle Greysianti. Kedudukan sebagai *Chief Executive Officer* bertujuan dan bertugas dalam membantu mengembangkan dan memajukan usaha Nyambel Banget khususnya dalam hal penyusunan strategi untuk penjualan dan strategi marketing. Selama program kerja magang ini juga dipandu dan dilatih oleh mentor lapangan yaitu Pak Dedy Syandera.

Dalam melaksanakan aktivitas program kerja magang untuk Nyambel Banget sehari-harinya dilakukan dengan berkoordinasi dengan tim Nyambel Banget, supervisor dan mentor. Koordinasi dengan tim Nyambel banget juga dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Whatsapp* pada gambar 3.1 yang terdapat group Nyambel Banget untuk berdiskusi mengenai strategi penjualan dan apa yang harus dilakukan kedepannya. Sebagai urutan koordinasi selaku CEO berdiskusi dengan Chief Operation Officer membicarakan mengenai kapasitas produksi, perencanaan RnD varian sambal baru, jadwal produksi sambal. lalu dengan Chief Financial Officer membicarakan mengenai pendapatan, keuntungan, total uang yang dapat diputar kembali untuk pembelian bahan baku, modal iklan marketing. Serta Chief Marketing Officer membicarakan strategi marketing dan pemasaran yang menuju penjualan, dimana kami membicarakan strategi e-commerce, rencana live selling kedepannya, dan cara penjualan serta membangun brand Nyambel Banget.



Gambar 3. 1 Whatsapp sebagai media koordinasi dan komunikasi

Sebagai ilustrasi dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai koordinasi dalam tim Nyambel Banget seperti :



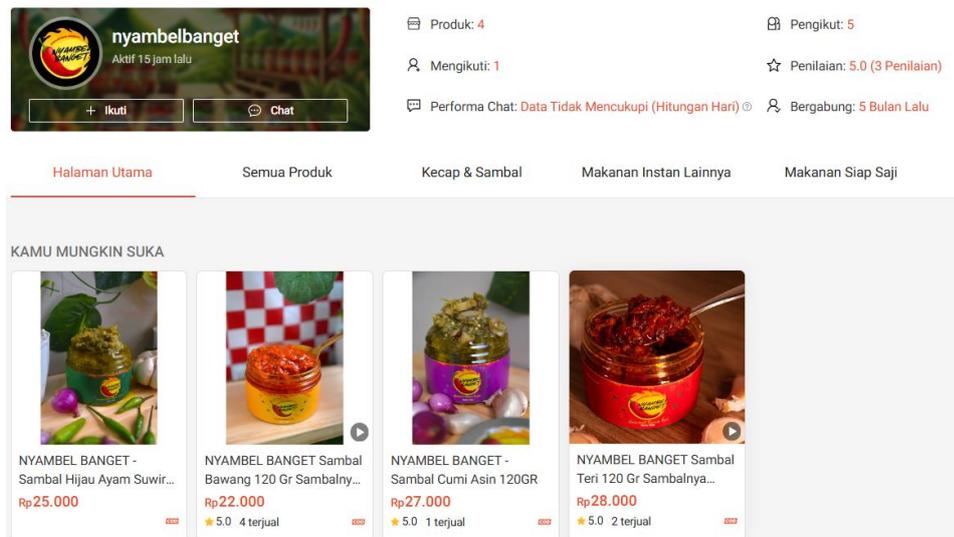
Gambar 3. 2 Struktur koordinasi usaha Nyambel Banget

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam posisi sebagai *Chief Executive Officer* untuk Nyambel Banget, terdapat beberapa tugas yang akan dijalankan dan dikerjakan dalam jangka waktu program kerja magang, yang secara garis besar sebagai berikut :

1. Fokus pada penyusunan strategi penjualan dan marketing untuk peningkatan penjualan Nyambel Banget.
2. Mengusulkan harga jual sesuai dengan perhitungan HPP dan margin keuntungan.
3. Membuat e-commerce dan mengoptimalkan online shop untuk penjualan Nyambel Banget.
4. Menerapkan arahan mentor mengenai strategi penjualan menggunakan e-commerce.
5. Berkolaborasi dengan tim marketing untuk memastikan kelancaran strategi marketing untuk keberhasilan penjualan.
6. Menyusun strategi penjualan dan pengembangan bisnis untuk tahap selanjutnya.
7. Menyusun strategi keuangan dari hasil penjualan untuk digunakan kembali sebagai modal bahan baku dan modal marketing.
8. Melakukan riset pasar dan kompetitor dan memperhatikan perilaku konsumen serta tren pasar, sehingga dapat mendukung dalam pengambilan keputusan strategis
9. Membuat dan mengelola timeline produksi agar proses produksi dan penjualan dapat berjalan sesuai waktu dan efisien.

Uraian kerja magang dapat diceritakan sebagai alur proses kerja magang, dimana sebagai *CEO* memiliki peran penting dalam keberlangsungan proses bisnis Nyambel Banget. Selama program kerja magang kali ini, berfokus pada penyusunan strategi penjualan dan pengembangan bisnis melalui marketing. bermula pada penentuan harga yang disepakati bersama sesuai dengan penghitungan HPP dan margin keuntungan per produk.



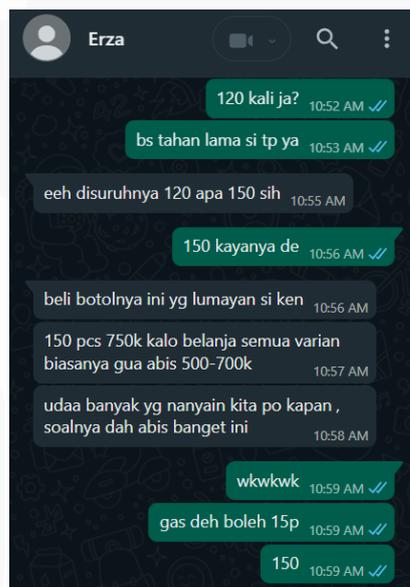
Gambar 3. 3 Platform shopee yang sudah di optimalisasikan

Membuat dan mengoptimalkan iklan, foto produk, promo pada e-commerce, serta memasukan produk jual ke dalam e-commerce sehingga optimal dan dapat dibeli oleh calon pelanggan. memasukan traffic dari luar platform seperti mengarahkan pembeli untuk melakukan pembelian melalui e-commerce sehingga traffic penjualan dapat berjalan dan mendorong sistem e-commerce untuk mengoptimalkan traffic iklan. berkolaborasi dengan tim marketing untuk berdiskusi mengenai strategi penjualan dimana kami mendapatkan output untuk berfokus pada peningkatan penjualan online melalui tiktokshop dan shopee, percobaan diberlakukannya live penjualan.



Gambar 3. 4 Foto produk dan upaya penjualan bundling

Kami juga melakukan outsourcing untuk tahap foto produk guna menghasilkan foto produk yang maksimal sehingga dapat kita manfaatkan untuk konten visual dan memperbaharui visual toko online. Selain itu juga upaya penjualan dengan strategi bundling dengan strategi penghitungan biaya yang sudah dipertimbangkan.



Gambar 3. 5 Berdiskusi dengan COO untuk produksi batch selanjutnya

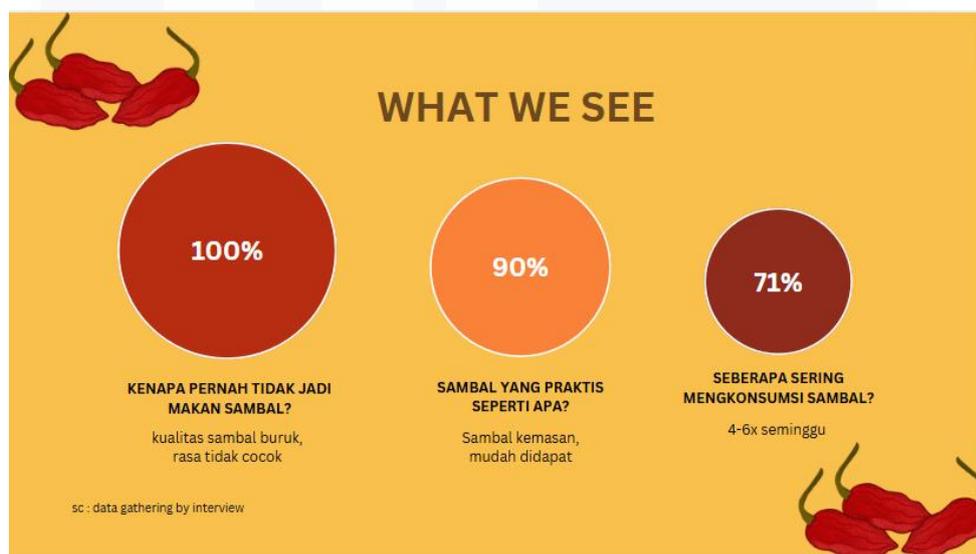
Sesuai dengan gambar 3. 5 melakukan diskusi dengan *Chief Operational Officer* melalui *Whatsapp* untuk pengambilan keputusan dalam hal kuantitas produksi dalam 1 batch produksi pasca lebaran. Sebagai *CEO* Nyambel Banget, secara aktif terlibat dalam proses pengambilan keputusan khususnya dalam hal operasional dan produksi. Kegiatan diskusi bersama *COO* melalui berbagai cara komunikasi untuk membahas dan menentukan kuantitas produksi dalam setiap

batch. Salah Satu diskusi kami pada saat hari penting seperti natal dan imlek dimana saya berdiskusi dengan *COO* dan memutuskan untuk produksi sekitar 50 botol untuk keperluan natal dan imlek. Berdasarkan perhitungan dan strategi yang tepat saya memutuskan kuantitas produksi yang sesuai. Ada pula strategi-strategi yang dilakukan dalam proses operasional dimana strategi ini bertujuan untuk meminimalisir resiko overstock dan mengoptimalkan efisiensi biaya dan profit margin. Strategi operasional sebagai *CEO* Nyambel Banget meliputi : (1) mengambil keputusan berdasarkan penggunaan data historis dan tren pasar dalam menentukan kuantitas produksi. (2) Kontrol kualitas yang berfokus pada konsistensi rasa dan kualitas produk dan melakukan *Quality Control* pada setiap hasil produksi. (3) Mengatur dan manajemen stock secara baik dimana menganut sistem *First In First Out* untuk meminimalisir resiko produk kadaluarsa dan rusak. Dengan pendekatan strategi di bagian produksi ini dapat memastikan bahwa setiap keputusan produksi dapat membawa hasil yang maksimal dari segi kualitas maupun keuntungan yang berdampak positif terhadap pengembangan bisnis.

Masih seputar operasional dan marketing ada pula resiko bisnis khususnya bidang kuliner yaitu produk rusak atau kadaluarsa. Untuk mengatasi ini selaku *CEO* perlu menyusun strategi yang tepat. Dimana memberlakukan promo bundling untuk mempercepat perputaran stok dan promosi *Buy 1 Get 1* untuk meminimalisir hasil produksi yang mendekati kadaluarsa. Tentunya promosi ini sudah diberlakukan perhitungan yang ketat dimana promo hanya diberlakukan jika penjualan sudah mencapai titik balik atau *Break Even Poin*. Secara detail perhitungan *BEP* bisa dicapai jika dalam sekali batch produksi produk sudah laku sebanyak kurang lebih 50% dari total produksi.

Tidak hanya mempunyai strategi dalam bagian operasional dan marketing, dalam bagian keuangan pun tetap memiliki strategi sendiri. Sebagai *CEO* ada pula beberapa strategi keuangan yang berfokus pada pengembangan kemajuan bisnis Nyambel Banget meliputi : (1) menetapkan bahwa seluruh keuntungan yang diperoleh selama ini akan diputar kedalam bisnis. Strategi ini bertujuan untuk

memperkuat fondasi usaha dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan. (2) Strategi alokasi keuntungan akan dibagi menjadi beberapa bagian yaitu sebagai modal pembelian bahan baku untuk kelancaran produksi, sebagai modal pengembangan sosial media dan e-commerce sebagai ads penjualan online, dan sebagian dana dialokasikan untuk memulai percobaan *Research and Development* varian rasa sambal baru. Dengan pendekatan strategi bagian keuangan menjadikan Nyambel Banget memiliki bahan bakar untuk melakukan pengembangan bisnis.



Gambar 3. 6 Data Hasil Interview Mengenai Konsumsi Sambal

Usaha sambal siap saji di Indonesia memiliki potensi yang besar dimana berdasarkan data interview yang kami lakukan menunjukkan kesenangan dan antusiasme masyarakat terhadap sambal Indonesia sudah sangat melekat. Ini tentu menjadi peluang besar bagi Nyambel Banget untuk prospek bisnis kedepannya. Tentunya ada beberapa tantangan dalam industri sambal siap saji di Indonesia, melihat banyaknya kompetitor yang jauh lebih dulu dan lebih unggul. Tetapi selaku *CEO* tetap bermain dalam jangka panjang dimana dengan strategi dan pematangan setiap rencana Nyambel Banget dapat memiliki prospek yang baik dalam 5 tahun mendatang. Menyusun berbagai rencana dan strategi merupakan upaya mengembangkan bisnis Nyambel Banget untuk 5 tahun kedepan dengan cara: (1) Memperkuat fondasi produk dan keuangan Nyambel Banget. Dimana ini menjadi

pilar utama bisnis, mengenai konsistensi dan cashflow yang tepat dapat menjadikan bahan bakar efektif untuk bisnis Nyambel Banget menangani kapasitas permintaan yang besar di kemudian hari. (2) Memperkuat jaringan koneksi dengan customer. Kita perlu menyusun strategi untuk membuat customer loyal dengan merk kita. menawarkan berbagai promo menarik dan layanan terbaik dapat meningkatkan retensi customer loyal. (3) Menggencarkan upaya marketing. Saya pribadi memiliki rencana strategi marketing dimana kita melakukan story telling dalam setiap konten media promosi, hal ini dapat meningkatkan antusiasme audiens untuk mencoba dan penasaran terhadap merk kita. (4) Untuk tahun ke-2 dan ke-3 kami mulai berfokus pada pengembangan *RnD* varian rasa sambal guna menarik konsumen dan pasar baru. (5) Hingga pada akhirnya kita melakukan evaluasi ulang dan perencanaan penggantian kemasan yang lebih menarik tanpa menghilangkan unsur praktis, higienis, dan tahan lama. Kemasan atau *packaging* menjadi tolak ukur yang besar dalam keputusan konsumen melihat bahwa merk tersebut menarik atau tidak. Sehingga dengan perbedaan di bagian kemasan yang menarik dapat menjadi nilai tambah Nyambel Banget agar tetap lebih unggul di pasar industri sambal yang padat.

Selama program kerja magang ini kami juga selalu berkoordinasi dengan pihak Skystar Ventures meliputi Kak Michelle Greysianti selaku supervisor dan Pak Dedy Syandera selaku mentor lapangan. Hubungan komunikasi dijalankan dengan baik dimana ada banyak sekali diskusi untuk membangun dan memajukan usaha Nyambel Banget khususnya Pak Dedy yang memang praktisi dalam industri makanan siap saji. Beliau memberikan banyak masukan seperti membawa traffic dari luar kedalam shopee untuk menghidupkan penjualan online selain itu banyak membicarakan mengenai kemasan yang baik untuk produk *Ready to Eat* dan masih banyak lagi praktik yang dilakukan secara langsung. Selain itu kami juga melakukan pelatihan workshop yang dilakukan setiap minggu bersama Skystar Ventures dimana kami melakukan evaluasi dan pelatihan juga mengenai langkah-langkah yang perlu kita ambil untuk mengembangkan dan memulai usaha Contohnya seperti membuat produk dimulai dari *Prototyping*.

Berkat program kerja magang ini juga membawa kami kedalam beberapa capaian salah satunya keberhasilan penjualan, meskipun jauh dari target yang ditentukan yaitu omset 5 Juta Rupiah dalam periode kerja magang. Tim berhasil mencapai sampai 3.3 Juta Rupiah, meskipun tidak mencapai target tetapi banyak hal yang dapat diperelajari selama program kerja magang. Tidak hanya dalam segi nominal tetapi dalam segi karakter dan mentalitas untuk mengembangkan usaha yang dibentuk sedemikian rupa. Selama program kerja magang juga kami menyelesaikan banyak tugas seperti tugas workshop dan pengembangan usaha Nyambel Banget.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani kegiatan kerja magang dengan menjalankan usaha Nyambel Banget, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses operasional dan pengembangan bisnis, khususnya dalam aspek pemasaran penjualan produk secara online, selain itu ada kendala dalam hal manajemen stok produk. dapat di rincikan kendala yang ditemukan yaitu :

1. Kurangnya daya tarik visual toko online merupakan salah satu kendala utama yang dihadapi karena kurangnya daya tarik visual dari tampilan toko online akan menurunkan performa toko online. Kendalanya dekorasi toko online Nyambel Banget belum mampu mencerminkan identitas brand secara maksimal, selain itu foto-foto produk yang digunakan masih belum konsisten secara tema dan estetika. hal ini menyebabkan pandangan kurang profesional atau menggugah selera kepada calon pembeli, sehingga penjualan mengalami stuck dan memerlukan proses yang lama untuk peningkatan penjualan.
2. Stok produk yang mendekati masa kadaluarsa. Akibat penjualan yang kurang optimal dan berjalan lambat, beberapa produk mengalami resiko mendekati masa kadaluarsa. hal ini menjadi kendala dalam pengelolaan stok. jika hal ini tidak ditangani secara serius maka resiko deadstock akan semakin besar.
3. Tertundanya rencana pengembangan usaha. mulai dari terhambatnya penjualan secara langsung berdampak pada tertundanya beberapa rencana pengembangan usaha. keterbatasan pendapatan dan cashflow yang aktif mengakibatkan alokasi dana untuk pengembangan usaha seperti RnD varian sambal baru, strategi pemasaran yang lebih luas, dll tidak dapat dilakukan dalam waktu yang direncanakan.

Kendala tersebut menjadi evaluasi penting untuk ditindaklanjuti melalui strategi perbaikan, baik dalam hal pemasaran digital, manajemen stok, hingga perencanaan pengembangan usaha. selaku *CEO* penting untuk menyadari hal ini

sebagai dasar pengambilan keputusan dan perencanaan usaha kedepannya dalam jangka waktu panjang.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Sebagai solusi atas beberapa kendala yang ditemukan selama proses pelaksanaan kerja magang, telah ditemukan beberapa solusi strategis yang difokuskan pada peningkatan efektivitas pemasaran, manajemen stok, dan perencanaan perluasan jangkauan pasar. Adapun solusi-solusi yang diterapkan yaitu :

1. Melakukan penyusunan strategi penjualan dan marketing yang lebih ditekankan. khususnya pada penjualan online, dilakukan perbaikan tampilan toko dan penggunaan foto produk yang lebih profesional serta memiliki tema yang konsisten. selain itu dilakukan evaluasi dan optimalisasi terhadap iklan di e-commerce yang sedang berjalan. sehingga dengan ini dapat menarik perhatian calon konsumen dari perbaikan visual toko yang telah ditingkatkan.
2. Penerapan promosi untuk mengatasi *deadstock*. kami mengupayakan untuk meminimalisir resiko produk mati yang mendekati kadaluarsa. selaku pengambilan keputusan menerapkan program promosi yang menarik seperti *Buy 1 Get 1 Free*. Yang sempat kami lakukan setelah melakukan *mass production* dengan kuantitas 150pcs. Pada saat itu tersisa stok sekitar 20pcs yang mendekati masa kadaluarsa sehingga pengambilan keputusan untuk membuat promosi harus diambil. Promosi ini dirancang berdasarkan penghitungan biaya produksi yang sudah mencapai *BEP* dan sudah menghasilkan keuntungan. Sehingga tetap mendapatkan keuntungan dan mengurangi resiko kerugian dari *deadstock*.
3. Perluasan pemasaran melalui platform digital dan kegiatan offline. selaku kepala yang berfokus pada kemajuan dan pengembangan usaha, perlu meningkatkan berbagai upaya untuk merealisasikan rencana pengembangan usaha. Upaya utama dengan mengencarkan penjualan di platform *Shopee*

dan *Tiktok*. salah satu strategi yang direncanakan melalui live selling di *Tiktok*, sejalan dengan tren pasar dan perilaku konsumen saat ini yang cenderung melakukan pembelian melalui *live streaming*. selain itu dalam membangun brand awareness dan konversi ke penjualan, kami melakukan partisipasi dalam menjadi liputan media lokal Tangerang TV.

Dengan solusi-solusi yang diimplementasikan, diharapkan dapat mengatasi kendala-kendala yang terjadi selama program kerja magang. Diharapkan juga dapat mendorong pertumbuhan usaha Nyambel Banget secara berkelanjutan khususnya dapat merealisasikan rencana pengembangan usaha Nyambel Banget seperti RnD varian sambal baru, perluasan pasar, hingga peningkatan penjualan. Dengan adanya solusi atas kendala yang terjadi semua bertujuan pada pengembangan usaha Nyambel Banget dan keberhasilan penjualan.