

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang, penulis yang merupakan mahasiswa jurusan Manajemen dengan peminatan *Entrepreneurship* mendirikan sebuah usaha bernama Granofit. Usaha ini beroperasi di bawah naungan Skystar Ventures, yang menjadi wadah pembinaan dan pengembangan bagi penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan. Dalam pelaksanaan program kerja magang, penulis menempati posisi sebagai Chief Executive Officer (CEO) pada bisnis yang bernama Granofit. Bisnis ini didirikan oleh penulis bersama kelompok yang terdiri dari lima anggota. Sebagai CEO, penulis memiliki tanggung jawab utama untuk memimpin perusahaan secara keseluruhan, mengawasi kinerja setiap anggota tim, serta memastikan bahwa seluruh divisi bekerja sesuai dengan tugas dan perannya. Tanggung jawab tersebut mencakup pengembangan inovasi produk, pengelolaan penjualan, pemasaran, keuangan, dan operasional guna memastikan pencapaian tujuan bisnis secara efektif. Selama menjalani program magang di inkubator Skystar Ventures, penulis bersama tim mendapatkan tugas dan arahan langsung dari Bapak Hoky Nanda, yang bertindak sebagai *Supervisor* kelompok. *Supervisor* bertanggung jawab memastikan setiap tugas yang diberikan dapat diselesaikan dengan baik, sekaligus mendampingi dan memberikan bimbingan selama proses pengembangan bisnis Granofit. Selain itu, penulis juga aktif berkoordinasi dengan anggota tim sepanjang program magang berlangsung. Sebagai CEO dalam bisnis Granofit, penulis bertanggung jawab untuk memimpin koordinasi dengan divisi-divisi strategis, yaitu CPO, CMO, CFO, dan COO, guna memastikan pengambilan keputusan berjalan dengan tepat dan menghindari potensi kesalahan.



Gambar 3.1 Struktur kedudukan kerja magang

Koordinasi dalam program magang yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures dilakukan dengan bimbingan dari Bapak Hoky Nanda dan Ibu Michelle Greysianti, yang bertugas sebagai *Supervisor* selama program berlangsung. Dalam pelaksanaan program magang secara offline, penulis bersama tim Granofit secara rutin mengikuti sesi bimbingan untuk membahas progres pengembangan bisnis dan melaporkan perkembangan usaha yang telah dilakukan kepada *Supervisor*. Selain itu, penulis juga menerima berbagai tugas yang diberikan oleh Supervisor, baik untuk dikerjakan secara individu maupun kelompok, guna mendukung kelancaran dan keberhasilan program magang.

Berikut merupakan rincian kegiatan bimbingan yang dilakukan oleh penulis bersama tim dengan mentor dari Skystar Ventures:

1. Penulis bersama tim Granofit menjadwalkan sesi bimbingan dengan Bapak Hoky Nanda, yang bertugas sebagai Supervisor untuk kelompok Granofit. Komunikasi dilakukan melalui WhatsApp untuk memastikan kesesuaian jadwal antara *Supervisor* dan tim Granofit untuk melakukan bimbingan. Pada sesi bimbingan awal, penulis bersama tim Granofit memaparkan konsep bisnis yang sedang dijalankan sebagai langkah awal untuk mendapatkan arahan dan masukan dari *Supervisor*.
2. Setelah penulis bersama tim bisnis mengikuti sesi bimbingan dengan Supervisor, tim diberikan tugas-tugas yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan kemajuan operasional bisnis. Sebagai CEO pada bisnis Granofit, penulis menerima arahan dari *Supervisor* untuk secara aktif mengawasi kinerja setiap divisi untuk memastikan tidak terjadi kesalahan dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab menjaga koordinasi antar divisi dalam setiap pengambilan keputusan strategis guna mendukung kelancaran jalannya bisnis.
3. Pada sesi bimbingan berikutnya bersama *Supervisor*, tim Granofit melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja yang telah dicapai. Dalam proses bimbingan tersebut, tim Granofit memberikan laporan mengenai aktivitas setiap divisi yang telah dilakukan, serta menyampaikan perkembangan terbaru dalam pengelolaan bisnis. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa bisnis berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai target yang telah ditetapkan.
4. *Supervisor* memberikan dukungan kepada tim melalui penyelenggaraan kelas workshop secara offline, yang berfokus pada pembahasan terkait perkembangan bisnis. Selain itu, Supervisor juga memberikan tugas asinkron melalui *Google Classroom*, baik untuk individu maupun kelompok, yang harus diselesaikan dan dikumpulkan sesuai dengan batas waktu yang telah ditetapkan oleh Skystar Ventures.

5. Selanjutnya, Skystar Ventures menunjuk Mas Octa Ramayana sebagai mentor tambahan bagi kelompok. Beliau bertanggung jawab sebagai Dedicated Mentor, yang berperan memberikan bimbingan khusus untuk mendukung perkembangan bisnis tim secara lebih terarah dan optimal.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama mengikuti program magang ini, penulis menduduki posisi sebagai Chief Executive Officer (CEO) pada bisnis Granofit. Dengan posisi sebagai *Chief Executive Office* penulis bertanggung jawab untuk menyetujui, mengelola, dan mengkoordinasikan berbagai kegiatan yang akan berlangsung serta strategi yang akan dilakukan di masa mendatang guna memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan bisnis. Berikut merupakan tabel yang menjelaskan rincian tugas-tugas secara lengkap:

Tabel 3.1 Daftar Kegiatan Selama Program Magang di Skystar Ventures

No	Kegiatan	Tujuan	Koordinasi	Koordinator
1	Mencetak Stiker kemasan Granofit.	Mencetak stiker untuk kemasan Granofit untuk pemesanan Granofit selanjutnya di tempat yang sudah biasa kami memesan stiker untuk pertama kali digunakan	Penulis berkoordinasi dengan divisi CPO untuk perubahan design stiker kemasan	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
2	Melakukan	Melakukan	Berkoordinasi	Bapak Hokky

	pembuatan invoice digital untuk setiap pemesanan	pembuatan invoice digital pada setiap pembelian Granofit	dengan CFO dalam penyesuaian harga pemesanan untuk pembuatan invoice pada pembelian produk	Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
3	Melakukan Pencatatan Pemesanan Granofit selanjutnya	Mencatat pemesanan Pre-Order Granofit selanjutnya agar dapat direkap oleh bagian finance	Berkoordinasi dengan kelompok secara offline saat membuat pesanan Granofit dan juga mencatat pemesanannya pada whatsapp	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
4	Membuat Benchmarking Granofit.	Melakukan perbandingan produk Granofit dengan produk kompetitor agar dapat menentukan standar kualitas	Penulis berkoordinasi untuk membuat benchmark Granofit dilakukan bersama CPO.	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)

		produk, mengembangkan inovasi produk, dan meningkatkan daya saing.		
5	Memberikan arahan kepada tim agar dapat menjalankan perannya setiap divisi	Memberi arahan kepada tim agar tidak melalaikan tanggung jawab yang telah dimiliki oleh setiap divisi	Berdiskusi dengan kelompok tentang pembahasan tentang tanggung jawab kepada kelompok	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
6	Membuat invoice fisik	Membuat invoice fisik dalam aplikasi canva dan mencetak invoice tersebut sebelum membuka booth kembali	Berdiskusi dengan kelompok tentang pembuatan invoice apakah sudah dapat digunakan atau masih belum dapat digunakan	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
7	Membeli paper bag untuk Granofit	Melakukan pembelian paper bag untuk membungkus	Berdiskusi dengan COO untuk	Bapak Hokky Nanda (<i>program</i>

		pembelian yang lebih dari 3 pcs agar tidak susah untuk membawanya	membahas terkait kesediaan paper bag	<i>officer</i> Skystar Ventures)
8	Memperhatikan kebersihan saat membuat pesanan	agar dapat memberikan produk pada konsumen tanpa ada kesalahan pada saat menerima pesanan	Ikut membuat produk dan Memperhatikan kebersihan pembuatan produk	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
9	Menawarkan produk kepada calon konsumen, mendapatkan sejumlah feedback dari konsumen yang telah membeli produk, serta mencapai target penjualan per bulan.	Melakukan penawaran produk kepada calon konsumen untuk pembelian selanjutnya dan mendapatkan feedback dari konsumen.	Berkontribusi bersama divisi CMO untuk menawarkan produk Granofit kepada calon konsumen	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
10	Melakukan pembahasan tentang inovasi	Membahas terkait inovasi pada produk dan mencari tahu	Berkoordinasi dengan CPO untuk	Bapak Hokky Nanda (<i>program</i>

	produk dan menyetujui inovasi tersebut	apakah produk tersebut cocok dengan target pasar kami	pembahasan inovasi baru produk Granofit untuk penjualan selanjutnya	<i>officer</i> Skystar Ventures)
11	Menyetujui pemasaran dengan memasang iklan pada salah satu social media	Menganalisis dampak yang akan diterima jika memasarkan produk pada social media tersebut	Berdiskusi dengan CPO, CMO, dan CFO untuk pemasaran pada social media tersebut dan berkoordinasi terkait pemasaran kepada divisi CMO	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
12	Mengantarkan pesanan Granofit sampai ke tangan konsumen	memberikan pesanan yang telah dipesan oleh konsumen sampai ke tangan konsumen dengan keadaan sempurna dan tanpa kecacatan produk sedikitpun	Berkomunikasi dengan konsumen untuk pengantaran pesanan Granofit	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
13	pembuatan	Membuat rekening	Dilakukan	Bapak Hokky

	rekening untuk transaksi Granofit	Granofit dan membuat qris agar konsumen lebih mudah jika ingin melakukan transaksi melalui digital atau cashless	secara pribadi dan menggunakan data pribadi untuk pembukaan rekening	Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
14	Memberikan mutasi bulanan kepada divisi finance untuk direkap setiap bulannya	Melihat e-statement pada aplikasi <i>mobile banking</i> dan memberikannya kepada bagian <i>finance</i> untuk direkap setiap bulannya	Berkoordinasi dengan bagian finance untuk perekapan pembelian di setiap bulannya	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)
15	Melakukan Pengecekan Pada Rekap Mutasi Bulanan Rekening Granofit	adalah untuk memastikan keakuratan pencatatan keuangan, mengidentifikasi tren pemasukan dan pengeluaran, serta mendukung pengambilan keputusan strategis dalam operasional	Berkoordinasi dengan bagian finance untuk melakukan pengecekan rekap mutasi bulanan pada rekening Granofit	Bapak Hokky Nanda (<i>program officer</i> Skystar Ventures)

		bisnis.		
--	--	---------	--	--

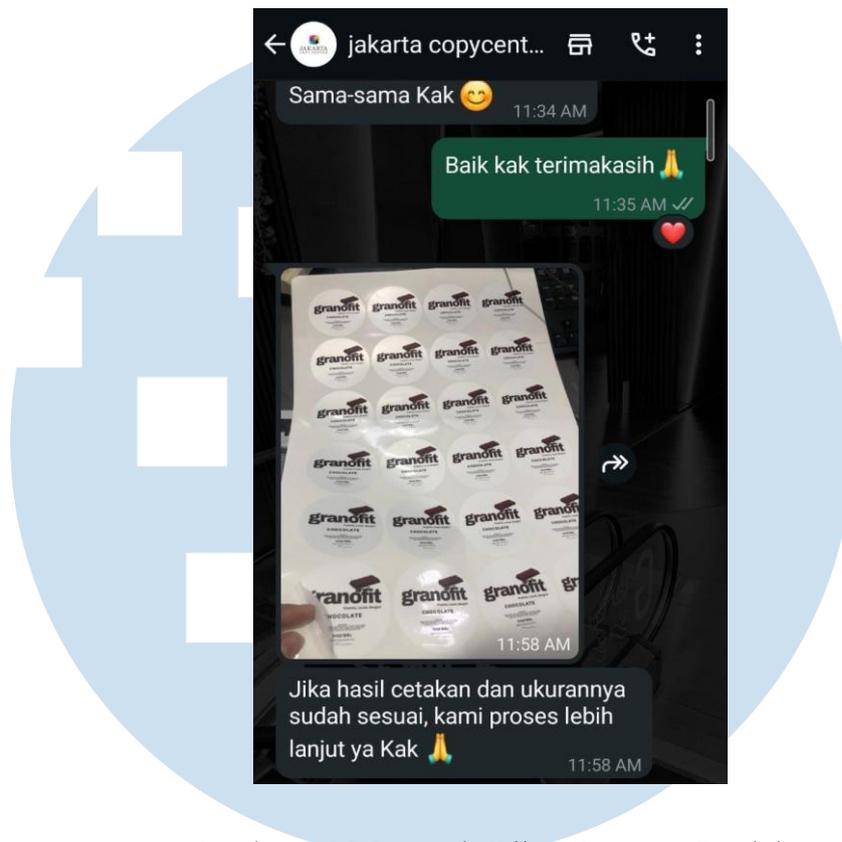
3.2.2 Uraian Kerja Magang

Berikut merupakan uraian pekerjaan yang dilakukan saat magang yang dirangkum dari rincian tugas-tugas yang telah diselesaikan oleh penulis selama menjalani program praktik kerja magang, sebagaimana tercantum pada tabel di atas.

1) Mencetak Stiker kemasan Granofit.

Karena kemasan produk Granofit belum berbentuk sablon, penulis bersama tim memutuskan untuk mencetak stiker sebagai alternatif kemasan. Proses pencetakan dilakukan di salah satu toko percetakan yang berlokasi di Serpong dan telah menjadi tempat langganan pemesanan. Stiker yang dicetak oleh penulis bertujuan untuk menjadi stok yang dapat digunakan pada pemesanan selanjutnya. Sebelum pencetakan dilakukan, penulis bersama divisi CPO terlebih dahulu merevisi desain stiker guna memastikan hasil yang sesuai dengan kebutuhan produk.





Gambar 3.2 Mencetak Stiker Kemasan Produk

Gambar 3.2 sebagai langkah strategis dalam mendukung kelancaran produksi dan pemasaran produk Granofit, tim melaksanakan pencetakan stiker kemasan yang berperan penting dalam upaya branding serta memperkuat identitas produk. Proses pencetakan dilakukan di penyedia layanan yang telah digunakan sebelumnya guna menjaga konsistensi kualitas, ketepatan warna, serta kesesuaian desain dengan standar merek Granofit. Pemilihan tempat pencetakan yang sama memastikan bahwa produk tetap memiliki tampilan profesional dan selaras dengan ekspektasi pasar. Selain itu, penulis berkoordinasi secara langsung dengan *Chief Product Officer* (CPO) untuk melakukan revisi dan optimalisasi desain stiker kemasan. Proses koordinasi ini melibatkan diskusi mendalam mengenai elemen visual, seperti pemilihan warna, font, dan tata letak, agar meningkatkan daya tarik produk. Tim juga mempertimbangkan aspek material kemasan, menyesuaikan dengan kebutuhan pasar serta memastikan bahwa citra merek Granofit semakin

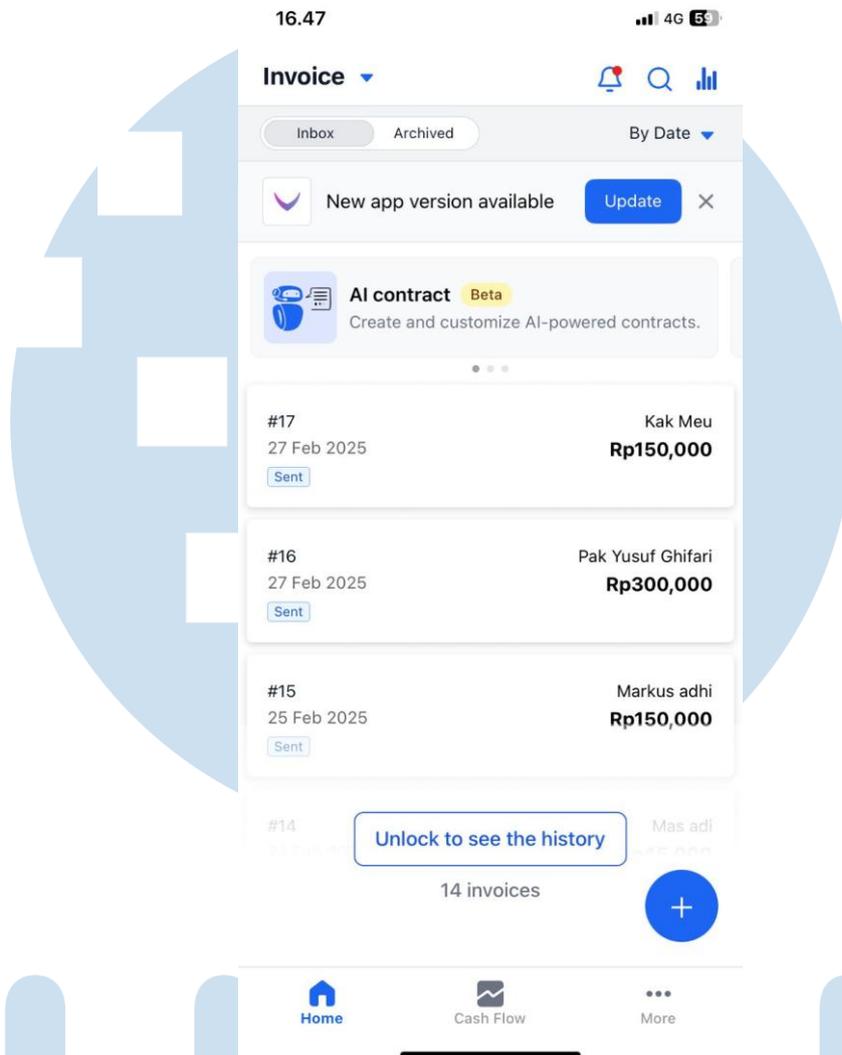
kuat dalam menghadapi persaingan industri. Dengan pendekatan ini, Granofit tidak hanya meningkatkan estetika kemasan, tetapi juga memperkuat strategi diferensiasi produk, sehingga lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangun loyalitas konsumen.

2) Melakukan pembuatan invoice digital untuk setiap pemesanan

Pada penjualan pertama, Granofit mendapatkan masukan yang diberikan oleh konsumen terkait invoice pemesanan yang belum ada. Berdasarkan masukan tersebut, penulis berfikir untuk menggunakan alternatif *invoice* dan akhirnya mendapatkan ide untuk menggunakan aplikasi Invoice & Quotation Maker sebagai *invoice digital* sebagai solusi sementara yang dapat diterapkan pada setiap pemesanan produk Granofit.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.3 Mendownload aplikasi *Invoice Digital*

Pada Gambar 3.3, sebagai langkah strategis untuk memastikan kelancaran administrasi dan pengelolaan data pemesanan Granofit, tim melakukan pencatatan sistematis terhadap setiap pesanan yang masuk, khususnya untuk pre-order berikutnya. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh data transaksi terdokumentasi secara akurat, sehingga dapat direkap secara terstruktur oleh divisi keuangan (finance). Dengan sistem pencatatan yang rapi, analisis keuangan perusahaan menjadi lebih efektif, memungkinkan perhitungan yang lebih presisi

dalam strategi bisnis dan pengelolaan operasional. Selain itu, penulis berkoordinasi langsung dengan tim operasional secara offline selama proses pembuatan pesanan, guna memastikan kesesuaian jumlah serta rincian pembelian sesuai dengan permintaan pelanggan. Koordinasi ini mencakup validasi pemesanan, pengecekan stok, dan penyesuaian administrasi agar transaksi berjalan dengan lancar dan terkontrol. Sebagai bagian dari sistem dokumentasi dan komunikasi internal, pencatatan pemesanan dilakukan melalui platform WhatsApp, yang berfungsi sebagai sarana pelaporan dan pemantauan status order secara real-time. Penggunaan platform ini memungkinkan tim untuk melakukan penyelarasan informasi dengan pihak terkait, sehingga setiap pesanan dapat diproses dengan lebih cepat dan sesuai prosedur yang telah ditetapkan.

3) Melakukan Pencatatan Pemesanan Granofit selanjutnya

Setiap mendapatkan pesanan, penulis bersama kelompok melakukan pencatatan pesanan konsumen. Penulis berkoordinasi dengan divisi CPO untuk mencatat pesanan sebelum melakukan pembuatan produk

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



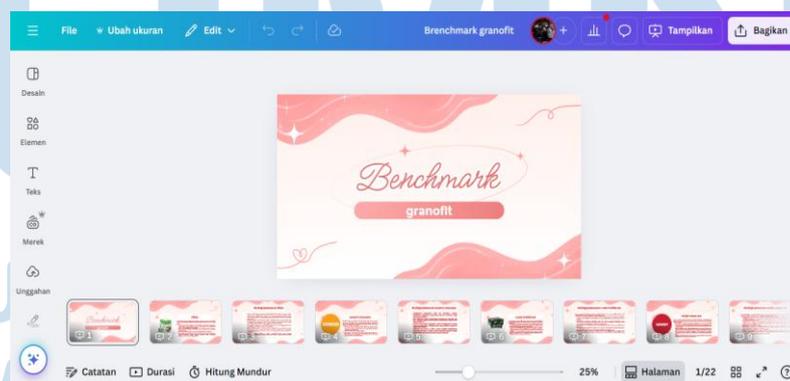
Gambar 3.4 Mencatat jumlah Pemesanan Granofit Pada Whatsapp
Sumber: Granofit, 2025

Pada Gambar 3.4 sebagai bagian dari upaya meningkatkan efisiensi administrasi dan pengelolaan data pemesanan Granofit, tim melakukan pencatatan sistematis terhadap setiap pesanan yang masuk, terutama untuk pre-order selanjutnya. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh data transaksi terdokumentasi dengan akurat dan dapat direkap secara terstruktur oleh divisi keuangan (finance). Dengan sistem pencatatan yang rapi, proses perhitungan serta analisis keuangan perusahaan menjadi lebih efisien, sehingga mendukung

pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam strategi bisnis. Selain itu, penulis turut melakukan koordinasi secara langsung dengan tim, khususnya dalam proses pembuatan pesanan secara offline, guna memastikan kesesuaian jumlah dan rincian pembelian sesuai permintaan pelanggan. Proses koordinasi ini mencakup validasi pesanan, pengecekan stok, serta penyesuaian administrasi agar seluruh transaksi berjalan lancar dan terkontrol. Sebagai bagian dari sistem dokumentasi dan komunikasi internal, pencatatan pemesanan dilakukan melalui WhatsApp, yang berfungsi sebagai sarana pelaporan dan pemantauan status order secara real-time. Penggunaan platform ini memungkinkan tim untuk melakukan penyelarasan informasi dengan pihak terkait, sehingga setiap pesanan dapat diproses dengan lebih cepat dan sesuai prosedur yang telah ditetapkan.

4) Membuat Benchmarking Granofit.

Sebagai CEO, penulis turut berkontribusi dalam proses penyusunan *benchmark* untuk produk Granofit. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk melakukan perbandingan dengan produk kompetitor guna menetapkan standar kualitas produk agar dapat bersaing di pasar. Dalam proses tersebut, penulis berkoordinasi dengan CPO untuk mencari tahu komposisi dan kandungan produk kompetitor untuk menemukan peluang unik yang belum dimanfaatkan oleh kompetitor, yang kemudian dapat diintegrasikan ke dalam produk Granofit.



Gambar 3.5 Membuat Benchmarking Granofit
(Sumber: Granofit, 2025)

Pada Gambar 3.5 sebagai langkah strategis untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk Granofit, tim melakukan proses benchmarking dengan membandingkan Granofit dengan produk kompetitor yang memiliki karakteristik serupa. Benchmarking ini bertujuan untuk menetapkan standar kualitas optimal, mengidentifikasi peluang inovasi, serta merancang strategi pengembangan produk yang lebih unggul di pasar. Analisis dilakukan secara menyeluruh mencakup berbagai aspek, termasuk:

- Bahan baku, untuk memastikan kualitas dan efisiensi produksi,
- Desain kemasan, agar lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar,
- Strategi pemasaran, guna meningkatkan daya tarik serta keterjangkauan produk bagi konsumen,
- Respons pelanggan, untuk memahami persepsi pasar dan menyesuaikan inovasi dengan kebutuhan konsumen.

Untuk memastikan hasil evaluasi yang komprehensif dan akurat, penulis berkoordinasi secara langsung dengan Chief Product Officer (CPO) dalam merancang metode benchmarking yang sesuai. Proses ini mencakup peninjauan hasil analisis guna mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki serta menyesuaikan strategi bisnis agar Granofit dapat terus berkembang dan bersaing secara efektif

5) Memberikan arahan kepada tim agar dapat menjalankan perannya setiap divisi

Sebagai CEO dalam bisnis, penulis memberikan arahan kepada anggota tim Granofit untuk memastikan setiap individu dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan peran yang ada di masing-masing divisi.

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 3.6 Memberikan Arahan Kepada Setiap Divisi Untuk Berjalannya Bisnis

Pada Gambar 3.6 sebagai langkah strategis untuk memastikan efektivitas kerja tim serta optimalisasi peran di setiap divisi, dilakukan pemberian arahan kepada seluruh anggota tim agar dapat menjalankan tanggung jawabnya secara optimal sesuai dengan bidang masing-masing. Arahan ini mencakup beberapa aspek penting, yaitu pemahaman terhadap tugas utama setiap divisi, koordinasi yang efektif antar anggota, serta komitmen dalam menjalankan peran yang telah ditetapkan guna memastikan produktivitas dan efisiensi kerja. Penulis berperan aktif dalam melakukan pengawasan langsung, memastikan bahwa setiap individu tetap konsisten dalam menjalankan tugasnya dan tidak terjadi kelalaian yang dapat berdampak negatif terhadap kinerja tim secara keseluruhan. Untuk memperkuat koordinasi tim serta memastikan keselarasan visi kerja, dilakukan diskusi kelompok secara berkala yang bertujuan untuk membahas tanggung jawab masing-masing anggota, mendorong komunikasi yang terbuka, serta menyusun strategi kerja yang lebih efektif dan adaptif terhadap tantangan di lapangan. Dalam pelaksanaannya, penulis memberikan arahan khusus untuk setiap divisi agar operasional berjalan

dengan baik dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Berikut arahan yang diberikan untuk masing-masing divisi:

1. *Chief product Officer (CPO)*

- Menjaga kualitas dan inovasi produk sesuai dengan preferensi pasar.
- Melakukan riset dan benchmarking untuk meningkatkan daya saing produk.
- Berkolaborasi dengan COO untuk memastikan efisiensi produksi dan kualitas bahan baku.
- Mengembangkan dan melakukan perbaikan produk berdasarkan feedback pelanggan.

2. *Chief Marketing Officer (CMO)*

- Menyusun strategi branding dan meningkatkan awareness produk.
- Mengembangkan campaign pemasaran berbasis digital dan offline sesuai target pasar.
- Menganalisis tren konsumen dan mengoptimalkan strategi komunikasi brand.
- Berkoordinasi dengan CEO dan CFO untuk mengukur efektivitas pemasaran dan melakukan penyesuaian dana jika ingin melakukan pemasaran via sosial media.

3. *Chief Finance Officer (CFO)*

- Mengelola arus kas, pengeluaran, dan strategi harga produk.
- Melakukan analisis biaya produksi untuk memastikan margin keuntungan optimal.
- Mengawasi laporan keuangan dan memastikan transparansi dalam pengelolaan dana.
- Berkoordinasi dengan CEO dalam perencanaan keuangan jangka panjang.

4. *Chief Operation Officer (COO)*

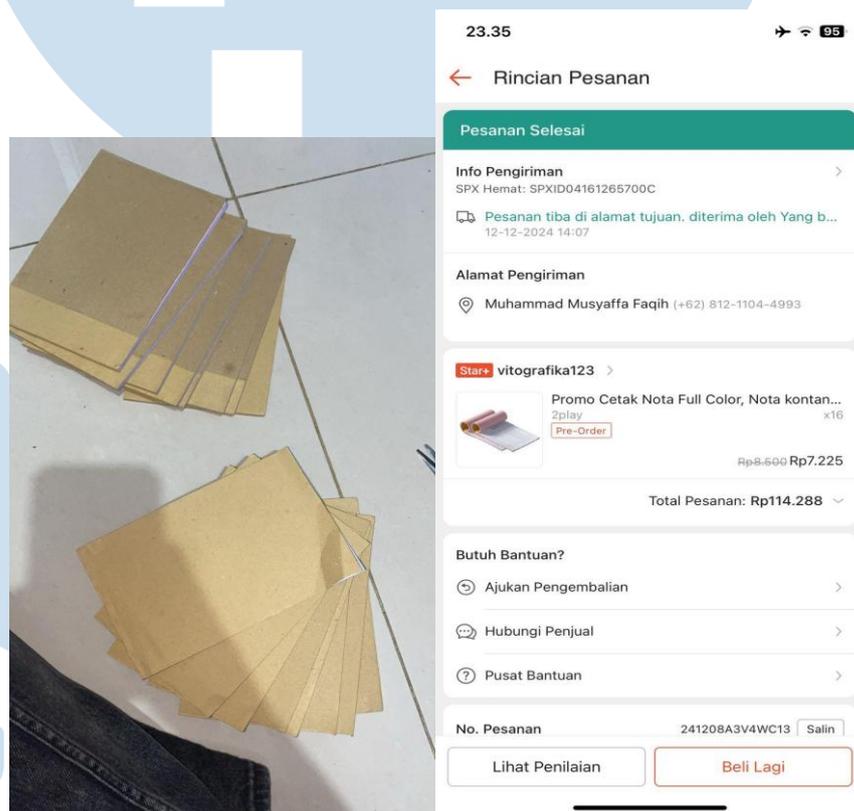
- Mengoptimalkan proses produksi dan rantai pasok untuk efisiensi biaya.
- Mengelola logistik dan distribusi produk agar sesuai standar kualitas dan

waktu pengiriman.

- Berkoordinasi dengan CPO untuk memastikan bahan baku dan standar produksi terpenuhi.
- Memastikan bahan bahan yang berada pada gudang tidak expired atau sudah tidak layak di konsumsi.

6) Membuat invoice fisik

Penulis mengusulkan penggunaan *invoice* fisik untuk pemesanan berikutnya sebagai langkah peningkatan administrasi. Untuk merealisasikan ide tersebut, penulis merancang format *invoice* secara detail menggunakan aplikasi Canva. Setelah desain selesai, *invoice* tersebut dicetak dan disiapkan untuk mendukung proses pemesanan produk selanjutnya.



Gambar 3.7 Membuat Invoice Fisik

Pada Gambar 3.7 sebagai langkah strategis untuk memastikan kelancaran

administrasi transaksi, tim melakukan pembuatan invoice fisik yang berfungsi sebagai bukti pembayaran resmi dengan format yang lebih terstruktur, profesional, dan mudah diakses oleh pelanggan. Proses pembuatan invoice ini dilakukan menggunakan aplikasi Canva, yang memungkinkan desain dibuat dengan jelas, informatif, dan selaras dengan identitas merek Granofit. Desain yang dihasilkan tidak hanya memperhatikan keterbacaan dan estetika, tetapi juga memastikan bahwa informasi penting seperti harga, jumlah produk, serta data transaksi tersampaikan secara akurat dan transparan. Setelah desain diselesaikan, invoice dicetak dan dipersiapkan sebelum pembukaan booth kembali, sehingga dapat langsung digunakan untuk setiap transaksi yang terjadi. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan keandalan sistem pembayaran, memastikan bahwa pelanggan mendapatkan bukti pembayaran yang profesional, sekaligus mendukung pengelolaan administrasi keuangan yang lebih tertata. Selain itu, dilakukan diskusi dan evaluasi dengan tim guna meninjau kelayakan dan efektivitas invoice yang telah dibuat. Proses ini mencakup analisis mengenai kesesuaian format dengan standar administrasi, kebutuhan revisi untuk meningkatkan fungsionalitasnya, serta kemungkinan penerapan penyesuaian lebih lanjut agar lebih mendukung sistem pencatatan transaksi yang efektif. Dengan pendekatan ini, Granofit dapat memastikan bahwa setiap transaksi terdokumentasi secara rapi, mendukung kredibilitas perusahaan, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap profesionalisme bisnis.

7) Membeli paper bag untuk Granofit

Penulis bersama tim Granofit melakukan pengukuran saat memilih *paper bag* yang akan digunakan untuk memudahkan konsumen membawa pulang produk, khususnya bagi mereka yang membeli lebih dari 3 produk Granofit. Penulis bersama tim memilih *paper bag* berbahan kertas karton sebagai solusi praktis untuk memudahkan konsumen membawa produk Granofit pulang. Selain mendukung kenyamanan konsumen, penggunaan bahan kertas karton juga berkontribusi positif

terhadap kelestarian lingkungan, menjadikannya pilihan yang ramah dan sehat bagi dunia.



Gambar 3.8 Membeli *Paper Bag* untuk Granofit

Pada Gambar 3.8 sebagai upaya meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam membawa produk Granofit, tim melakukan pengadaan paper bag sebagai kemasan tambahan bagi setiap pembelian yang melebihi tiga pcs. Langkah ini bertujuan untuk memberikan solusi praktis dalam mempermudah pelanggan membawa produk, sekaligus meningkatkan tampilan yang lebih rapi, elegan, dan profesional. Sebagai bagian dari perencanaan logistik, dilakukan diskusi strategis bersama Chief Operating Officer (COO) guna memastikan ketersediaan paper bag dalam jumlah yang cukup, serta menyesuaikan kebutuhan berdasarkan perkiraan volume pemesanan. Koordinasi ini juga mencakup analisis kebutuhan operasional, sehingga proses distribusi kemasan dapat berjalan efektif dan efisien tanpa menghambat kelancaran transaksi. Selain aspek ketersediaan, dilakukan evaluasi terhadap jenis dan kualitas material paper bag untuk memastikan bahwa kemasan yang digunakan selaras dengan konsep branding Granofit. Pemilihan material

dilakukan dengan mempertimbangkan daya tahan, estetika, dan kesesuaian dengan identitas merek, sehingga tidak hanya memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, tetapi juga memperkuat citra profesional perusahaan di pasar. Dengan penerapan strategi ini, Granofit dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat kesan eksklusivitas produk, serta mendorong kepercayaan terhadap brand dalam setiap transaksi.

8) Memperhatikan kebersihan saat membuat pesanan

Penulis bersama tim secara konsisten menjaga kebersihan selama proses pembuatan produk Granofit. Hal ini untuk memastikan produk tetap memenuhi standar kualitas yang tinggi, sekaligus memberikan kepercayaan kepada konsumen terhadap kebersihan dan keamanan produk yang dihasilkan.



Gambar 3.9 Memperhatikan Kebersihan Dalam Proses Pembuatan

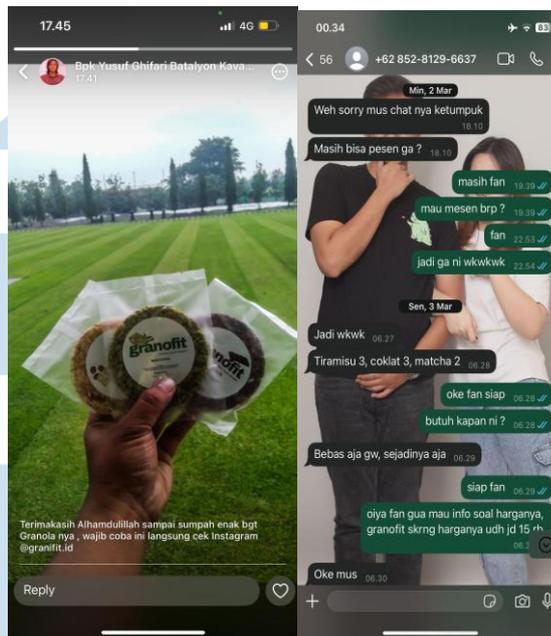
Sumber: Granofit, 2025

Pada Gambar 3.9 aspek kebersihan dan higienitas menjadi prioritas utama dalam setiap tahapan produksi Granofit guna memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan keamanan konsumen. Seluruh prosedur produksi dirancang sedemikian rupa agar sejalan dengan prinsip kebersihan, sehingga setiap produk memiliki kualitas optimal dan aman untuk dikonsumsi. Dalam kegiatan produksi, penulis turut berpartisipasi secara langsung dalam proses pembuatan produk, dengan memperhatikan setiap tahapan agar tetap higienis dan sesuai prosedur operasional standar (SOP) yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Setiap langkah produksi dilakukan dengan kontrol ketat untuk mencegah kontaminasi, baik dari lingkungan maupun bahan baku yang digunakan. Selain itu, dilakukan pengawasan menyeluruh terhadap lingkungan kerja, alat produksi, serta bahan baku, guna memastikan bahwa seluruh elemen produksi berada dalam kondisi optimal. Proses pengawasan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kesalahan sejak dini, sehingga risiko kontaminasi atau cacat produk dapat diminimalisir. Dengan penerapan sistem kontrol yang ketat, Granofit tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap standar keamanan yang diterapkan dalam proses produksinya.

9) Menawarkan produk kepada calon konsumen, mendapatkan sejumlah feedback dari konsumen yang telah membeli produk, serta mencapai target penjualan per bulan.

Penulis berkolaborasi dengan CMO untuk menawarkan produk Granofit kepada calon konsumen melalui sistem *Pre-Order* yang disampaikan melalui WhatsApp. Dalam proses ini, penulis juga menerima *feedback* dari konsumen yang telah melakukan pembelian produk Granofit.

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 3.10 Pemasaran yang dilakukan Dan *Feedback* yang didapatkan tim Granofit

Pada Gambar 3.10, sebagai langkah strategis dalam meningkatkan penjualan dan memperkuat strategi pemasaran, dilakukan kegiatan penawaran produk Granofit kepada calon konsumen melalui pendekatan yang terstruktur dan strategis. Proses ini mencakup komunikasi aktif dengan calon pembeli, penyampaian informasi produk secara jelas, serta pemanfaatan teknik pemasaran yang efektif untuk menarik minat dan membangun loyalitas pelanggan. Setiap interaksi dengan calon konsumen dirancang agar bersifat persuasif, memberikan edukasi mengenai keunggulan produk, dan mendorong keputusan pembelian. Selain itu, dilakukan pengumpulan dan analisis feedback pelanggan yang telah melakukan pembelian guna menilai tingkat kepuasan serta mengidentifikasi peluang peningkatan kualitas produk dan layanan. Proses ini penting dalam memahami preferensi pasar, mengadaptasi strategi pemasaran, serta memastikan bahwa Granofit terus berkembang sesuai kebutuhan pelanggan. Penulis juga berkontribusi secara aktif bersama Chief Marketing Officer (CMO) dalam

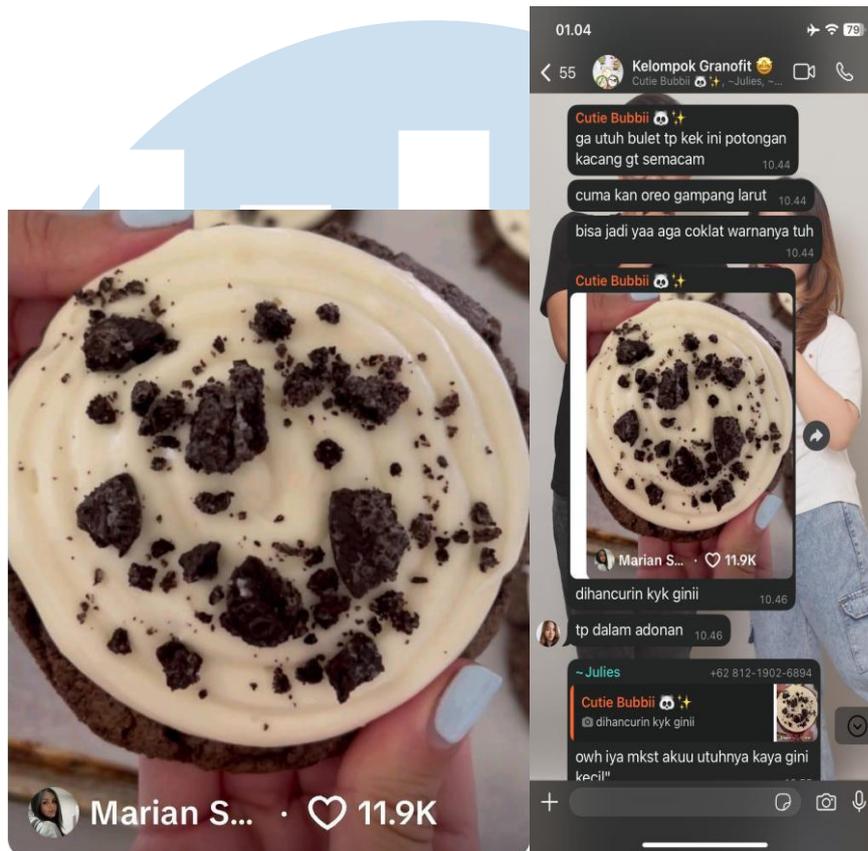
merancang dan menjalankan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi hasil. Kegiatan ini mencakup penyusunan materi promosi, pemilihan kanal pemasaran yang tepat, serta penerapan strategi komunikasi yang sesuai dengan target pasar, sehingga produk Granofit dapat lebih dikenal dan diterima oleh pelanggan potensial. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat citra merek, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta memastikan bahwa setiap strategi yang diterapkan memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis Granofit.

10) Melakukan pembahasan tentang inovasi produk CPO dan menyetujui inovasi tersebut

Penulis berdiskusi dengan Divisi CPO mengenai inovasi rasa dan bentuk produk Granofit. Untuk memastikan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga Granofit dapat terus memenuhi harapan pasar dan meningkatkan daya saingnya. Selain itu penulis menyetujui keputusan yang telah dibuat oleh divisi CPO untuk inovasi produk.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.11 Memberikan Contoh Inovasi Produk

Sumber: Granofit, 2025

Pada Gambar 3.11, sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing dan relevansi produk Granofit di pasar, dilakukan pembahasan mendalam terkait inovasi produk, yang berfokus pada pengembangan fitur baru serta peningkatan kualitas agar mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi target konsumen. Diskusi ini bertujuan untuk mengevaluasi kesesuaian inovasi dengan tren pasar, memastikan bahwa setiap pembaruan produk memberikan nilai tambah signifikan bagi pelanggan dan meningkatkan keunggulan kompetitif Granofit. Dalam proses ini, dilakukan koordinasi intensif dengan Chief Product Officer (CPO) guna merancang strategi implementasi inovasi, baik dalam siklus produksi maupun pemasaran, sehingga inovasi yang dihasilkan dapat diterapkan secara optimal.

Hasil dari diskusi ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

- Pemilihan konsep inovasi paling potensial, yang memiliki dampak terbesar terhadap peningkatan daya tarik produk.
- Penyesuaian formulasi produk, untuk memastikan kesesuaian dengan standar kualitas dan preferensi pelanggan.
- Perencanaan strategi penjualan yang lebih efektif, termasuk optimalisasi kanal distribusi dan pendekatan pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar.

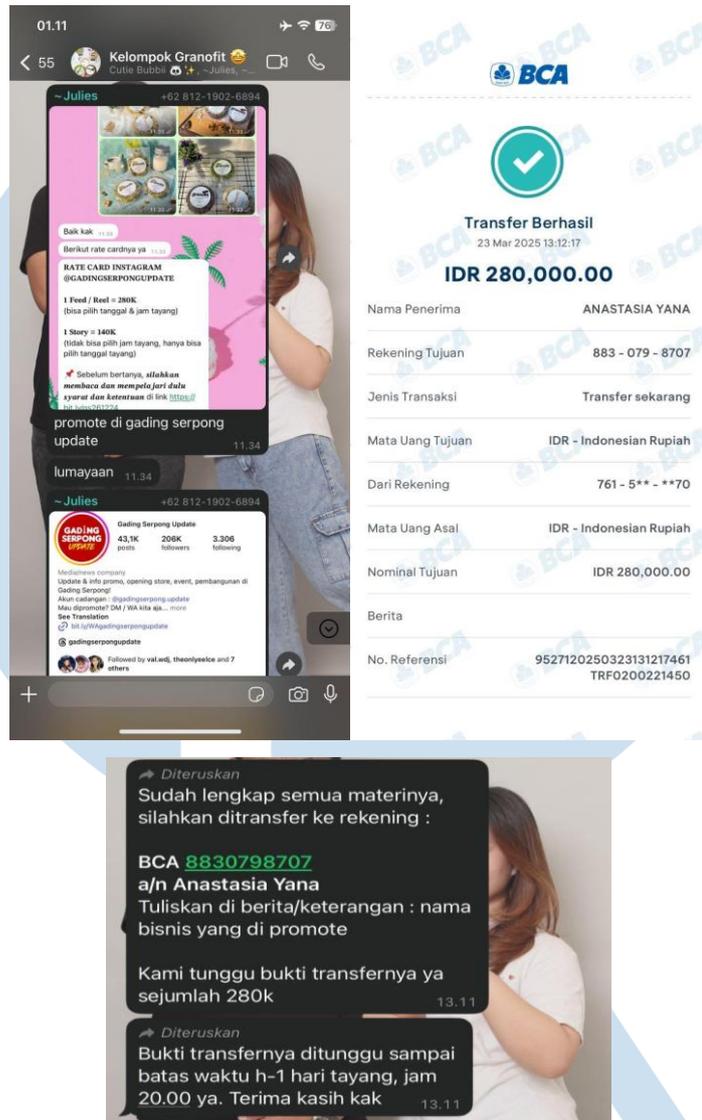
Dengan pendekatan ini, Granofit tidak hanya berfokus pada pengembangan produk, tetapi juga pada strategi bisnis jangka panjang yang dapat mendorong pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

11) Menyetujui pemasaran dengan memasang iklan pada salah satu social media

Penulis bersama kelompok mengadakan diskusi pada Whatsapp grup untuk membahas strategi promosi produk Granofit melalui akun media sosial. Dalam pembahasan ini, berbagai ide promosi dibahas, dan kelompok sepakat untuk menjalankan strategi yang telah disusun untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau konsumen secara lebih luas.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.12 Menyetujui pemasaran dengan memasang iklan pada salah satu social media

Sumber: Granofit, 2025

Pada Gambar 3.12, sebagai upaya untuk meningkatkan visibilitas merek dan jangkauan pasar, dilakukan perancangan strategi pemasaran berbasis digital, yang mencakup pemasangan iklan pada platform media sosial yang telah dipilih berdasarkan analisis target audiens. Pemilihan platform ini dilakukan dengan

mempertimbangkan demografi pengguna, relevansi terhadap produk Granofit, serta potensi keterlibatan pelanggan. Sebelum implementasi kampanye, dilakukan analisis mendalam terhadap dampak pemasaran melalui media sosial, mencakup efektivitas dalam menjangkau calon konsumen, potensi peningkatan penjualan, serta estimasi biaya yang diperlukan untuk kampanye iklan. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan efisien secara anggaran dan memberikan hasil yang maksimal bagi pertumbuhan bisnis. Selain itu, dilakukan diskusi strategis bersama *Chief Product Officer (CPO)* dan *Chief Financial Officer (CFO)* untuk merumuskan strategi pemasaran yang optimal. Diskusi ini mencakup aspek kreativitas dalam desain iklan, alokasi anggaran pemasaran, serta perkiraan tingkat konversi penjualan dari kampanye yang akan dijalankan. Setelah mencapai kesepakatan terkait metode dan implementasi pemasaran, dilakukan koordinasi lebih lanjut dengan tim terkait untuk memastikan eksekusi strategi iklan berjalan sesuai perencanaan. Proses ini mencakup penyusunan materi promosi yang menarik, penjadwalan kampanye sesuai momentum pasar, serta pemantauan hasil yang diperoleh guna mengevaluasi efektivitas iklan dan melakukan penyesuaian strategi jika diperlukan. Dengan langkah ini, Granofit tidak hanya meningkatkan eksposur merek, tetapi juga memperkuat keunggulan kompetitif di pasar melalui pemasaran digital yang terstruktur, berbasis data, dan berorientasi pada hasil.

12) Mengantarkan pesan Granofit sampai ke tangan konsumen

Penulis pernah secara langsung mengantarkan pesanan produk Granofit kepada konsumen hingga tiba dengan aman.

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



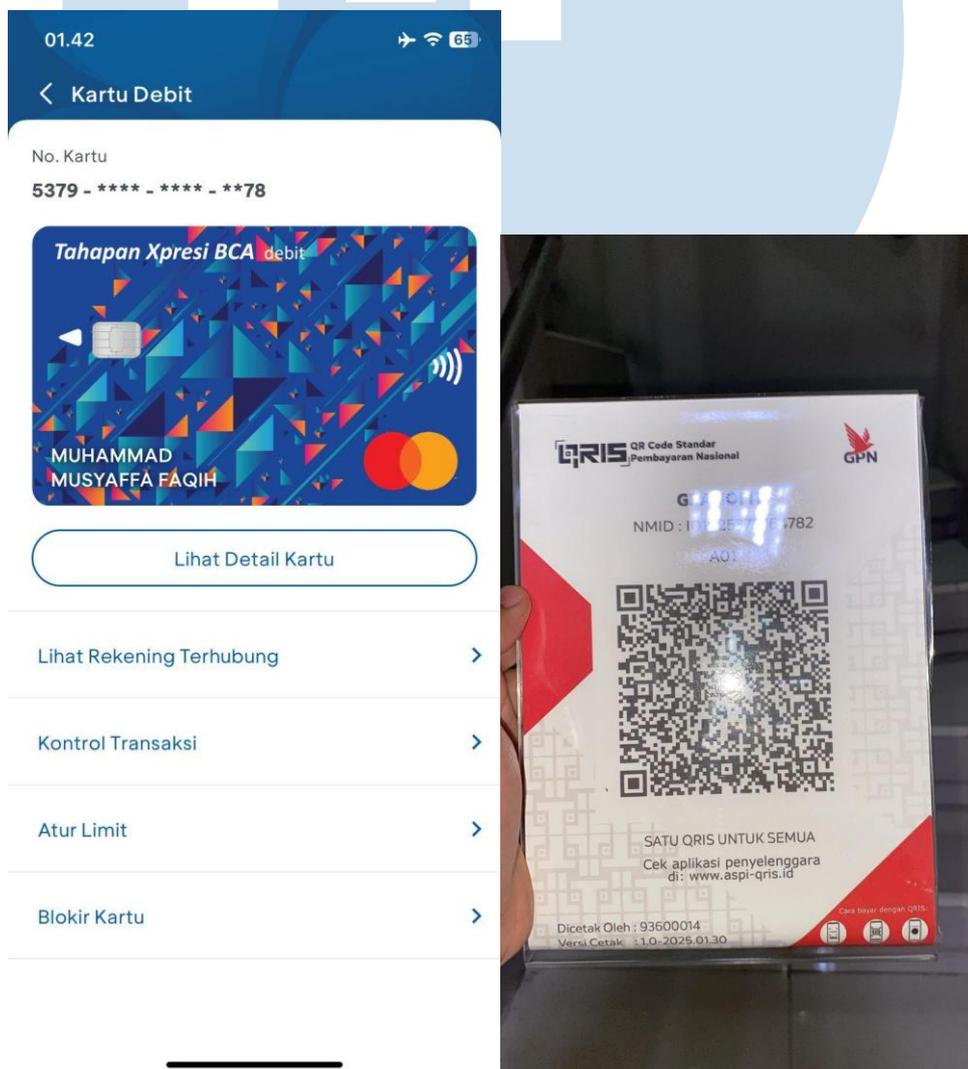
Gambar 3.13 Mengantarkan pesanan sampai pada konsumen dengan selamat

Pada Gambar 3.13, sebagai bagian dari upaya memastikan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, dilakukan pengantaran pesanan Granofit secara langsung kepada konsumen dengan menjaga kondisi produk tetap optimal tanpa cacat atau kerusakan. Setiap pengiriman dilakukan dengan tingkat kehati-hatian tinggi, sehingga pelanggan menerima produk dalam keadaan sesuai standar kualitas yang telah ditetapkan. Selain memastikan aspek fisik produk tetap terjaga, dilakukan komunikasi aktif dan responsif dengan pelanggan sepanjang proses pengantaran. Hal ini mencakup konfirmasi detail pengiriman, pemberian informasi terkait status pesanan, serta respons terhadap pertanyaan dan kebutuhan pelanggan guna meningkatkan transparansi dan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman. Dengan adanya sistem pengantaran yang terstruktur dan profesional, serta komunikasi yang responsif dan informatif, pelanggan diharapkan mendapatkan pengalaman yang lebih positif, sehingga dapat meningkatkan loyalitas terhadap merek. Pendekatan ini juga berperan dalam memperkuat citra Granofit sebagai bisnis yang

mengutamakan kualitas produk dan layanan, serta memiliki komitmen tinggi terhadap kepuasan pelanggan.

13) Pembuatan rekening untuk transaksi Granofit

Penulis mengambil keputusan untuk membuka rekening baru dan mengaktifkan layanan QRIS sebagai bentuk inovasi dalam mempermudah transaksi bagi konsumen yang ingin menggunakan metode *cashless*.



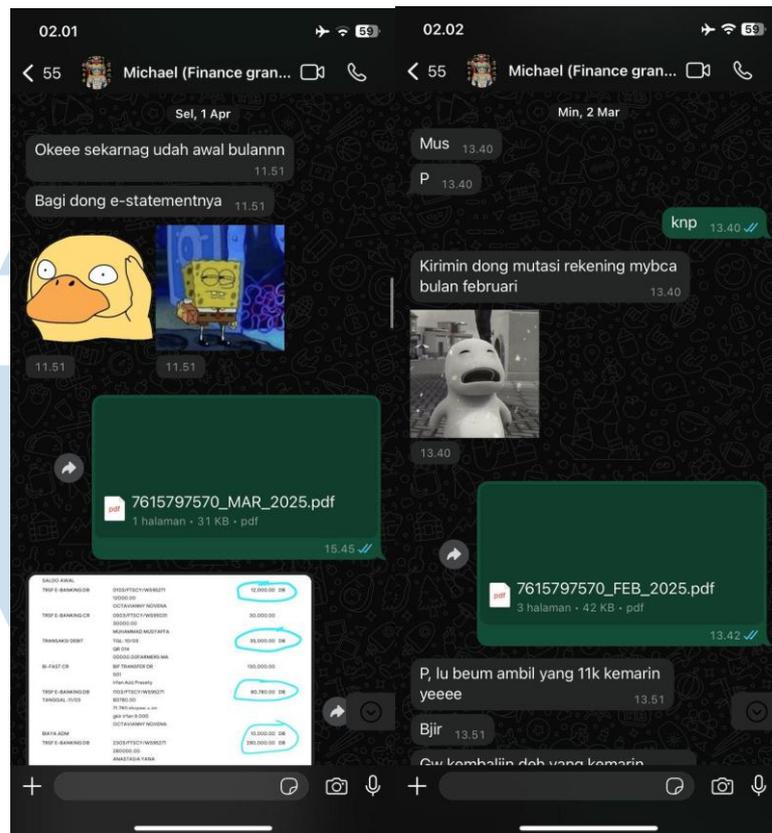
Gambar 3.14 Pembuatan Rekening dan aktivasi QRIS Untuk Granofit

Pada Gambar 3.14, sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan kemudahan transaksi dan mendukung transformasi digital dalam sistem pembayaran, dilakukan pembukaan rekening bisnis Granofit serta pembuatan QRIS guna memfasilitasi pembayaran secara digital dan cashless. Langkah ini bertujuan untuk memberikan lebih banyak opsi pembayaran yang praktis dan efisien bagi konsumen, sehingga meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Dengan adanya sistem pembayaran yang lebih modern, pelanggan dapat memilih metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi mereka, baik melalui transfer bank, e-wallet, maupun pembayaran QRIS. Proses pembukaan rekening bisnis dilakukan secara pribadi dengan menggunakan data administratif yang diperlukan, memastikan bahwa seluruh prosedur telah sesuai dengan regulasi yang berlaku serta memenuhi standar keamanan transaksi. Dengan diterapkannya sistem pembayaran digital ini, Granofit dapat mengoptimalkan pencatatan transaksi secara lebih sistematis, mempermudah pengelolaan keuangan, serta meningkatkan profesionalisme bisnis dalam menyediakan layanan yang lebih modern, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan

14) Memberikan mutasi bulanan kepada divisi *finance* untuk direkap setiap bulannya

Penulis yang memegang *Mobile Banking* rekening bisnis Granofit selalu memberikan mutasi bulanan yang bisa dilihat di *e-statement* aplikasi *Mobile Banking* untuk direkap oleh bagian *finance*.

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 3.15 Memberikan Mutasi Rekening Bulanan

Pada Gambar 3.15, sebagai bagian dari upaya memastikan transparansi dan keteraturan dalam pencatatan keuangan, dilakukan penyampaian mutasi bulanan kepada divisi keuangan (finance) agar dapat direkap secara sistematis setiap bulan. Proses ini diawali dengan pemeriksaan e-statement melalui aplikasi mobile banking, yang mencakup seluruh transaksi keuangan yang terjadi selama periode tertentu. Setelah data transaksi terkumpul, informasi tersebut diserahkan kepada tim finance untuk dilakukan perekapan dan analisis, guna memastikan akurasi pencatatan sekaligus mendukung pengambilan keputusan keuangan bisnis yang lebih terinformasi. Selain itu, dilakukan koordinasi aktif dengan tim finance terkait perekapan pembelian, mencakup identifikasi pola pengeluaran, penyesuaian anggaran, serta evaluasi efisiensi penggunaan dana agar alokasi keuangan Granofit dapat dikelola dengan lebih optimal. Dengan sistem pencatatan keuangan yang

terstruktur dan terdokumentasi dengan baik, Granofit dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, meminimalkan potensi kesalahan dalam transaksi, serta memastikan bahwa setiap aspek finansial tercatat secara akurat dan sesuai kebutuhan bisnis.

15) Melakukan Pengecekan Pada Rekap Mutasi Bulanan Rekening Granofit

- **Februari**

Tabel 3.2 Laporan Kas Harian Tanggal Februari - Mei 2025

Laporan Kas Harian								
Tanggal 17 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 2.435.654,24
2	Penjualan Tunai Granofit Matcha	3	15.000,00	Rp 45.000,00				Rp 2.480.654,24
3	Penjualan Tunai Granofit Coklat	2	15.000,00	Rp 30.000,00				Rp 2.510.654,24
4	Penjualan Tunai Granofit Tiramisu	3	15.000,00	Rp 45.000,00				Rp 2.555.654,24

Total

Pemasukan: Rp 120.000,00

Total

Pengeluaran: Rp. -

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

Laporan Kas Harian								
Tanggal 18 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/ Harga	Total	Jumlah	Nilai/ Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 2.555.654,24
2	Penjualan Tunai Granofit Coklat	10	Rp 15.000,00	Rp 150.000,00				Rp 2.705.654,24

Total Pemasukan: Rp
150.000,00

Total Pengeluaran: Rp
-

Laporan Kas Harian								
Tanggal 25 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.590.654,24
2	Penjualan Tunai Granofit Coklat	10	Rp 15.000,00	Rp 150.000,00				Rp 3.740.654,24
3	Pembelian Indirect Material (packaging)				1	Rp 25.000,00	Rp 25.000,00	Rp 3.715.654,24

Total Pemasukan: Rp
150.000,00

Total Pengeluaran: Rp
25.000,00

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

Laporan Kas Harian								
Tanggal 21 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/ Harga	Total	Jumlah	Nilai/ Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 2.705.654,24
2	Biaya ADM Bank				1	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00	Rp 2.695.654,24

Total Pemasukan: Rp
-

Total Pengeluaran: Rp
10.000,00

Laporan Kas Harian								
Tanggal 24 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/ Harga	Total	Jumlah	Nilai/ Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 2.695.654,24
2	Penjualan Tunai Granofit Matcha	17	Rp 15.000,00	Rp 255.000,00				Rp 2.950.654,24
3	Penjualan Tunai Granofit Coklat	19	Rp 15.000,00	Rp 285.000,00				Rp 3.235.654,24
4	Penjualan Tunai Granofit Tiramisu	22	Rp 15.000,00	Rp 330.000,00				Rp 3.565.654,24
5	Utang Lain-lain	1	Rp 25.000,00	Rp 25.000,00				Rp 3.590.654,24

Total Pemasukan: Rp
895.000,00

Total Pengeluaran: Rp
-

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

Laporan Kas Harian								
Tanggal 25 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.590.654,24
2	Penjualan Tunai Granofit Coklat	10	Rp 15.000,00	Rp 150.000,00				Rp 3.740.654,24
3	Pembelian Indirect Material (packaging)				1	Rp 25.000,00	Rp 25.000,00	Rp 3.715.654,24

Total Pemasukan: Rp 150.000,00
 Total Pengeluaran: Rp 25.000,00

Laporan Kas Harian								
Tanggal 26 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.715.654,24
2	Pembelian Direct Material (Sticker)				5	Rp 17.000,00	Rp 85.000,00	Rp 3.630.654,24

Total Pemasukan: Rp -
 Total Pengeluaran: Rp 85.000,00

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

Laporan Kas Harian								
Tanggal 27 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.630.654,24
2	Penjualan Tunai Granofit Matcha	16	Rp 15.000,00	Rp 240.000,00				Rp 3.870.654,24
3	Penjualan Tunai Granofit Coklat	10	Rp 15.000,00	Rp 150.000,00				Rp 4.020.654,24
4	Penjualan Tunai Granofit Tiramisu	9	Rp 15.000,00	Rp 135.000,00				Rp 4.155.654,24
5	Pembelian direct Material (packaging)				50	Rp 368,00	Rp 18.400,00	Rp 4.137.254,24
6	Pembelian Indirect Material (Goodie Bag B)				10	Rp 8.000,00	Rp 80.000,00	Rp 4.057.254,24
7	Pembelian Indirect Material (Goodie Bag K)				5	Rp 13.000,00	Rp 65.000,00	Rp 3.992.254,24

Total Pemasukan: Rp 525.000,00
 Total Pengeluaran: Rp 163.400,00

UMN

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

Laporan Kas Harian								
Tanggal 28 Februari 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.992.254,24
2	Penjualan Tunai 4 Granofit Matcha	4	Rp 15.000,00	Rp 60.000,00				Rp 4.052.254,24
3	Penjualan Tunai 4 Granofit Coklat	4	Rp 15.000,00	Rp 60.000,00				Rp 4.112.254,24
4	Penjualan Tunai 4 Granofit Tiramisu	4	Rp 15.000,00	Rp 60.000,00				Rp 4.172.254,24
5	Pembayaran beban bunga Bank	1	Rp 63,13	Rp 63,13				Rp 4.172.317,37

Total
Pemasukan: Rp
180.063,13
Total
Pengeluaran: Rp

-

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

• Maret

Tanggal 1 Maret 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 4.142.317,37
2	Pembelian Direct Material (Packaging)				1	Rp 12.000,00	Rp 12.000,00	Rp 4.130.317,37
Total Pemasukan:		Rp		-				
Total Pengeluaran:		Rp		12.000,00				

Laporan Kas Harian								
Tanggal 5 Maret 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 4.130.317,37
2	Pelunasan Piutang Granofit Coklat	2	15.000,00	Rp 30.000,00				Rp 4.160.317,37
Total Pemasukan:		Rp		30.000,00				
Total Pengeluaran:		Rp		-				

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Laporan Kas Harian								
Tanggal 10 Maret 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 4.160.317,37
2	Penjualan Tunai Granofit Matcha	2	15.000,00	Rp 30.000,00				Rp 4.190.317,37
3	Penjualan Tunai Granofit Coklat	3	15.000,00	Rp 45.000,00				Rp 4.235.317,37
4	Penjualan Tunai Granofit Tiramisu	3	15.000,00	Rp 45.000,00				Rp 4.280.317,37
5	Utang Ongkir	1	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00				Rp 4.290.317,37
6	Pembelian Indirect Material (tissue)				1	Rp 20.000,00	Rp 20.000,00	Rp 4.270.317,37
7	Pembelian Direct Material (Air)				1	Rp 15.000,00	Rp 15.000,00	Rp 4.255.317,37

Total Pemasukan: Rp
130.000,00
Total Pengeluaran: Rp
35.000,00

Laporan Kas Harian								
Tanggal 12 Maret 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 4.255.317,37
2	Pembelian Peralatan Spatula				2	13.072,00	Rp 26.144,00	Rp 4.229.173,37
3	Pembelian Peralatan Cetakan				1	Rp 45.636,00	Rp 45.636,00	Rp 4.183.537,37
4	Pembayaran Ongkir				1	Rp 9.000,00	Rp 9.000,00	Rp 4.174.537,37

Total Pemasukan: Rp
Total Pengeluaran: Rp
80.780,00

Laporan Kas Harian								
Tanggal 21 Maret 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 4.174.537,37
3	Biaya ADM				1	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00	Rp 4.164.537,37
Total Pemasukan:		Rp		-				
Total Pengeluaran:		Rp	10.000,00					

Laporan Kas Harian								
Tanggal 23 Maret 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 4.164.537,37
2	Biaya Promosi marketing				1	Rp 280.000,00	Rp 280.000,00	Rp 3.884.537,37
Total Pemasukan:		Rp		-				
Total Pengeluaran:		Rp	280.000,00					

Laporan Kas Harian								
Tanggal 31 Maret 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.884.537,37
5	Pendapatan bunga Bank	1	Rp 104,08	Rp 104,08				Rp 3.884.641,45
Total Pemasukan:		Rp	104,08					
Total Pengeluaran:		Rp		-				

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

• April

Laporan Kas Harian								
Tanggal 1 April 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.884.641,45
2	Pelunasan Piutang	6	Rp 15.000,00	Rp 90.000,00				Rp 3.974.641,45

Total Pemasukan: Rp 90.000,00

Total Pengeluaran: Rp -

Laporan Kas Harian								
Tanggal 12 April 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.974.641,45
2	Penjualan Tunai Granofit Matcha	29	Rp 15.000,00	Rp 435.000,00				Rp 4.409.641,45
3	Penjualan Tunai Granofit Coklat	21	Rp 15.000,00	Rp 315.000,00				Rp 4.724.641,45
4	Penjualan Tunai Granofit Tiramisu	25	Rp 15.000,00	Rp 375.000,00				Rp 5.099.641,45
5	Utang Ongkir	1	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00				Rp 5.109.641,45

Total Pemasukan: Rp 1.135.000,00

Total Pengeluaran: Rp -

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

Laporan Kas Harian								
Tanggal 21 April 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 5.109.641,45
2	Biaya ADM				1	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00	Rp 5.109.641,45
3	Penjualan Tunai Granofit Matcha	23	Rp 15.000,00	Rp 345.000,00				Rp 5.454.641,45
4	Penjualan Tunai Granofit Coklat	24	Rp 15.000,00	Rp 360.000,00				Rp 5.814.641,45
5	Penjualan Tunai Granofit Tiramisu	26	Rp 15.000,00	Rp 390.000,00				Rp 6.204.641,45

Total Pemasukan: Rp
1.095.000,00
Total
Pengeluaran: Rp
10.000,00

Laporan Kas Harian								
Tanggal 30 April 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 6.204.641,45
5	Pendapatan bunga Bank	1	Rp 99,73	Rp 99,73				Rp 6.204.741,18

Total Pemasukan: Rp
99,73
Total
Pengeluaran: Rp
-

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

- Mei

Laporan Kas Harian								
Tanggal 2 Mei 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 6.194.741,18
2	Pelunasan Utang-utang				1	Rp 1.080.000,00	Rp 1.080.000,00	Rp 5.114.741,18
	Total Pemasukan:		Rp -					
	Total Pengeluaran:		Rp 1.080.000,00					

Laporan Kas Harian								
Tanggal 12 Mei 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 5.114.741,18
2	Penarikan Modal				5	80.000,00	Rp 400.000,00	Rp 4.714.741,18
3	Pembelian Bahan Baku				1	Rp 750.000,00	Rp 750.000,00	Rp 3.964.741,18
4	Pembelian Bahan Baku lainnya				1	Rp 182.557,00	Rp 182.557,00	Rp 3.782.184,18
	Total Pemasukan:		Rp -					
	Total Pengeluaran:		Rp 1.332.557,00					

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Laporan Kas Harian								
Tanggal 13 Mei 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.782.184,18
3	Pembelian Peralatan <i>Scrapper Stainless</i>				1	Rp 15.639,00	Rp 15.639,00	Rp 3.766.545,18
4	Pembelian Peralatan Mistar				1	Rp 10.275,00	Rp 10.275,00	Rp 3.756.270,18
5	Pembelian Persediaan Bahan Baku				1	Rp 48.826,00	Rp 48.826,00	Rp 3.707.444,18
6	Pembelian Bahan Baku Lainnya				1	Rp 126.755,00	Rp 126.755,00	Rp 3.580.689,18
Total Pemasukan:			Rp -					
Total Pengeluaran:			Rp 201.495,00					

Laporan Kas Harian								
Tanggal 15 Mei 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.580.689,18
2	Pembelian Bahan Baku Lainnya				1	Rp 14.900,00	Rp 14.900,00	Rp 3.565.789,18
Total Pemasukan:			Rp -					
Total Pengeluaran:			Rp 14.900,00					

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

Laporan Kas Harian								
Tanggal 16 Mei 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.565.789,18
2	Pembayaran Bunga ADM Bank				1	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00	Rp 3.555.789,18

Total Pemasukan: Rp
-

Total Pengeluaran: Rp
10.000,00

Laporan Kas Harian								
Tanggal 20 Mei 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.555.789,18
2	Pembelian Bahan Baku				1	Rp 31.900,00	Rp 31.900,00	Rp 3.523.889,18

Total Pemasukan: Rp
-

Total Pengeluaran: Rp
31.900,00

Laporan Kas Harian								
Tanggal 21 Mei 2025								
No	Keterangan	Pemasukan			Pengeluaran			Saldo
		Jumlah	Nilai/Harga	Total	Jumlah	Nilai/Harga	Total	
1	Saldo Awal							Rp 3.523.889,18
2	Penjualan Tunai Granofit Matcha	24	Rp 15.000,00	Rp 360.000,00				Rp 3.883.889,18
3	Penjualan Tunai Granofit Coklat	18	15000	Rp 270.000,00				Rp 4.153.889,18
4	Penjualan Tunai Granofit Tiramisu	21	15000	Rp 315.000,00				Rp 4.468.889,18

Total Pemasukan: Rp
945.000,00

Total Pengeluaran: Rp
-

Dalam proses pengecekan rekap mutasi bulanan bisnis FnB Granofit, dilakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap seluruh transaksi pemasukan dan pengeluaran untuk memastikan keakuratan pencatatan serta keseimbangan arus kas. Setiap transaksi yang tercatat dalam laporan kas harian dianalisis secara sistematis guna mengidentifikasi tren penjualan dari berbagai varian produk, termasuk Granofit Matcha, Coklat, dan Tiramisu, serta untuk meninjau pengeluaran yang berkaitan dengan pembelian bahan baku, kebutuhan packaging, dan berbagai biaya operasional yang mendukung kelancaran bisnis. Selain itu, pengecekan ini bertujuan untuk menemukan potensi selisih saldo atau kesalahan pencatatan yang dapat mempengaruhi laporan keuangan, memastikan bahwa setiap transaksi sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku, serta mengevaluasi tingkat profitabilitas bisnis agar strategi keuangan dapat disusun dengan lebih efektif dan berkelanjutan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang di sebuah inkubator bisnis, penulis menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan bisnis.

3.3.1 Kurangnya kontribusi aktif dari setiap divisi

Salah satu tantangan utama dalam operasional tim selama program magang adalah minimnya kontribusi aktif dari beberapa anggota divisi, yang berdampak langsung pada efektivitas kerja dan kelancaran pelaksanaan tugas. Beberapa anggota tim cenderung bersikap pasif, lebih banyak menunggu instruksi daripada mengambil inisiatif secara mandiri, sehingga menghambat produktivitas dan mengurangi ruang untuk inovasi dalam menjalankan strategi bisnis. Kurangnya keterlibatan aktif ini menyebabkan proses kerja menjadi kurang dinamis, memperlambat penyelesaian tugas, serta mengurangi kolaborasi dan sinergi antar anggota tim. Selain itu, situasi ini juga berdampak pada ketidakseimbangan beban kerja, di mana sebagian anggota harus bekerja lebih keras untuk mengkompensasi kurangnya partisipasi dari rekan satu timnya.

Selain tantangan dalam operasional tim, kendala juga ditemukan berdasarkan *Key Performance Indicators* (KPI) masing-masing divisi. Beberapa hambatan yang sering terjadi adalah sebagai berikut:

- **Chief Product Officer (CPO)**
 - Kesulitan menjaga konsistensi rasa produk akibat banyaknya masukan terkait produk dari pelanggan
 - Proses pengembangan inovasi produk cenderung lambat karena keterbatasan riset pasar dan uji coba.
- **Chief Marketing Officer (CMO)**
 - Tantangan dalam membangun brand awareness, terutama di tengah persaingan industri yang ketat.
 - Rendahnya konversi pelanggan, meskipun engagement di platform digital cukup tinggi.
- **Chief Financial Officer (CFO)**
 - Ketidakstabilan arus kas, terutama jika pengelolaan biaya operasional belum optimal.
 - Kesulitan dalam perencanaan keuangan, khususnya dalam strategi ekspansi usaha.
- **Chief Operating Officer (COO)**
 - Kurangnya kontribusi sebagai divisi operasional dalam pengecekan bahan baku.
 - Manajemen stok kurang optimal, berisiko pada kelebihan atau kekurangan bahan baku yang dapat menghambat produksi.
 - Kurangnya kontribusi dalam melakukan pembelian bahan baku yang kurang

3.3.2 Mendapatkan masukan tentang packaging dan rasa produk

Salah satu kendala yang dihadapi dalam program magang adalah masukan dari pelanggan terkait kemasan dan rasa produk Granofit, yang menjadi pertimbangan penting dalam peningkatan kualitas dan kepuasan konsumen. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa kemasan yang digunakan saat ini kurang fleksibel untuk konsumsi bertahap, terutama bagi mereka yang tidak menghabiskan produk dalam sekali konsumsi atau yang mengonsumsinya saat berkendara. Kesulitan dalam menyimpan kembali produk setelah dibuka menjadi tantangan tersendiri, karena dapat mengurangi kenyamanan pelanggan saat ingin mengonsumsinya kembali di lain waktu. Selain itu, sejumlah pelanggan juga memberikan masukan terkait rasa produk, khususnya mengenai tingkat kemanisan. Mereka berpendapat bahwa rasa produk Granofit masih terlalu manis, sehingga perlu dilakukan penyesuaian kadar gula agar lebih seimbang dan sesuai dengan preferensi konsumen yang menginginkan cita rasa yang lebih ringan. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan evaluasi dan pengembangan lebih lanjut, baik dalam hal inovasi kemasan yang lebih praktis serta penyesuaian formulasi rasa guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing produk Granofit di pasar.

3.3.3 Pemasaran inovasi produk baru

Salah satu tantangan utama dalam pemasaran produk inovatif adalah memperkenalkan inovasi kepada konsumen dengan cara yang menarik dan meyakinkan, sehingga mereka tertarik untuk mencoba dan memahami keunggulan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini, produk es krim yang dikembangkan harus memiliki nilai jual yang jelas, baik dari segi kualitas bahan, cita rasa, desain kemasan, serta strategi branding yang mampu membangun daya tarik yang kuat di pasar. Keberhasilan pemasaran produk baru bergantung pada kemampuan dalam mengkomunikasikan keunikan dan kelebihannya kepada calon pelanggan. Oleh

karena itu, diperlukan pendekatan pemasaran yang strategis, termasuk pemanfaatan media digital, promosi kreatif, serta kampanye pemasaran berbasis pengalaman, agar konsumen dapat lebih memahami nilai dari inovasi yang ditawarkan. Selain itu, perlu dilakukan penyesuaian strategi pemasaran dengan mempertimbangkan tren pasar serta preferensi pelanggan, sehingga produk dapat diterima dengan baik dan memiliki daya saing yang tinggi. Dengan mengoptimalkan branding yang kuat, kemasan yang praktis dan menarik, serta diferensiasi rasa yang sesuai dengan selera konsumen, produk ini dapat meningkatkan posisi kompetitif di pasar serta memaksimalkan peluang keberhasilan dalam pemasaran.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

3.4.1 Solusi untuk kurangnya kontribusi aktif dari setiap divisi

Dalam upaya mengatasi minimnya kontribusi aktif dalam tim, dilakukan diskusi kelompok setelah proses pembuatan produk guna meningkatkan kesadaran dan inisiatif kerja. Diskusi ini bertujuan untuk membangun pemahaman tentang pentingnya kemandirian dalam menjalankan tugas, sehingga setiap anggota tim dapat berkontribusi tanpa harus bergantung pada instruksi langsung. Tim sepakat bahwa setiap keputusan yang diambil oleh anggota, selama memberikan dampak positif bagi divisi dan perusahaan Granofit, dapat dijalankan secara mandiri tanpa menunggu arahan terlebih dahulu. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih dinamis, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendorong pola pikir yang lebih proaktif dalam menyusun strategi bisnis dan menyelesaikan tugas. Dengan adanya kesepakatan ini, diharapkan setiap anggota tim memiliki rasa tanggung jawab yang lebih besar, memahami pentingnya inisiatif dalam bekerja, serta mampu meningkatkan produktivitas dan efektivitas tim secara keseluruhan.

Untuk solusi yang penulis dapat terapkan untuk mengatasi kendala pada masing-masing Key Performance Indicators (KPI) divisi adalah sebagai berikut:

- **Chief Product Officer (CPO)**
 - Menstandarisasi kualitas produk dengan menetapkan parameter rasa yang jelas berdasarkan hasil uji coba dan feedback pelanggan.
 - Mengoptimalkan riset pasar melalui survei pelanggan dan benchmarking terhadap kompetitor untuk mempercepat pengembangan inovasi produk.
 - Menerapkan metode agile dalam pengembangan produk, sehingga iterasi dan perbaikan dapat dilakukan lebih cepat.
- **Chief Marketing Officer (CMO)**
 - Memperkuat strategi branding melalui diferensiasi produk dan storytelling yang menarik guna meningkatkan daya tarik di pasar.
 - Menggunakan pendekatan pemasaran berbasis data, seperti analisis perilaku pelanggan, untuk meningkatkan tingkat konversi.
 - Mengoptimalkan strategi digital marketing, termasuk penggunaan influencer dan kampanye interaktif guna meningkatkan engagement pelanggan.
- **Chief Financial Officer (CFO)**
 - Menerapkan sistem manajemen keuangan yang lebih ketat, seperti pemantauan arus kas harian dan proyeksi keuangan jangka panjang.
 - Melakukan diversifikasi sumber pendapatan, misalnya dengan menawarkan paket bundling atau produk tambahan guna meningkatkan profitabilitas.
 - Menggunakan teknologi keuangan, seperti software akuntansi otomatis, untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan.
- **Chief Operating Officer (COO)**
 - Meningkatkan koordinasi antar divisi, terutama dalam pengecekan bahan baku, dengan menerapkan sistem pelaporan yang lebih transparan.
 - Menggunakan sistem manajemen stok berbasis teknologi, seperti barcode atau aplikasi inventory, guna menghindari kelebihan atau kekurangan bahan baku.

- Mengoptimalkan proses pembelian bahan baku, melalui negosiasi harga serta pemilihan supplier yang lebih efisien untuk mengurangi biaya operasional.

3.4.2 Solusi untuk kendala tentang packaging dan rasa produk

Untuk mengatasi kendala terkait kemasan dan rasa produk Granofit, dilakukan beberapa langkah strategis guna meningkatkan kenyamanan konsumsi serta kepuasan pelanggan. Dari segi packaging, diterapkan desain yang lebih fleksibel, memungkinkan produk dapat disimpan kembali dengan mudah setelah dibuka, sehingga lebih praktis bagi pelanggan yang mengonsumsinya secara bertahap atau saat bepergian. Kemasan yang lebih ergonomis dan fungsional ini bertujuan untuk menjaga kualitas produk, meminimalkan risiko perubahan rasa atau tekstur, serta meningkatkan pengalaman pengguna. Sementara itu, untuk mengatasi kendala rasa, dilakukan penyesuaian kadar manis berdasarkan umpan balik pelanggan, sehingga menghasilkan formulasi yang lebih seimbang dan sesuai dengan preferensi pasar. Selain itu, dikembangkan varian rasa baru sebagai alternatif bagi konsumen, memberikan mereka lebih banyak pilihan sesuai selera masing-masing. Sebagai langkah akhir, dilakukan pengujian produk dengan kelompok pelanggan terpilih sebelum produksi massal, guna memastikan bahwa inovasi yang diterapkan memenuhi harapan konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat daya saing Granofit di pasar.

3.4.3 Solusi terkait pemasaran inovasi produk baru

Untuk memastikan keberhasilan pemasaran inovasi produk baru, diperlukan pendekatan yang terstruktur dan berbasis data. Salah satu langkah utama yang dapat diterapkan adalah analisis target pasar guna memahami preferensi dan kebutuhan konsumen, sehingga strategi pemasaran dapat disusun secara lebih akurat dan sesuai dengan karakteristik pelanggan potensial. Selain itu, pemanfaatan digital marketing melalui berbagai platform media sosial, website, dan marketplace

menjadi strategi krusial dalam meningkatkan kesadaran merek serta memperluas jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan konten yang menarik dan interaktif, serta strategi komunikasi yang tepat, produk dapat lebih efektif diperkenalkan kepada konsumen. Untuk mendukung penetrasi pasar, diterapkan berbagai strategi promosi, seperti diskon perkenalan untuk menarik perhatian pelanggan baru, program loyalitas guna mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta kolaborasi dengan influencer atau komunitas yang relevan sebagai cara mempercepat adopsi produk di pasar. Langkah ini memungkinkan produk tidak hanya dikenal lebih luas tetapi juga mendapatkan kepercayaan dan rekomendasi langsung dari pihak yang memiliki pengaruh dalam industri terkait. Dengan kombinasi strategi berbasis analisis pasar, pemasaran digital, serta promosi yang terarah, inovasi produk dapat diterima lebih cepat di pasar, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA