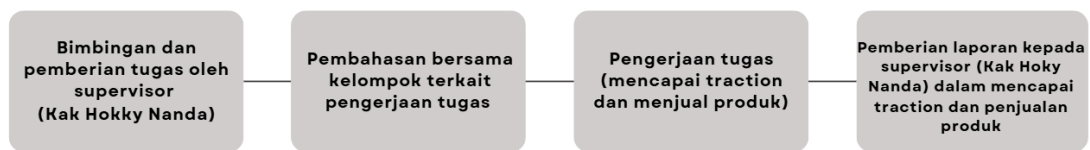


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis menjalankan magang dengan mendirikan usaha pribadi bernama Granofit, yang berada di bawah naungan inkubator bisnis Skystar Ventures. Selama masa magang di Skystar Ventures, tugas-tugas dan bimbingan diberikan oleh Kak Hoky Nanda, yang menjabat sebagai program officer Skystar Ventures sekaligus supervisor. Supervisor bertanggung jawab atas absensi kehadiran penulis dan memastikan bahwa setiap tugas-tugas yang diberikan dikerjakan dan memberikan arahan dan pendampingan dalam pengembangan usaha Granofit. Struktur pelaporan kepada supervisor disusun dengan rincian sebagai berikut:



Gambar 3.1 Struktur pelaporan kepada supervisor

Penulis menjalani program magang secara offline. Koordinasi terkait pelaksanaan magang dilakukan langsung oleh Kak Hokky Nanda. Pertemuan rutin dilakukan setiap bulan untuk memberikan laporan perkembangan usaha. Pelaporan hasil magang disampaikan oleh penulis bersama tim Granofit. Proses bimbingan oleh mentor Skystar memiliki rincian sebagai berikut:

- 1) Tim Granofit menentukan jadwal dan waktu untuk sesi bimbingan dengan supervisor, Kak Hokky Nanda. Jadwal tersebut kemudian diinformasikan kepada supervisor melalui grup WhatsApp untuk menyelaraskan agenda antara tim dan supervisor. Dalam pertemuan awal, Granofit memberikan penjelasan umum terkait bisnis, mencakup visi, misi, struktur organisasi, produk atau layanan, serta target pasar.
- 2) Selanjutnya, supervisor menetapkan tujuan penugasan magang yang spesifik dan terukur bagi tim. Penugasan tersebut dibagi menjadi dua

kategori: tugas individu untuk masing-masing divisi dan tugas untuk tim secara keseluruhan. Sebagai CPO Granofit, penulis diberi tugas untuk melakukan inovasi dan pengoptimalan produk agar sesuai dengan preferensi dan diterima oleh masyarakat khususnya target pasar yang telah ditentukan (orang sibuk). Sementara itu, tugas tim berfokus pada peningkatan penjualan dan pencapaian traction.

- 3) Tim mulai melaksanakan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab masing-masing.
- 4) Setelah itu, supervisor mengadakan sesi bimbingan lanjutan untuk mengevaluasi program yang telah dilaksanakan. Dalam pertemuan ini, tim melaporkan bagaimana perkembangan penjualan dan pencapaian traction.
- 5) Setelahnya, supervisor melaporkan pencapaian kerja tim Granofit kepada penanggung jawab magang, Kak Michelle Greysianti.
- 6) Supervisor juga mendorong tim untuk mengikuti program workshop offline dan pembelajaran asinkron online yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures. Pada setiap workshop offline dan asinkron online terdapat penugasan individu dan kelompok yang harus dikerjakan dan dikumpulkan sesuai tenggat waktu yang ditentukan.
- 7) Lebih lanjut, supervisor turut memberikan mentoring tambahan dengan melibatkan mentor eksternal yang memiliki pengalaman sebagai wirausahawan.

Dalam proses bimbingan dengan supervisor dan proses pembelajaran dengan Skystar Ventures, penulis berhasil memperoleh sejumlah wawasan seperti berikut:

Tabel 3.1 Tabel kegiatan magang di Skystar Ventures

Tanggal	Kegiatan	Deskripsi	Wawasan
Senin, 3 Februari 2025	Kick off ideation program	Mengikuti acara Kick-Off Ideation Program Klaster Kewirausahaan dan mengikuti mini workshop dengan topik	Mendapat pembekalan dan juga sesi briefing untuk menjelaskan detail kegiatan selama

		"The Entrepreneurship Mindset: Embracing Proactive and Innovation" dengan pembicara Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.	program serta informasi penting yang harus diperhatikan dan diikuti selama mengikuti Ideation Program Klaster Kewirausahaan bersama Skystar Ventures UMN. Workshop ini mengajarkan bahwa menjadi wirausahawan sukses bukan hanya soal ide bisnis yang brilian, tapi juga soal memiliki mindset yang tepat. Ketahanan, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan untuk terus berinovasi adalah kunci untuk menavigasi dunia startup yang penuh tantangan.
Selasa, 11 Februari 2025	1) Pembentukan struktur perusahaan Granofit. 2) Pembelajaran asinkron Skystar Ventures melalui YouTube .	1) Melakukan bimbingan magang pertama dengan supervisor Kak Hokky Nanda bersama kelompok granofit. 2) Mengikuti pembelajaran asinkron secara online yang diselenggarakan oleh Skystar	1) Pada bimbingan pertama tersebut, membahas tentang pembagian divisi dalam tim kemudian traction, lalu pemberian tugas oleh supervisor kepada kelompok

		Ventures, menonton video workshop melalui YouTube.	Granofit. 2) Workshop ini memberikan wawasan berharga bagi siapa pun yang sedang membangun startup. Dengan memilih dan melacak metrik yang tepat, kita dapat membuat keputusan berdasarkan data yang akan membantu kita untuk mencapai tujuan bisnis.
Jumat, 14 Februari 2025	1) Penentuan jobdesc anggota dan pembuatan road map Granofit Februari–Mei. 2) Pembuatan HPP baru untuk produk perusahaan Granofit	1) Berdiskusi bersama kelompok dan mengerjakan tugas kelompok yang diberikan oleh Supervisor, yaitu menentukan jobdesk final untuk masing-masing anggota kelompok dan juga menentukan road map untuk bisnis Granofit. 2) Berdiskusi bersama	1) Secara final menentukan masing-masing anggota akan berada di divisi apa saja dan juga membuat road map dari bulan Februari hingga Mei, kegiatan apa saja yang akan dilakukan oleh masing-masing divisi di Granofit.

		kelompok untuk membahas tentang tugas penentuan HPP baru yang ditugaskan oleh supervisor.	2) Pembuatan HPP baru, yaitu berdiskusi bersama dengan divisi finance dalam menentukan harga terbaik untuk produk Granofit dan memperoleh hasil yaitu menaikkan harga penjualan produk Granofit.
Sabtu, 15 Februari 2025	Pembuatan benchmark Granofit	Membuat powerpoint yang berisikan benchmark untuk produk Granofit.	Membuat benchmark untuk melakukan analisa terkait kompetitor yang menjual produk serupa seperti granola bar di Indonesia.
Selasa, 18 Februari 2025	Pembahasan benchmark Granofit, HPP, jurnal penjualan, dan tugas marketing planning dan variasi rasa baru.	Melakukan bimbingan magang kedua bersama dengan supervisor kelompok Granofit yaitu Kak Hokky Nanda.	Membahas tentang powerpoint benchmark Granofit dan membahas terkait excel HPP dan jurnal penjualan produk Granofit. Kemudian diberikan tugas yaitu untuk membuat powerpoint berisikan marketing planning dan juga powerpoint berisikan variasi rasa baru.
Jumat, 21 Februari 2025	Workshop offline Hands-on Root Cause Analysis dengan	Mengikuti Workshop secara offline yaitu tentang Hands-on Root Cause Analysis	Pada workshop ini kami melakukan kegiatan kelompok seperti menggambar

	studi kasus nyata, kegiatan kelompok workshop, dan pengerjaan tugas paper workshop 2.	Workshop with Real Case Studies.	pohon apel di kertas berukuran A3, kemudian menuliskan problem, consequences dan solution untuk case studies yang ditentukan. Mengerjakan tugas paper workshop 2 yang berisi rangkuman materi selama workshop, dari workshop ini saya mendapat wawasan bahwa RCA membantu mengidentifikasi area-area di mana proses atau sistem dapat ditingkatkan untuk mencegah masalah terjadi. Dengan memahami akar penyebab masalah, solusi yang lebih efektif dan berkelanjutan dapat ditemukan untuk mencegah masalah serupa terjadi di masa depan.
Senin, 24 Februari 2025	Pembelajaran asinkron Skystar Ventures melalui YouTube.	Menonton video workshop online yang berjudul "Market Research for Startup by M. Musyafa Syahbid"	Mengerjakan tugas paper summary tentang workshop online dan mendapat wawasan bahwa melalui market research yang efektif, startup dapat memahami pasar dan merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Seminar

			ini menekankan bahwa penting untuk terus melakukan riset dan adaptasi terhadap perubahan pasar agar bisnis dapat bertahan dan berkembang di era digital yang kompetitif.
Rabu, 5 Maret 2025	First meeting dengan mentor Granofit: pengenalan, presentasi pitch deck, diskusi bisnis, revisi pitch deck, dan tugas survei perilaku konsumen.	Mengikuti first meeting dengan mentor kelompok granofit yaitu Mas Octa Ramayana.	Pada first meeting tersebut kami melakukan pengenalan, kemudian mempresentasikan pitch deck kelompok, dan berdiskusi serta tanya jawab terkait bisnis granofit ini. Kemudian mendapat masukan mengenai isi dari pitchdeck yang masih kurang baik dan benar. Kemudian mendapat tugas dari mentor untuk mengirimkan kuesioner survei perilaku konsumen yang sebelumnya sudah diberikan kepada konsumen terkait produk granofit sendiri.
Kamis, 6 Maret 2025	Pembelajaran asinkron Skystar Ventures melalui YouTube.	Menonton video pembelajaran online yang berjudul " <i>Mapping Customer Persona</i> " untuk tugas asinkron dari Skystar Ventures yang tersedia platform YouTube.	Berdiskusi secara kelompok terkait pengerjaan tugas asinkron kelompok. Kemudian mengerjakan secara berkelompok untuk tugas asinkron tersebut. Mendapat wawasan dari

			pengerjaan tugas ini yaitu memahami bahwa pentingnya menganalisa sebuah customer untuk mengetahui perilakunya sehingga dapat menyesuaikan produk kita dengan preferensinya.
Rabu, 12 Maret 2025	Pembelajaran asinkron Skystar Ventures melalui YouTube.	Menonton video workshop asinkron yang ditugaskan oleh Skystar Ventures, video workshop online tersebut berjudul “Understanding Customer Needs: A Deep Dive into Value Proposition Canvas”. Mengerjakan tugas individu untuk merangkum materi workshop dan tugas kelompok untuk membuat value proposition canvas.	Workshop ini menawarkan eksplorasi komprehensif tentang Value Proposition Canvas, menekankan pentingnya memahami kebutuhan pelanggan, lanskap kompetitif, dan strategi pasar yang efektif. Wawasan yang dikumpulkan dari workshop ini dapat sangat penting bagi pengusaha dan bisnis yang ingin membangun kehadiran pasar yang kuat dan memberikan nilai luar biasa kepada pelanggan mereka. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, perusahaan dapat tidak hanya memenuhi tetapi melebihi harapan pelanggan, yang pada akhirnya mengarah pada pertumbuhan yang berkelanjutan

			dan kesuksesan di industri masing-masing.
Kamis, 20 Maret 2025	Pembelajaran asinkron Skystar Ventures melalui YouTube.	Mengikuti pembelajaran asinkron dengan menonton video materi workshop secara online yang berjudul Crafting Business Model Canvas. Mendapat tugas individu untuk merangkum materi workshop dan tugas kelompok untuk membuat business model canvas.	Wawasan yang diperoleh dari Business Model Canvas tidak hanya berfungsi sebagai alat kategorisasi tetapi juga sebagai kerangka kerja strategis bagi wirausahawan untuk menyempurnakan ide bisnis mereka. Memahami komponen-komponen ini secara mendalam dan menerapkannya dapat secara signifikan meningkatkan peluang wirausahawan dalam menghadapi kompleksitas membangun bisnis yang sukses. Workshop ini berfungsi sebagai panduan instruksional sekaligus sumber motivasi bagi pemilik bisnis yang bercita-cita tinggi.
Selasa, 25 Maret 2025	Trivia Quiz online Skystar Ventures.	Mengikuti Trivia Quiz secara online yang diadakan oleh Skystar Ventures.	Menguji kembali materi-materi yang telah didapat selama mengikuti ideation program di Skystar Ventures melalui workshop-workshop secara offline ataupun online.

Kamis, 27 Maret 2025	Ujian Tengah Semester Skystar Ventures: Presentasi pitch deck Granofit.	Mengikuti Ujian Tengah Semester yang diadakan oleh Skystar Ventures.	Melakukan presentasi pitchdeck usaha Granofit, melalui presentasi tersebut, saya mendapat masukan untuk memperbaiki positioning Granofit dengan kompetitor, memperbaiki harga jual dengan kualitas yang diberikan untuk pelanggan.
Kamis, 17 April 2025	Pembelajaran asinkron Skystar Ventures melalui YouTube.	Mengikuti pembelajaran asinkron dari Skystar Ventures, yaitu menonton video online workshop yang berjudul “Business Pivot & Restart” melalui YouTube. Mendapat tugas individu untuk merangkum materi workshop	Workshop ini memberikan banyak informasi bermanfaat bagi perempuan Indonesia dan pengusaha lainnya tentang bagaimana cara beradaptasi dan bertahan di dunia bisnis pasca-pandemi. Transformasi yang cepat dan relevansi produk/layanan menjadi kunci sukses dalam menghadapi tantangan yang ada. Pengusaha harus tetap fleksibel, terbuka terhadap inovasi, dan memiliki jaringan yang kuat dalam komunitas untuk memanfaatkan setiap peluang yang muncul dalam pasar.
Rabu, 30 April 2025	Pembahasan perkembangan penjualan produk Granofit pada bulan Mei dan April serta	Melakukan bimbingan magang ketiga bersama dengan supervisor kelompok Granofit yaitu Kak Hokky Nanda.	Melakukan bimbingan magang bersama Supervisor Granofit yaitu Kak Hokky, dalam bimbingan ini

	rencana inovasi produk baru.		membahas tentang perkembangan penjualan produk di Granofit di bulan Mei dan April, kemudian membahas terkait rencana penambahan inovasi produk baru untuk Granofit.
Jumat, 2 Mei 2025	Workshop offline dengan topik “From Idea to Prototype: Rapid Product Prototyping 101” dengan studi kasus nyata, kegiatan kelompok workshop, dan pengerjaan tugas paper workshop.	Mengikuti workshop offline yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures yaitu dengan topik “From Idea to Prototype: Rapid Product Prototyping 101”, mendapat tugas individu untuk merangkum materi workshop.	Workshop ini membantu mahasiswa untuk memahami pentingnya riset pengguna, tahapan design thinking, dan eksplorasi ide sebelum menentukan solusi. Kemudian melakukan kegiatan bersama kelompok untuk belajar membuat prototipe sederhana dari ide solusi yang ditentukan oleh pembawa acara workshop. Selain itu ada juga kegiatan individu di dalam workshop untuk mencoba membuat prototype produk sesuai dengan instruksi dari pembicara. Lalu mengerjakan rangkuman paper dari materi workshop.
Minggu, 11 Mei 2025	Meeting kedua: presentasi pitch deck yang telah	Mengikuti meeting kedua dengan mentor eksternal kelompok	Pada meeting kedua bersama mentor, saya bersama kelompok

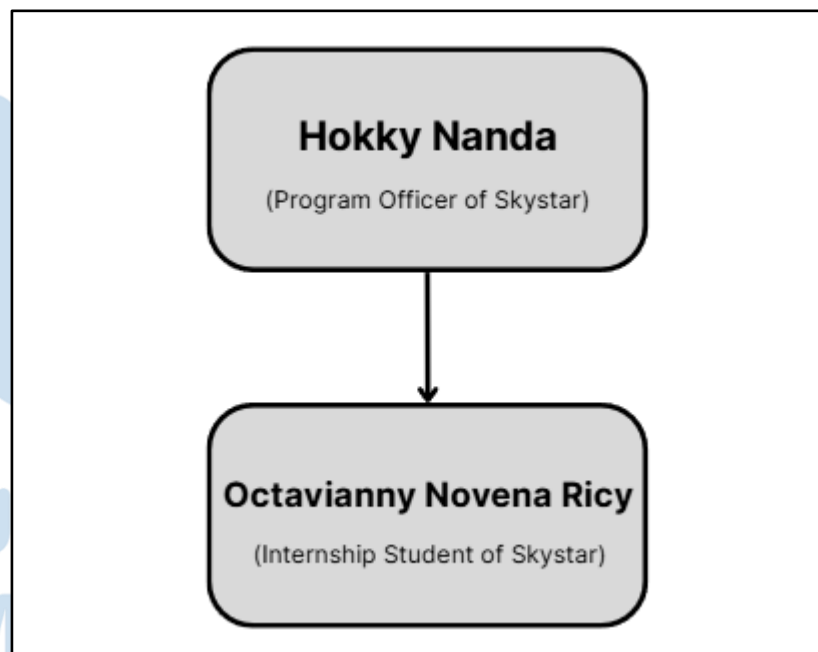
	direvisi, revisi pada slide problem, solusi, why now, produk, TAM, SAM, SOM, dan BMC, serta masukan untuk menyederhanakan teks dalam slide menjadi flat icon.	granofit yaitu Mas Octa Ramayana.	melakukan presentasi pitch deck yang telah direvisi sebelumnya. Pada meeting kali ini, kami mendapat revisi terkait pitch deck yaitu terkait slide problem, solusi, why now, produk, TAM, SAM, SOM, dan BMC. Kemudian mentor juga menyampaikan bahwa slide PPT pitch deck kelompok saya masih terlalu banyak teks dan harus direvisi menjadi flat icon saja di setiap slidennya.
Sabtu, 17 Mei 2025	Meeting ketiga: presentasi ulang pitch deck yang telah direvisi, evaluasi terhadap slide PPT yang masih kurang benar dan rapi, serta revisi pada slide PPT yang salah.	Mengikuti meeting ketiga dengan mentor eksternal kelompok granofit yaitu Mas Octa Ramayana.	Pada meeting ketiga bersama mentor, saya dan kelompok melakukan presentasi ulang dengan isi pitch deck yang sudah direvisi sesuai tugas dari Mas Octa, kemudian mendapat beberapa revisi untuk bagian slide PPT yang masih kurang benar dan rapih. Kemudian saya melakukan erevisi bagian PPT pitch deck di slide solusi yaitu mengubah posisi flat icon yang dijelaskan sebagai solusi, menggantinya sesuai urutan dari problem yang telah dijelaskan

			sebelumnya. Jadi isi dari solusi harus sesuai urutan problem apa yang dijelaskan pertama, dan seterusnya.
Jumat, 23 Mei 2025	Bimbingan magang bersama supervisor Skystar Ventures serta sosialisasi kegiatan demoday yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures.	1) Melakukan bimbingan magang keempat bersama dengan supervisor kelompok Granofit yaitu Kak Hokky Nanda. 2) Mengikuti sosialisasi kegiatan demoday.	1) Dalam bimbingan kali ini membahas tentang produk baru yang akan diperkenalkan nanti pada saat demo day, kemudian mendapat saran tentang pengenalan produk baru pada saat demo day sebaiknya dilakukan dengan memberikan tester, kemudian menyampaikan beberapa masukan yang didapat dari mentor eksternal kepada Kak Hoky tentang strategi kolaborasi dengan brand lain yang sudah terkenal,

			kemudian membuat promo bundling granola + ice cream oats dengan menanyakan pendapat Kak Hoky. Dijelaskan juga mengenai pembuatan google form pada saat demo day untuk mendapatkan feedback dari orang-orang yang hadir di booth Granofit nanti. Kemudian kami juga diberi saran untuk lebih fokus ke penjualan granola dulu saja dan melakukan peluncuran produk ice cream oats nanti. 2) Dalam meeting untuk persiapan kegiatan demo day yang akan dilaksanakan
--	--	--	--

			tanggal 4-5 Juni, Kak Hoky menjelaskan teknis tentang pelaksanaan demo day nanti, apa saja yang harus dilakukan setiap kelompok pada saat demo day nanti dan juga apa saja yang harus dipersiapkan sebelum demo day.
--	--	--	---

Berikut merupakan struktur pelaporan mengenai kinerja magang di inkubator bisnis Skystar Ventures:



Gambar 3.2 Struktur pelaporan kinerja magang di Skystar Ventures

Praktik kerja magang dilaksanakan di bawah naungan Skystar Ventures. Selama proses magang, koordinasi secara langsung dilakukan oleh Kak Hokky Nanda dan Kak Michelle Greysianti, setiap kelompok usaha yang berada di bawah naungan Skystar Ventures memiliki supervisor yang berbeda, untuk kelompok usaha penulis yaitu Granofit, mendapat supervisi dari Kak Hokky Nanda. Dalam pelaksanaan program magang di Skystar Ventures, penulis mendapat tanggung jawab untuk peran sebagai **Chief Product Officer (CPO)** dalam usaha bisnis Granofit. *Chief Product Officer (CPO)* adalah salah satu posisi eksekutif paling penting dalam perusahaan yang berfokus pada produk, bertanggung jawab atas semua aspek pengembangan dan manajemen produk. Tugas *Chief Product Officer (CPO)* meliputi merumuskan strategi produk jangka panjang, mengawasi pengembangan produk dari awal hingga peluncuran, memimpin tim produk, bekerja sama dengan departemen pemasaran untuk strategi peluncuran produk, meningkatkan pengalaman pengguna, dan berinovasi dengan memantau tren industri. *Chief Product Officer (CPO)* memastikan produk perusahaan sesuai dengan kebutuhan pasar, mendorong pertumbuhan, serta mendukung inovasi bisnis. Sebagai CPO di Granofit, penulis juga berfokus pada pengembangan kemampuan problem-solving dalam menghadapi tantangan bisnis yang nyata, seperti menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen yang terus berkembang serta menghadapi persaingan di industri makanan sehat. Selain itu, penulis bertanggung jawab untuk melakukan riset dan analisis pasar guna memastikan bahwa produk yang dikembangkan memiliki daya saing yang tinggi. Dalam menjalankan peran ini, penulis berkontribusi dalam mengembangkan inovasi produk makanan sehat yang sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen, baik dari segi bahan baku, varian rasa, bentuk produk yang variatif maupun konsep kemasan yang menarik dan praktis. Selain itu, penulis juga melakukan kolaborasi dengan tim dalam menciptakan strategi pengembangan produk yang berkelanjutan, termasuk dalam menjaga efisiensi produksi dan memastikan setiap varian produk tetap memenuhi standar kesehatan. Penulis juga mengoptimalkan formulasi dan komposisi produk agar tetap bernutrisi dan sesuai dengan kebutuhan gizi konsumen, sehingga Granofit tidak hanya menjadi pilihan praktis, tetapi juga

mendukung pola hidup sehat bagi penggunanya. Dengan tanggung jawab tersebut, peran CPO dalam bisnis Granofit menjadi sangat krusial dalam menjaga daya saing produk, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas kerja magang

Selama praktik kerja magang sebagai *Chief Product Officer (CPO)* di Granofit, penulis berfokus pada penciptaan dan pengembangan produk Granofit. Dalam pelaksanaan magang yang berlangsung selama lima bulan di Skystar Ventures, mulai dari bulan Februari hingga bulan Mei 2025, berbagai tugas berhasil diselesaikan. Rincian tugas-tugas tersebut dijelaskan secara lengkap pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Rincian tugas kerja magang pada perusahaan Granofit

No	Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Koordinasi	Koordinator
1.	Benchmarking Granofit	Melakukan analisis perbandingan (benchmarking) untuk Granofit guna mengevaluasi kinerja, kualitas, dan daya saingnya dibandingkan dengan produk serupa di pasar. Proses ini memungkinkan Granofit untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif serta aspek yang perlu ditingkatkan agar	Koordinasi dalam pembuatan benchmarking untuk Granofit dilakukan penulis bersama dengan CEO.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		dapat bersaing lebih efektif. Dengan hasil benchmarking yang akurat, strategi bisnis Granofit dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan posisi Granofit di industri yang semakin kompetitif.		
2.	Masukan pelanggan untuk produk Granofit	Tujuan mengumpulkan masukan pelanggan terkait produk Granofit adalah untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan pengalaman konsumen secara langsung. Dengan masukan ini, Granofit dapat mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan, baik dalam hal kualitas produk, rasa, kemasan, maupun harga. Selain itu, masukan pelanggan dapat digunakan untuk mengembangkan inovasi yang lebih sesuai dengan tren pasar dan meningkatkan	Koordinasi dengan seluruh divisi Granofit untuk meminta masukan dari seluruh pelanggan yang membeli produk Granofit.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		kepuasan konsumen. Evaluasi yang diperoleh dari masukan ini juga membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif serta memperkuat daya saing Granofit di industri makanan.		
3.	Standarisasi resep granola Granofit	Tujuan dari menyempurnakan resep granola Granofit hingga menjadi resep standar adalah untuk memastikan kualitas, rasa, dan tekstur produk tetap konsisten dalam setiap produksi. Dengan menetapkan resep standar, Granofit dapat terus menjaga kepuasan pelanggan dengan menghadirkan produk yang selalu memenuhi ekspektasi pasar. Resep standar juga menjadi acuan bagi seluruh divisi Granofit agar dapat menghasilkan granola dengan kualitas terbaik secara berkelanjutan, sekaligus	Koordinasi dengan seluruh divisi Granofit dalam meminta masukan terkait penciptaan resep standar.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		memperkuat identitas merek Granofit di industri makanan sehat. Dengan formula yang teruji dan seragam, produk Granofit dapat lebih mudah diterima oleh pasar dan bersaing dengan merek-merek lain.		
4.	Referensi kemasan baru untuk produk Granofit	Tujuan dari mencari referensi kemasan baru untuk produk Granofit adalah untuk meningkatkan daya tarik visual, fungsionalitas, dan nilai jual produk di pasar. Dengan mengeksplorasi berbagai desain kemasan yang inovatif, Granofit dapat menemukan solusi yang lebih efektif dalam menjaga kualitas produk, memperkuat identitas merek, serta menarik perhatian konsumen. Kemasan yang tepat juga dapat memberikan pengalaman pengguna yang	Koordinasi dengan CEO dalam mencari dan menentukan jenis kemasan baru yang akan digunakan untuk produk Granofit.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		lebih baik, dan meningkatkan kesan premium.		
5.	Pembelian cetakan kecil untuk granola versi mini	Tujuan dari mencari dan membeli cetakan berukuran kecil untuk produk granola versi <i>Bite Size</i> adalah untuk menciptakan variasi produk yang lebih praktis dan menarik bagi konsumen. Dengan ukuran yang lebih kecil, granola dapat lebih mudah dikonsumsi sebagai camilan <i>on-the-go</i> , meningkatkan kenyamanan dan daya tarik bagi pelanggan yang mencari porsi lebih fleksibel.	Koordinasi dengan seluruh divisi Granofit dalam meminta masukan terkait pembelian cetakan baru untuk menciptakan Granofit dengan ukuran lebih kecil.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).
6.	Uji coba kemasan baru Granofit melalui pembelian online.	Tujuan dari membeli kemasan <i>zip lock</i> atau <i>clip lock</i> melalui toko online sebagai uji coba adalah untuk mengevaluasi efektivitas dan kesesuaian kemasan baru bagi produk Granofit sebelum diterapkan secara luas. Dengan melakukan uji coba ini, Granofit	Koordinasi dengan seluruh divisi Granofit dalam meminta masukan untuk melakukan uji coba penggantian kemasan Granofit yang lama ke yang baru.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		dapat menilai aspek fungsionalitas seperti kemudahan penggunaan, daya tahan, serta kemampuan kemasan dalam menjaga kualitas produk. Selain itu, kemasan baru dapat meningkatkan daya tarik visual dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, terutama dalam hal kenyamanan penyimpanan dan aksesibilitas.		
7.	Inovasi granola bite-size	Tujuan utama dari membuat inovasi granola dengan bentuk yang lebih kecil atau <i>bite size</i> adalah untuk meningkatkan kemudahan konsumsi dan memperluas daya tarik produk ke berbagai segmen pasar. Dengan ukuran yang lebih kecil, granola menjadi lebih praktis sebagai camilan sehat, memungkinkan konsumen menikmati produk tanpa perlu	Koordinasi dengan seluruh divisi Granofit dalam menciptakan bentuk granola yang lebih kecil	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		memecah belah granola. Selain itu, bentuk bite size dapat meningkatkan pengalaman makan dengan tekstur yang lebih seragam dan keseimbangan rasa yang optimal dalam setiap gigitan.		
8.	Pembuatan pesanan <i>pre-order</i> Granofit	Tujuan dari membuat pesanan <i>pre-order</i> granola Granofit adalah untuk memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan pelanggan, mengoptimalkan perencanaan produksi, serta meningkatkan efisiensi dalam proses distribusi. Dengan sistem <i>pre-order</i> , perusahaan dapat mengurangi risiko kelebihan atau kekurangan stok.	Koordinasi dengan seluruh divisi Granofit dalam pembuatan pesanan <i>pre-order</i> Granofit.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).
9.	Bantuan kepada CMO dalam sesi foto produk Granofit	Tujuan dari membantu CMO dalam melakukan foto produk Granofit adalah untuk memastikan visual produk yang menarik dan profesional guna mendukung	Koordinasi dengan CMO dalam melakukan foto produk Granofit.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		strategi pemasaran.		
10.	<i>Editing video iklan produk Granofit sebagai konten promosi di akun Instagram @gadingserpongupdate</i>	Tujuan dari melakukan editing video iklan produk Granofit sebagai konten promosi adalah untuk meningkatkan daya tarik visual, menyampaikan pesan pemasaran dengan lebih efektif, serta menarik perhatian calon pelanggan. Dengan editing yang tepat, pesan dalam video dapat lebih terstruktur dan mampu memperkuat branding produk agar lebih menonjol di pasar.	Koordinasi dengan CMO dalam pembuatan konten promosi.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).
11.	Bantuan kepada CMO dalam pembuatan video konten promosi di Media Sosial TikTok Granofit	Tujuan dari membantu CMO dalam membuat video konten promosi di media sosial TikTok Granofit adalah untuk meningkatkan visibilitas merek, menarik perhatian audiens yang lebih luas, serta memperkuat strategi pemasaran digital. Dengan konten yang kreatif, Granofit dapat membangun	Koordinasi dengan CMO dalam membuat video konten promosi.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).

		koneksi lebih kuat dengan konsumen dan meningkatkan peluang penjualan.		
12.	Pencarian menu makanan ringan sebagai inovasi menu baru di Granofit.	Tujuan dari pencarian menu makanan ringan sebagai inovasi menu baru di Granofit adalah untuk memperluas pilihan produk yang sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen. Dengan mengeksplorasi berbagai menu, Granofit dapat menghadirkan inovasi yang menarik, meningkatkan daya tarik produk, serta memperkuat posisi merek sebagai pelopor makanan sehat. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menawarkan variasi menu yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan mereka.	Koordinasi dengan seluruh divisi Granofit dalam inovasi menu baru di Granofit.	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).
13.	Inovasi <i>sandwich ice cream oats</i>	Tujuan dari inovasi ini adalah untuk	Koordinasi dengan seluruh divisi	Kak Michelle Greysianti dan Kak Hokky

		menghadirkan es krim sehat dengan susu nabati dan oats sebagai pengganti lemak jenuh. Es krim yang terbuat dari oats ini menawarkan alternatif rendah kalori, kaya serat, dan berindeks glikemik rendah, cocok bagi vegan, penderita intoleransi laktosa, serta konsumen yang menghindari lemak hewani. Produk ini memberikan pilihan lebih sehat tanpa mengorbankan rasa, sekaligus mendukung pola makan yang lebih seimbang.	Granofit dalam inovasi menu baru di Granofit.	Nanda (selaku <i>program officer</i> dari Skystar Ventures).
--	--	---	--	---

3.2.2 Uraian kerja magang

Berikut merupakan uraian kerja magang dari rincian tugas-tugas yang telah dilaksanakan oleh penulis selama praktik kerja magang yang ditulis pada tabel diatas.

1) Benchmarking Granofit

Sebagai seorang mahasiswa magang yang berperan sebagai *Chief Product Officer (CPO)* di Granofit, saya bertanggung jawab dalam proses benchmarking produk bersama CEO untuk memastikan strategi bisnis yang optimal dibandingkan dengan kompetitor. Dalam benchmarking Granofit, analisis terhadap produk kompetitor menjadi langkah penting untuk

memahami keunggulan dan kelemahan pesaing di pasar. Produk kompetitor dalam kategori granola memiliki variasi yang cukup luas, baik dari segi komposisi bahan, variasi rasa, manfaat, kekurangan, harga, distribusi, dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh para kompetitor.

Dari aspek komposisi bahan, beberapa kompetitor menggunakan campuran gandum utuh, kacang-kacangan, biji-bijian, serta pemanis alami seperti madu atau gula beras untuk menarik konsumen yang peduli pada kesehatan. Ada pula yang menambahkan protein ekstra atau serat tinggi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang aktif berolahraga atau menjaga pola makan sehat. Variasi rasa juga menjadi faktor pembeda yang digunakan oleh kompetitor. Beberapa merek menawarkan rasa klasik seperti coklat, sementara yang lain menghadirkan variasi rasa unik seperti matcha, buah-buahan, atau yoghurt untuk memberikan pengalaman konsumsi yang unik.

Dari segi keunggulan dan kelemahan, produk kompetitor tertentu memiliki keunggulan dalam klaim kesehatan yang lebih spesifik, seperti bebas gluten, organik, atau rendah gula, yang menjadi daya tarik bagi konsumen dengan preferensi khusus. Namun, kelemahan yang sering ditemukan adalah harga yang relatif tinggi atau tekstur yang kurang sesuai dengan ekspektasi pasar. Harga juga menjadi faktor penting dalam benchmarking. Ada kompetitor yang menargetkan pasar premium dengan harga lebih tinggi dan kemasan eksklusif, sementara yang lain mengarah ke pasar massal dengan harga terjangkau. Dari sisi distribusi dan pemasaran, beberapa kompetitor telah memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk menjangkau pelanggan, serta bekerja sama dengan gerai kesehatan dan supermarket besar. Pemasaran melalui influencer di bidang kesehatan dan kebugaran juga sering digunakan untuk meningkatkan kredibilitas dan engagement dari produk kompetitor.



Gambar 3.3 Benchmark Granofit

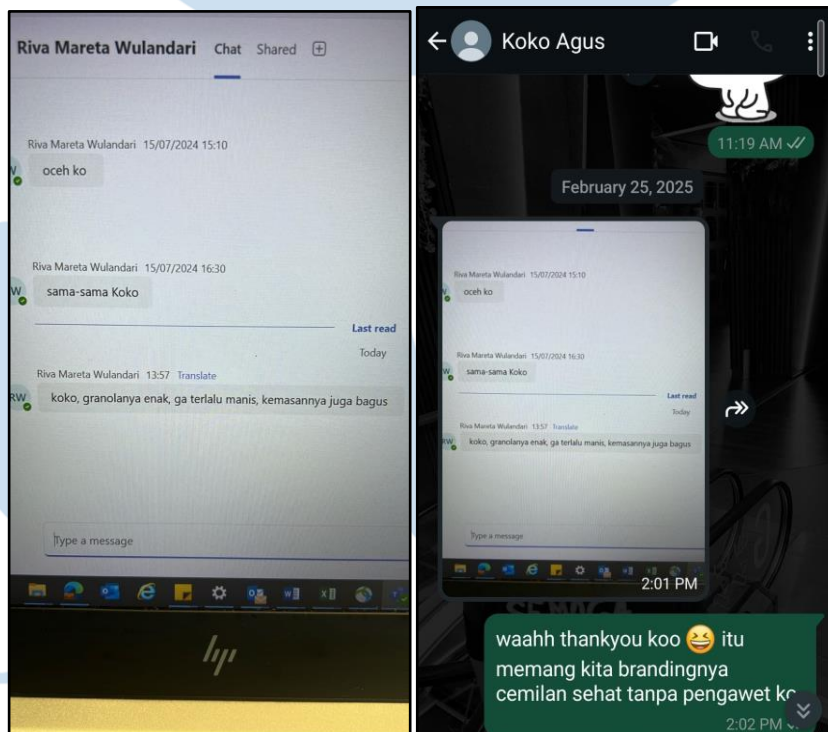
Dari hasil riset terkait produk kompetitor, seluruh temuan yang didapat oleh saya dan CEO dari riset ini, kemudian disusun ke dalam bentuk presentasi *PowerPoint* yang berisi data komposisi bahan, variasi rasa, manfaat, kekurangan, harga, distribusi, dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh para kompetitor. Tujuan utama dari benchmarking ini adalah untuk menentukan strategi diferensiasi produk, meningkatkan kualitas dan harga, memberikan dasar analisis bagi pengambilan keputusan bisnis, serta menyesuaikan produk dengan tren industri makanan sehat. Dari hasil benchmarking ini, saya memperoleh wawasan yang lebih dalam tentang posisi kompetitif Granofit, menemukan peluang inovasi dalam aspek formulasi, variasi rasa, dan kemasan produk. Dengan demikian, Granofit dapat semakin meningkatkan daya saingnya serta menarik lebih banyak pelanggan yang mengutamakan kualitas dan manfaat kesehatan dalam konsumsi granola.

2) Masukan pelanggan untuk produk Granofit

Sebagai CPO, salah satu peran penting saya dalam pengembangan produk Granofit adalah mengumpulkan dan menganalisis masukan dari pelanggan untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan

preferensi pasar. Masukan ini saya terima melalui dua saluran utama, yaitu WhatsApp dan interaksi langsung dengan pelanggan.

Dalam interaksi langsung, saya menerima beberapa masukan mengenai rasa Granofit yang dianggap terlalu manis dan ukuran yang dirasa masih terlalu besar sehingga tidak habis dalam satu kali konsumsi, kedua masukan ini menunjukkan adanya peluang untuk menyesuaikan formulasi serta variasi bentuk produk. Saat bertemu dengan pelanggan, saya tidak hanya mendengar pendapat mereka tetapi juga mengamati reaksi saat mereka mengonsumsi produk, kemudian menerima komentar spontan yang mereka berikan. Percakapan langsung ini sangat membantu dalam memahami persepsi mereka secara lebih mendalam. Selain itu, saya juga melakukan diskusi singkat dengan pelanggan untuk mencari tahu apakah mereka memiliki preferensi tertentu, seperti rasa yang lebih netral atau ukuran yang lebih kecil untuk kemudahan konsumsi.



Gambar 3.4 Masukan Pelanggan terhadap Produk Granofit

Sementara itu, dari komunikasi melalui WhatsApp, saya mendapatkan perspektif yang berbeda, di mana salah satu pelanggan justru merasa bahwa tingkat kemanisan Granofit sudah pas, serta menyatakan bahwa kemasan produk sudah bagus dan baik. Informasi ini penting untuk memahami bahwa preferensi rasa dapat bervariasi antar pelanggan, sehingga pendekatan yang paling efektif adalah menawarkan pilihan varian yang lebih beragam.

Setelah mengumpulkan berbagai masukan, saya melakukan analisis masukan dari pelanggan untuk mengidentifikasi aspek mana yang perlu ditingkatkan. Misalnya, jika mayoritas pelanggan merasa Granofit terlalu manis, maka penyesuaian formulasi menjadi hal yang perlu dipertimbangkan seperti mengurangi kadar gula dalam komposisi granola. Selain itu, masukan tentang ukuran produk juga menjadi pertimbangan dalam eksplorasi varian *bite-size*, yang sebelumnya telah menjadi salah satu inovasi Granofit.

Tahap selanjutnya, saya merancang strategi perbaikan produk berdasarkan data masukan dari pelanggan, yang mencakup:

- Evaluasi dan modifikasi formulasi rasa, menyesuaikan tingkat kemanisan agar lebih seimbang.
- Eksplorasi varian ukuran, mengembangkan versi *bite-size* untuk memenuhi preferensi pelanggan yang menginginkan ukuran lebih kecil.
- Peninjauan kemasan, mempertimbangkan jenis kemasan baru agar pelanggan yang suka menyisakan granola saat mereka makan dapat menyimpan sisa granola mereka tetap aman dan enak di dalam kemasan.

3) Standarisasi resep granola Granofit

Dalam upaya menyempurnakan resep granola Granofit hingga menjadi resep standar, saya melakukan beberapa langkah strategis untuk memastikan produk memiliki kualitas dan cita rasa yang sesuai dengan

preferensi pasar. Proses tersebut dijelaskan dalam beberapa tahapan:

a) Pembuatan produk granola dengan resep bawaan sebelumnya

Proses ini diawali dengan membuat tiga variasi rasa granola dari Granofit berdasarkan resep yang telah dibuat sebelumnya pada saat semester 5 dalam kegiatan WiraUsaha Merdeka (WMK).

Resep bawaan yang digunakan dalam eksperimen ini adalah sebagai berikut:

Resep Granofit Tiramisu (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow
- 100gram coklat rasa tiramisu
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla *essence*

Resep Granofit Matcha (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow
- 80gram coklat putih
- 70gram bubuk matcha
- 30gram air
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla *essence*

Resep Granofit Coklat (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow
- 100gram coklat rasa *dark chocolate*

- 25gram margarin
- 1sdt vanilla *essence*

b) Setelah itu, saya membuat tiga variasi granola dengan resep baru, yaitu dengan mengurangi ukuran gram dari salah satu komposisi granola, yaitu coklat. Beberapa varian coklat yang diuji untuk dikurangi ukuran gram nya dalam resep baru meliputi coklat rasa tiramisu, coklat putih, dan *dark chocolate*.

Resep terbaru yang telah disesuaikan adalah sebagai berikut:

Resep Granofit Tiramisu (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow
- 77gram coklat rasa tiramisu
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla *essence*

Resep Granofit Matcha (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow
- 50gram coklat putih
- 70gram bubuk matcha
- 30gram air
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla *essence*

Resep Granofit Coklat (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow

- 77gram coklat rasa *dark chocolate*
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla *essence*

c) Meskipun kedua resep memiliki variasi berbeda dalam komposisi ukuran gram coklat, tahapan pembuatannya tetap sama. Proses pembuatan granola dilakukan dengan metode yang telah ditetapkan untuk menjaga konsistensi kualitas dan tekstur produk.

Tahapan pembuatan kedua resep tersebut adalah sebagai berikut:

Resep Granofit Tiramisu (12 pcs, 50gram/pcs)

1. Timbang semua komposisi bahan sesuai dengan resep.
2. Siapkan teflon anti lengket, nyalakan api, dan masukkan margarin.
3. Setelah margarin meleleh, masukan marshmallow. Masak hingga marshmallow mencair dan tercampur dengan margarin.
4. Setelah marshmallow meleleh, masukan vanilla *essence* dan coklat tiramisu (sudah diparut). Masak hingga semua tercampur rata.
5. Setelah marshmallow, margarin, vanilla *essence*, dan coklat tiramisu tercampur rata. Masukan bahan kering dan aduk hingga seluruh bahan kering terlumuri oleh campuran tadi.
6. Setelah tercampur rata, siapkan cetakan silikon dan juga alat penekan granola agar rata dan pipih.
7. Adonan bahan kering dan juga marshmallow yang sudah tercampur rata kemudian diambil dan ditimbang dengan berat 50 gram. Setelah berat adonan sudah 50 gram, masukkan ke dalam cetakan dan pipihkan dengan tangan kemudian ratakan dengan alat penekan granola agar lebih rapih.
8. Setelah semua adonan dicetak, masukkan ke dalam lemari

pendingin selama 15 menit atau tunggu hingga mengeras.

9. Setelah mengeras, keluarkan dari lemari pendingin dan siapkan plastik kemasan yang sudah ditemplei stiker logo.
10. Keluarkan satu per satu granola dari dalam cetakan silikon, kemudian masukkan ke dalam plastik kemasan, dan masukkan juga 1 bungkus silica gel.
11. Setelah itu panaskan alat press plastik, setelah alat press panas. Rekatkan bagian atas kemasan yang masih terbuka dengan alat press, lalu tunggu selama 5 detik sampai plastik kemasan tertutup rapat.
12. Granola siap untuk dijual kepada pelanggan.

Resep Granofit Matcha (12 pcs, 50gram/pcs)

1. Timbang semua komposisi bahan sesuai dengan resep.
2. Siapkan teflon anti lengket, nyalakan api, dan masukkan air.
3. Setelah air mendidih masukkan bubuk matcha. Masak hingga bubuk matcha tidak menggumpal.
4. Setelah tercampur rata, masukkan margarin dan juga marshmallow. Masak hingga marshmallow mencair dan tercampur dengan margarin serta campuran matcha.
5. Setelah semua tercampur rata, masukan vanilla *essence* dan coklat putih (sudah diparut). Masak hingga semua tercampur rata.
6. Setelah semua tercampur rata. Masukan bahan kering dan aduk hingga seluruh bahan kering terlumuri oleh campuran tadi.
7. Setelah tercampur rata, siapkan cetakan silikon dan juga alat penekan granola agar rata dan pipih.
8. Adonan bahan kering dan juga marshmallow yang sudah tercampur rata kemudian diambil dan ditimbang dengan berat 50 gram. Setelah berat adonan sudah 50 gram,

masukkan ke dalam cetakan dan pipihkan dengan tangan kemudian ratakan dengan alat penekan granola agar lebih rapih.

9. Setelah semua adonan dicetak, masukkan ke dalam lemari pendingin selama 15 menit atau tunggu hingga mengeras.
10. Setelah mengeras, keluarkan dari lemari pendingin dan siapkan plastik kemasan yang sudah ditemplei stiker logo.
11. Keluarkan satu per satu granola dari dalam cetakan silikon, kemudian masukkan ke dalam plastik kemasan, dan masukkan juga 1 bungkus silica gel.
12. Setelah itu panaskan alat press plastik, setelah alat press panas. Rekatkan bagian atas kemasan yang masih terbuka dengan alat press, lalu tunggu selama 5 detik sampai plastik kemasan tertutup rapat.
13. Granola siap untuk dijual kepada pelanggan.

Resep Granofit Coklat (12 pcs, 50gram/pcs)

1. Timbang semua komposisi bahan sesuai dengan resep.
2. Siapkan teflon anti lengket, nyalakan api, dan masukkan margarin.
3. Setelah margarin meleleh, masukan marshmallow. Masak hingga marshmallow mencair dan tercampur dengan margarin.
4. Setelah marshmallow meleleh, masukan vanilla *essence* dan *dark chocolate* (sudah diparut). Masak hingga semua tercampur rata.
5. Setelah marshmallow, margarin, vanilla *essence*, dan *dark chocolate* tercampur rata. Masukan bahan kering dan aduk hingga seluruh bahan kering terlumuri oleh campuran tadi.
6. Setelah tercampur rata, siapkan cetakan silikon dan juga alat penekan granola agar rata dan pipih.

7. Adonan bahan kering dan juga marshmallow yang sudah tercampur rata kemudian diambil dan ditimbang dengan berat 50 gram. Setelah berat adonan sudah 50 gram, masukkan ke dalam cetakan dan pipihkan dengan tangan kemudian ratakan dengan alat penekan granola agar lebih rapih.
8. Setelah semua adonan dicetak, masukkan ke dalam lemari pendingin selama 15 menit atau tunggu hingga mengeras.
9. Setelah mengeras, keluarkan dari lemari pendingin dan siapkan plastik kemasan yang sudah ditemplei stiker logo.
10. Keluarkan satu per satu granola dari dalam cetakan silikon, kemudian masukkan ke dalam plastik kemasan, dan masukkan juga 1 bungkus silica gel.
11. Setelah itu panaskan alat press plastik, setelah alat press panas. Rekatkan bagian atas kemasan yang masih terbuka dengan alat press, lalu tunggu selama 5 detik sampai plastik kemasan tertutup rapat.
12. Granola siap untuk dijual kepada pelanggan.

d) Setelah kedua varian granola dengan resep yang berbeda selesai dibuat, saya bersama seluruh divisi Granofit melakukan uji coba rasa terhadap kedua resep tersebut. Dari hasil pengujian, diketahui bahwa rasa dari kedua varian tetap sesuai dengan identitas produk, yaitu tetap terasa tiramisu, matcha, dan *dark chocolate*, tanpa mengalami perubahan signifikan dalam karakteristik rasa. Namun, setelah melakukan perbandingan lebih lanjut, kami menemukan bahwa resep terbaru memiliki tingkat kemanisan yang lebih pas dan netral, menjadikannya lebih seimbang bagi konsumen yang menginginkan rasa tidak terlalu manis dan rasa yang manis.

e) Dengan temuan tersebut, kami memutuskan untuk mulai menjual

produk granola dengan tingkat kemanisan yang baru, bertujuan untuk mengumpulkan masukan tambahan dari pelanggan mengenai tingkat kemanisan granola yang baru. Setelah produk mulai dipasarkan, kami mengamati bahwa tidak ada lagi keluhan dari pelanggan mengenai granola yang terlalu manis. Berdasarkan hasil evaluasi ini, saya bersama seluruh divisi Granofit sepakat untuk menetapkan resep terbaru sebagai resep standar bagi produk granola Granofit.

Resep standar Granofit adalah sebagai berikut:

Resep Granofit Tiramisu (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow
- 77gram coklat rasa tiramisu
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla essence

Resep Granofit Matcha (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow
- 50gram coklat putih
- 70gram bubuk matcha
- 30gram air
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla essence

Resep Granofit Coklat (12 pcs, 50gram/pcs)

- 400gram bahan kering (150gram oats, 150gram campuran kacang-kacangan dan buah kering, 100gram rice crispy)
- 130gram marshmallow

- 77gram coklat rasa *dark chocolate*
- 25gram margarin
- 1sdt vanilla *essence*

f) **Standar Operasional Prosedur (SOP)**

Produksi Granola Bar “Granofit”

Nomor Dokumen:	PROD/GRANOFIT/001
Revisi:	00
Disusun Oleh:	Kepala Produksi

i) **Tujuan**

Standar Operasional Prosedur (SOP) ini bertujuan untuk menetapkan panduan dan langkah-langkah standar dalam proses produksi Granola Bar "Granofit" untuk menjamin:

- (1) **Keamanan Pangan:** Produk yang dihasilkan higienis dan aman untuk dikonsumsi.
- (2) **Kualitas Konsisten:** Setiap varian produk (Tiramisu, Matcha, Coklat) memiliki rasa, tekstur, berat (50 gram/pcs), dan penampilan yang seragam sesuai standar resep.
- (3) **Efisiensi Produksi:** Proses kerja berjalan lancar, teratur, dan meminimalkan pemborosan bahan baku.

ii) **Ruang Lingkup**

Standar Operasional Prosedur (SOP) ini berlaku untuk seluruh staf yang terlibat dalam proses produksi Granofit, mulai dari persiapan bahan, memasak adonan, pencetakan, hingga pengemasan produk jadi.

iii) **Penanggung Jawab**

(1) **Kepala Produksi:** Bertanggung jawab atas pengawasan keseluruhan implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP), pelatihan staf, dan kontrol kualitas.

(2) **Staf Produksi:** Bertanggung jawab untuk melaksanakan setiap tahapan dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) ini dengan teliti dan konsisten.

iv) **Referensi Resep Standar**

Setiap batch produksi (12 pcs @ 50gr) harus mengacu pada resep standar berikut:

Tabel 3.3 Resep Standar Granola Granofit

Bahan	Varian Tiramisu	Varian Matcha	Varian Coklat
Bahan Kering (Total 400gr)			
<i>Rolled Oats</i>	150gram	150gram	150gram
Campuran kacang & buah kering	150gram	150gram	150gram
<i>Rice crispy</i>	100gram	100gram	100gram
Bahan Basah			
Marshmallow	130gram	130gram	130gram
Margarin	25gram	25gram	25gram
Vanilla essence	1sdt	1sdt	1sdt
Coklat Tiramisu (Parut)	77gram	-	-
Coklat Putih (Parut)	-	50gram	-
Coklat hitam	-	-	77gram

(Parut)			
Bubuk Matcha	-	70gram	-
Air	-	30gram	-

v) **Prosedur Kerja**

(1) **Tahap Persiapan**

(a) **Kebersihan:** Pastikan area kerja, meja, dan tangan dalam keadaan bersih. Gunakan sarung tangan dan penutup kepala.

(b) **Peralatan:** Siapkan semua peralatan yang dibutuhkan:

- Timbangan digital
- Teflon anti lengket dan spatula
- Kompor
- Mangkuk *stainless steel* untuk menimbang bahan
- Cetakan silikon bulat diameter 7.5cm
- Alat penekan granola
- Plastik kemasan yang sudah ditemplei stiker logo
- Silica gel food grade
- Alat press plastik

(c) **Penimbangan:** Timbang semua bahan sesuai dengan resep varian yang akan diproduksi.

Letakkan setiap bahan dalam wadah terpisah untuk memastikan tidak ada yang terlewat.

(2) Tahap Pemasakan Adonan

(a) Untuk Varian Tiramisu & Cokelat:

- Nyalakan kompor dengan api kecil-sedang.
- Masukkan margarin ke dalam teflon. Biarkan hingga meleleh sempurna.
- Masukkan marshmallow. Aduk terus menerus dengan spatula hingga marshmallow benar-benar mencair dan tercampur rata dengan margarin.
- Setelah marshmallow meleleh, masukkan vanilla essence dan parutan coklat (rasa Tiramisu atau *Dark Chocolate* sesuai varian). Aduk cepat hingga semua bahan larut dan tercampur menjadi adonan cair yang homogen.
- Matikan api. Segera masukkan seluruh bahan kering (oats, campuran kacang & buah, rice crispy) ke dalam teflon.
- Aduk cepat dan merata hingga seluruh permukaan bahan kering terlumuri sempurna oleh adonan marshmallow. Pastikan tidak ada bahan kering yang menggumpal.

(b) Untuk Varian Matcha:

- Nyalakan kompor dengan api kecil-sedang.
- Masukkan air ke dalam teflon. Tunggu hingga mendidih.
- Masukkan bubuk matcha. Aduk cepat hingga larut dan tidak ada gumpalan.
- Masukkan margarin dan marshmallow. Aduk terus menerus hingga keduanya meleleh dan tercampur rata dengan larutan matcha.

- Setelah tercampur rata, masukkan vanilla essence dan parutan coklat putih. Aduk cepat hingga semua bahan larut dan menjadi adonan cair yang tercampur rata.
- Matikan api. Segera masukkan seluruh bahan kering (oats, campuran kacang & buah, rice crispy) ke dalam teflon.
- Aduk cepat dan merata hingga seluruh permukaan bahan kering terlumuri sempurna oleh adonan marshmallow. Pastikan tidak ada bahan kering yang menggumpal.

(3) Tahap Pencetakan

- (a) Siapkan timbangan digital, cetakan silikon, dan alat penekan.
- (b) Ambil adonan granola yang masih hangat, lalu timbang seberat tepat 50 gram. Toleransi berat ± 1 gram.
- (c) Segera masukkan adonan 50 gram tersebut ke dalam satu lubang cetakan silikon.
- (d) Pipihkan adonan dengan jari tangan (gunakan sarung tangan), kemudian padatkan dan ratakan permukaannya menggunakan alat penekan granola agar rapi dan padat.
- (e) Ulangi langkah b-d, hingga seluruh adonan habis tercetak.

(4) Tahap Pendinginan & Pengerasan

- (a) Masukkan cetakan silikon yang sudah terisi penuh ke dalam lemari pendingin (chiller) dengan suhu 4°C .

- (b) Diamkan selama minimal 30 menit atau hingga granola bar mengeras sempurna dan mudah dilepaskan dari cetakan.
- (c) Catat waktu masuk dan keluar produk dari chiller.

(5) Tahap Pengemasan

- (a) Siapkan plastik kemasan (yang sudah berstiker), silica gel food grade, dan panaskan alat press plastik.
- (b) Keluarkan granola bar yang sudah keras dari cetakan satu per satu dengan hati-hati.
- (c) Segera masukkan 1 buah granola bar ke dalam plastik kemasan.
- (d) Masukkan 1 bungkus silica gel ke dalam kemasan yang sama.
- (e) Rapatkan bagian atas kemasan yang masih terbuka menggunakan alat press plastik. Tekan selama 5 detik hingga kemasan tertutup rapat, kedap udara.
- (f) Periksa kembali setiap kemasan untuk memastikan segel benar-benar rapat.

vi) Penyimpanan Produk Jadi

(1) Penyimpanan Kulkas (Direkomendasikan):

- (a) Simpan produk jadi di dalam kulkas/chiller dengan suhu 4°C.
- (b) Masa simpan: 1 bulan.

(2) Penyimpanan Suhu Ruang:

- (a) Simpan di tempat yang sejuk, kering, dan terhindar dari sinar matahari langsung.
- (b) Masa simpan: 3 minggu.

(3) **Labeling:**

Setiap batch produksi diberi label tanggal produksi dan tanggal kedaluwarsa (baik untuk penyimpanan kulkas maupun suhu ruang).

vii) **Saran Konsumsi**

Untuk produk yang disimpan di dalam kulkas, informasikan kepada pelanggan untuk mengeluarkan produk 1 jam sebelum dikonsumsi agar teksturnya tidak keras.

viii) **Kebersihan dan Sanitasi**

(1) **Clean as You Go:** Segera bersihkan tumpahan atau sisa bahan selama proses produksi.

(2) **Pembersihan Akhir:** Setelah produksi selesai, cuci bersih semua peralatan (teflon, spatula, mangkuk, cetakan, alat penekan) menggunakan sabun food-grade, bilas hingga bersih, dan keringkan sebelum disimpan.

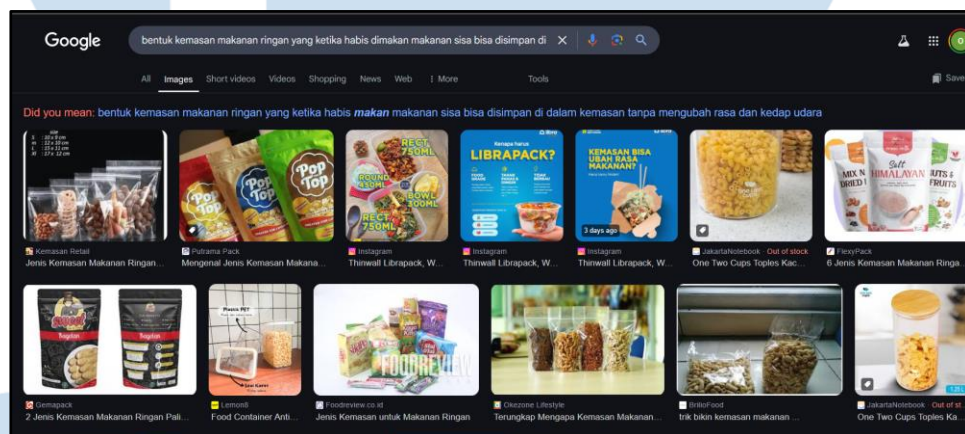
(3) **Kebersihan Diri:** Staf wajib mencuci tangan sebelum memulai produksi dan mengenakan sarung tangan serta penutup kepala.

4) **Referensi kemasan baru untuk produk Granofit**

Dalam upaya mencari referensi kemasan baru untuk produk Granofit, saya melakukan riset melalui internet dengan fokus pada kemasan makanan ringan yang memungkinkan sisa makanan tetap tersimpan dengan baik tanpa mengubah rasa dan tetap kedap udara. Pencarian ini bertujuan untuk menemukan solusi kemasan yang tidak hanya praktis tetapi juga mampu menjaga kualitas produk setelah kemasan dibuka.

Melalui pencarian dengan kata kunci "bentuk kemasan makanan ringan yang ketika habis dimakan makanan sisa bisa disimpan di dalam kemasan tanpa mengubah rasa dan kedap udara", saya menemukan

beberapa referensi yang relevan. Sebagian besar hasil yang muncul menunjukkan bahwa kemasan yang paling umum digunakan untuk tujuan ini adalah plastik dengan *zip lock* atau *clip lock*. Kemasan jenis ini memiliki keunggulan dalam menjaga kesegaran produk, mencegah kontaminasi udara, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menyimpan sisa makanan tanpa perlu memindahkannya ke wadah lain. Selain itu, saya juga menemukan beberapa alternatif kemasan lain yang dapat dipertimbangkan, seperti kemasan berbahan aluminium foil, yang memiliki sifat kedap udara lebih baik dan mampu melindungi produk dari kelembaban serta paparan cahaya. Dari hasil riset ini, saya menyusun beberapa opsi kemasan yang dapat dieksplorasi lebih lanjut untuk Granofit, dengan mempertimbangkan aspek kepraktisan, daya tahan, dan estetika.



Gambar 3.5 Referensi Kemasan untuk Produk Granofit

5) Pembelian cetakan kecil untuk granola versi mini

Dalam upaya mengembangkan produk granola versi kecil untuk Granofit, saya melakukan pencarian dan pembelian cetakan melalui toko online Shopee. Proses ini dimulai dengan mempertimbangkan cetakan yang sudah ada sebelumnya, yaitu cetakan berbahan dasar silikon namun dengan diameter 9.5 cm. Karena bahan silikon memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan kemudahan pelepasan produk dari cetakan, saya memutuskan untuk tetap menggunakan bahan yang sama dalam pencarian cetakan baru. Saya mulai mencari cetakan dengan ukuran yang lebih kecil,

yang sesuai untuk konsep *bite-size* granola yang lebih praktis dan mudah dikonsumsi oleh pelanggan. Melalui Shopee, saya menelusuri berbagai macam pilihan cetakan dengan beragam bentuk dan ukuran. Dalam pencarian ini, saya mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti diameter cetakan, bentuk yang sesuai dengan identitas Granofit yaitu lingkaran, serta kemudahan penggunaan dalam produksi. Setelah meneliti beberapa opsi, saya akhirnya menemukan cetakan yang memenuhi kriteria yang saya butuhkan, yaitu cetakan berbahan silikon dengan ukuran diameter 3.5 cm.



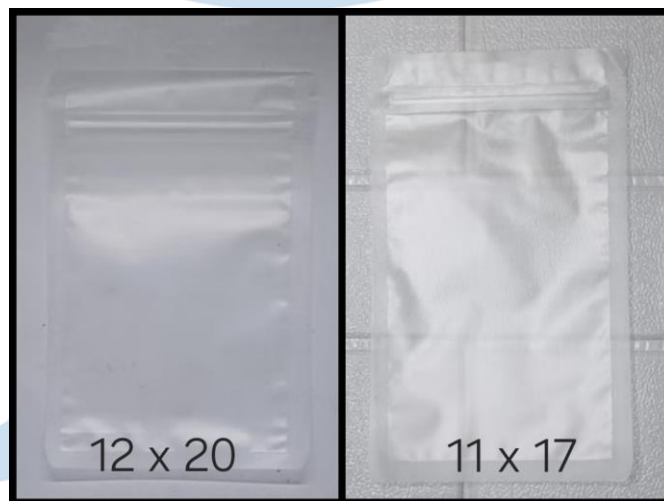
Gambar 3.6 Cetakan Ukuran Kecil untuk Produk Granofit

Keputusan ini didasarkan pada beberapa faktor utama. Pertama, ukuran diameter 3.5 cm dianggap cukup ideal untuk granola versi kecil, karena tetap mempertahankan bentuk yang menarik tetapi lebih praktis dikonsumsi dibandingkan ukuran sebelumnya. Kedua, bahan silikon memungkinkan kemudahan pelepasan produk dari cetakan tanpa merusak tekstur granola, serta memiliki daya tahan yang baik untuk penggunaan berulang dalam produksi skala kecil maupun besar. Dengan cetakan ini, saya dapat memastikan bahwa granola versi kecil memiliki bentuk yang seragam dan kualitas yang konsisten.

6) Uji coba kemasan baru Granofit melalui pembelian online

Dalam upaya menguji coba penggantian kemasan Granofit dari desain lama ke desain baru, saya melakukan pembelian kemasan jenis *zip lock* atau *clip lock* melalui toko online Shopee. Keputusan ini diambil setelah melakukan riset mengenai referensi kemasan yang memungkinkan sisa granola tetap tersimpan tanpa mengubah rasa serta tetap kedap udara, sehingga produk tetap terjaga kualitasnya setelah dibuka.

Karena Granofit memiliki dua bentuk granola yang dijual, yaitu ukuran besar dengan diameter 9.5 cm dan *bite-size* dengan diameter 3.5 cm, saya memastikan bahwa kemasan yang dipilih memiliki ukuran yang sesuai dengan masing-masing bentuk produk. Oleh karena itu, saya membeli dua ukuran plastik berbeda yang dapat mengakomodasi kedua varian granola ini. Kemasan pertama memiliki ukuran 12x20 cm, yang diperuntukkan bagi granola berdiameter lebih besar, sementara kemasan kedua berukuran 11x17 cm, yang lebih sesuai untuk granola *bite-size*.



Gambar 3.7 Kemasan Jenis Baru untuk Granofit

Dalam memilih kemasan ini, saya mempertimbangkan beberapa faktor penting, seperti kemudahan penyimpanan, perlindungan terhadap udara dan kelembaban, serta kenyamanan penggunaan bagi pelanggan. Kemasan *zip lock* atau *clip lock* dipilih karena memberikan fleksibilitas bagi

pelanggan untuk menutup kembali kemasan setelah produk dikonsumsi, sehingga membantu menjaga tekstur dan cita rasa granola tetap optimal.

7) Inovasi granola bite-size

Dalam upaya mengembangkan inovasi produk Granofit, saya merancang versi granola dengan ukuran lebih kecil (*bite-size*) untuk meningkatkan kemudahan konsumsi dan daya tarik pasar. Proses inovasi ini tetap berpegang pada resep standar granola Granofit, memastikan kualitas dan cita rasa tetap terjaga sesuai dengan preferensi pelanggan. Tahapan pembuatan granola *bite-size* ini sama seperti metode pembuatan granola standar, sehingga tidak ada perubahan dalam formulasi dasar maupun teknik pengolahan. Yang menjadi pembeda utama adalah pada tahap pencetakan. Setiap adonan granola ditimbang dengan berat 5 gram per keping, kemudian dicetak menggunakan cetakan silikon berukuran diameter 3.5 cm. Pemilihan cetakan ini berdasarkan pertimbangan kemudahan produksi, konsistensi bentuk, dan fleksibilitas dalam pelepasan produk, sehingga granola tetap memiliki tekstur yang baik tanpa mengalami perubahan bentuk. Setiap kemasan Granofit *bite-size* berisi 50 gram granola, namun kini dalam bentuk lebih kecil dengan isi 10 keping granola per kemasan (masing-masing seberat 5 gram). Dengan ukuran *bite-size* ini, pelanggan dapat menikmati granola dalam ukuran yang lebih praktis yaitu hanya 1 atau 2 gigitan saja.



Gambar 3.8 Produk Granofit Bite-Size

8) Pembuatan pesanan *pre-order* Granofit

Dalam proses pembuatan pesanan *pre-order* granola Granofit, saya bersama anggota usaha Granofit menjalankan tahapan produksi secara sistematis untuk memastikan setiap pesanan dibuat dengan kualitas terjaga dan sesuai permintaan pelanggan. Tahapan pertama adalah penimbangan bahan, di mana saya memastikan bahwa semua bahan yang diperlukan untuk setiap varian granola telah diukur dengan tepat sesuai resep standar. Proses ini sangat penting untuk menjaga konsistensi rasa dan tekstur setiap batch granola yang diproduksi. Setelah semua bahan siap, saya bersama tim melanjutkan ke proses pembuatan setiap varian rasa, mengikuti metode pembuatan yang telah ditetapkan. Setiap langkah dalam pembuatan, mulai dari pencampuran bahan, tahap memasak adonan, hingga pendinginan adonan, dilakukan dengan teliti agar menghasilkan granola yang sempurna. Setelah proses pembuatan selesai, granola yang telah diproduksi masuk ke tahap pengemasan. Dalam tahap ini, saya memastikan bahwa setiap keping granola dikemas dalam kemasan plastik dan kemudian direkatkan dengan menggunakan mesin press. Langkah berikutnya adalah pengelompokan pesanan, di mana saya mencocokkan dengan daftar *pre-order* yang telah dicatat sebelumnya. Dengan sistem pencatatan yang terstruktur, saya dapat memastikan bahwa setiap pelanggan menerima varian rasa dan jumlah pesanan sesuai dengan permintaan mereka, sehingga tidak ada kesalahan dalam proses distribusi. Tahap terakhir adalah persiapan pengiriman, di mana semua pesanan yang telah dikelompokkan dikemas dengan aman dan siap untuk dikirimkan kepada pelanggan.



Gambar 3.9 Pre-order Granola Granofit

9) Bantuan kepada CMO dalam sesi foto produk Granofit

Dalam proses pemotretan produk Granofit, saya berperan sebagai pendukung utama bagi CMO. Peran saya dalam sesi pemotretan adalah

memegang dan mengatur posisi produk Granofit, agar tampil dengan visual yang menarik sesuai dengan konsep yang telah dirancang oleh tim pemasaran. Sebelum sesi foto dimulai, saya berkoordinasi dengan CMO untuk memahami gaya visual yang ingin dicapai, termasuk pencahayaan, sudut pandang, serta elemen pendukung yang akan digunakan dalam pemotretan. Saya memastikan bahwa produk ditempatkan secara strategis, baik saat dipegang langsung maupun ketika disusun di permukaan tertentu, sehingga hasil foto dapat menunjukkan tekstur granola dan varian rasa dengan jelas.

Selama proses pengambilan gambar, saya melakukan berbagai penyesuaian posisi produk sesuai arahan CMO, seperti mengubah sudut kemiringan, memastikan pencahayaan optimal, dan menyesuaikan latar belakang agar terlihat lebih profesional. Saya juga membantu dalam menjaga kebersihan produk dan area pemotretan, memastikan tidak ada gangguan visual seperti noda atau bayangan yang dapat mengurangi kualitas foto. Setelah sesi pemotretan selesai, saya berpartisipasi dalam meninjau hasil foto, memberikan masukan terkait apakah produk sudah terlihat menarik atau apakah ada aspek yang perlu diperbaiki sebelum digunakan dalam materi pemasaran. Dengan dukungan ini, saya membantu memastikan bahwa foto produk Granofit memiliki kualitas terbaik, mendukung branding yang kuat, serta menarik perhatian pelanggan.

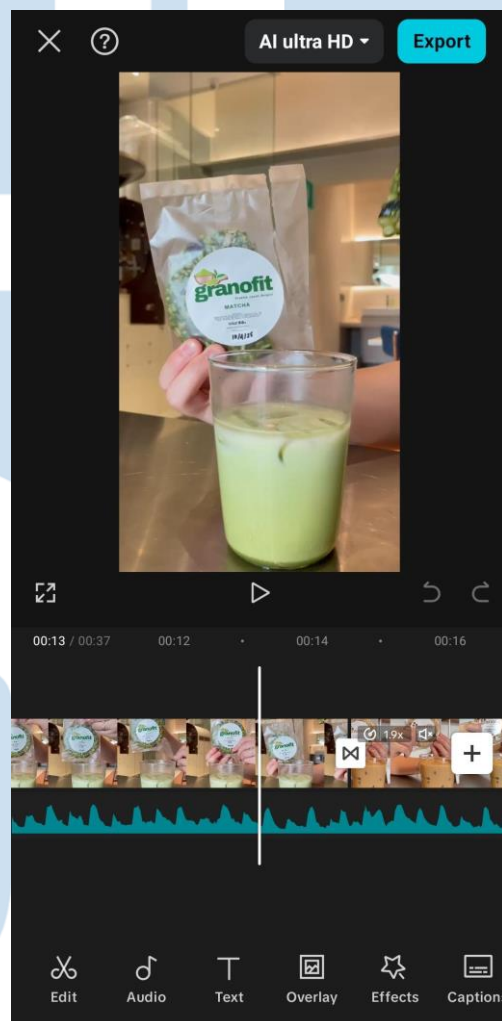


Gambar 3.10 Foto Produk Granofit

10) **Editing video iklan produk Granofit sebagai konten promosi di akun Instagram @gadingserpongupdate**

Dalam proses editing video iklan produk Granofit, saya bertanggung jawab untuk memastikan bahwa visual, audio, dan narasi dalam video dapat menyampaikan pesan promosi secara efektif kepada audiens. Tahapan pertama yang saya lakukan adalah meninjau seluruh rekaman mentah (*raw footage*) yang telah diambil sebelumnya, mengevaluasi bagian mana yang paling menarik dan relevan untuk digunakan dalam iklan. Setelah memilih klip yang sesuai, saya mulai melakukan pemotongan dan penyusunan video agar alur cerita dan transisi antar adegan terasa natural serta menarik bagi penonton. Selanjutnya, saya menyesuaikan warna dan pencahayaan untuk meningkatkan kualitas visual, memastikan bahwa produk Granofit terlihat lebih menarik dan profesional dalam setiap frame. Selain itu, saya menambahkan teks yang membantu memperjelas keunggulan produk, seperti kandungan sehat, varian rasa, serta manfaat granola bagi pelanggan. Pemilihan font dan animasi teks saya sesuaikan, sehingga memberikan kesan modern dan premium. Dalam aspek audio, saya melakukan penyesuaian suara, termasuk melakukan *voice-over*, serta memasukkan musik latar yang sesuai untuk memperkuat atmosfer video. Saya

memastikan bahwa suara yang digunakan jelas dan tidak terganggu oleh *noise*, sehingga pesan promosi dapat diterima dengan baik oleh audiens. Setelah proses editing selesai, saya melakukan *preview* bersama CMO untuk mendapatkan masukan sebelum finalisasi. Jika ada revisi yang diperlukan, saya menyesuaikan kembali elemen dalam video agar hasil akhirnya benar-benar optimal sebelum diunggah sebagai konten promosi di akun Instagram @gadingserpongupdate.



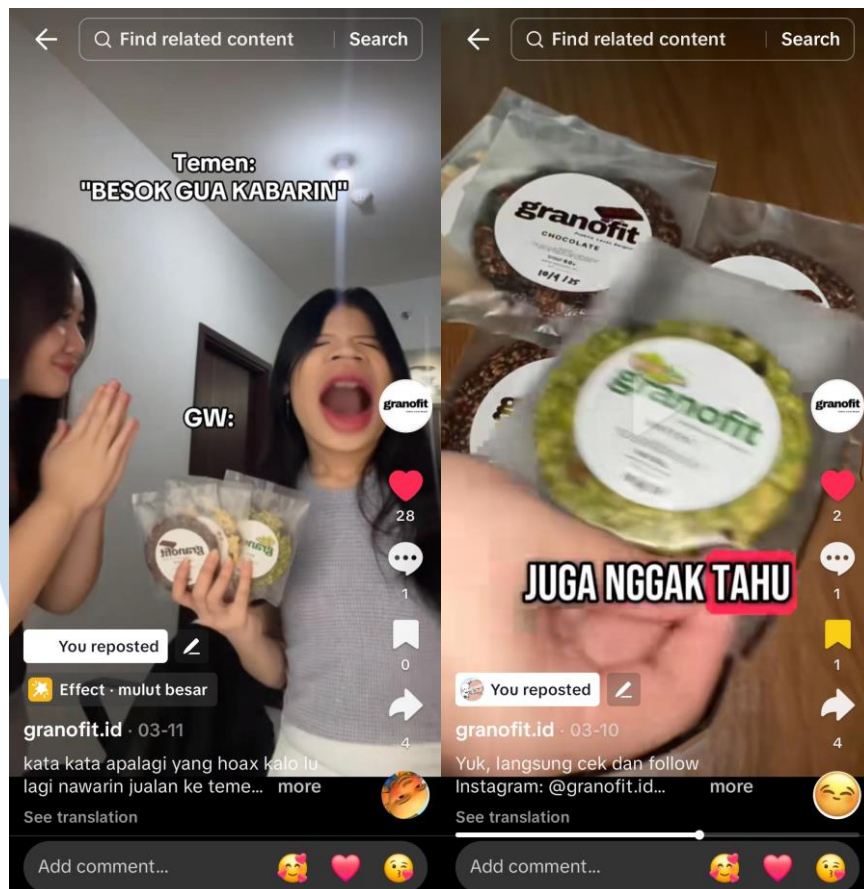
Gambar 3.11 Editing Video Iklan Produk Granofit

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

11) Bantuan kepada CMO dalam pembuatan video konten promosi di Media Sosial TikTok Granofit

Dalam proses pembuatan video konten promosi di media sosial TikTok Granofit, saya berperan sebagai model yang mendukung konsep visual dan strategi pemasaran yang dirancang oleh CMO. Peran saya dalam video ini bertujuan untuk menampilkan produk Granofit secara menarik, sekaligus memberikan kesan yang lebih interaktif bagi audiens di TikTok. Sebelum syuting dimulai, saya berkoordinasi dengan CMO untuk memahami konsep dan pesan yang ingin disampaikan, termasuk gaya penyampaian, gerakan, serta interaksi dengan produk. Saya memastikan bahwa ekspresi dan gestur yang digunakan dalam video sesuai dengan branding Granofit, baik dalam nuansa fun, edukatif, ataupun berkesan agar konten dapat menarik perhatian pengguna TikTok. Selama proses pengambilan gambar, saya berinteraksi langsung dengan produk Granofit, menampilkan produk Granofit secara langsung dengan gerakan tertentu. Saya juga melakukan beberapa take ulang jika diperlukan, mengikuti arahan CMO untuk memastikan bahwa setiap adegan memiliki komposisi visual yang optimal. Setelah sesi pengambilan video selesai, saya turut membantu dalam meninjau hasil rekaman, memberikan masukan apakah ekspresi dan penyampaian sudah sesuai dengan tujuan konten. Jika ada aspek yang perlu diperbaiki, saya siap untuk melakukan pengambilan ulang guna memastikan bahwa konten promosi memiliki kualitas terbaik dan efektif untuk menarik audiens TikTok. Dengan pendekatan ini, Granofit dapat membangun brand awareness yang lebih kuat, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, serta meningkatkan pembelian produk melalui media sosial.

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



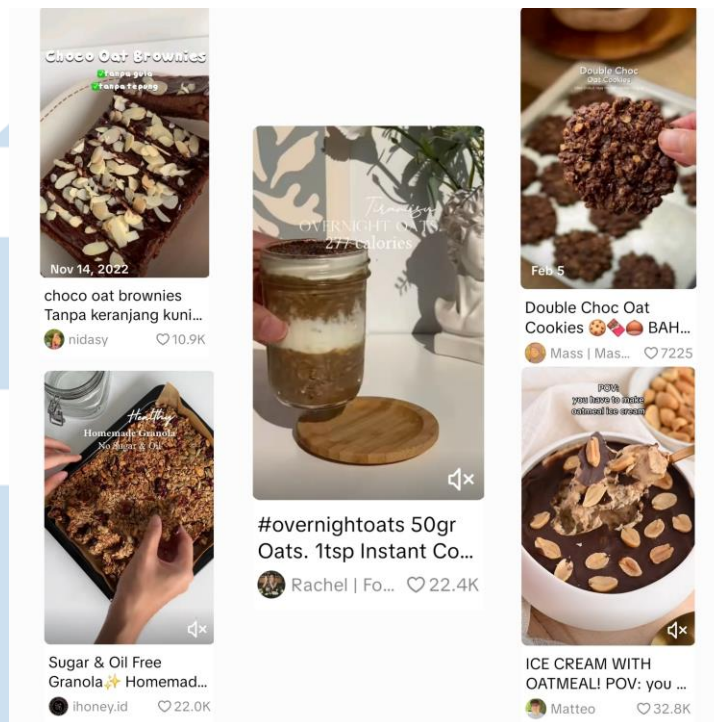
Gambar 3.12 Pembuatan Konten Video Promosi di TikTok

12) Pencarian resep makanan ringan sebagai inovasi menu baru di Granofit

Kegiatan pencarian resep makanan ringan sebagai inovasi menu baru di Granofit dilakukan untuk menemukan inspirasi kuliner berbasis oats yang sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen. Granofit ingin menghadirkan pilihan menu sehat dan inovatif yang dapat menarik pelanggan serta memperkuat posisinya sebagai pelopor makanan sehat. Pencarian dilakukan melalui platform TikTok dengan kata kunci "*dessert using oats*" dan "makanan ringan atau penutup berbahan dasar oats", yang menghasilkan berbagai ide kuliner dari kreator makanan. Dari pencarian tersebut, ditemukan beberapa resep berbahan dasar oats seperti *cookies oats*, *granola*, *overnight oats*, *brownies oats*, dan *ice cream oats*. *Cookies oats*

menawarkan alternatif sehat dengan dengan tekstur renyah dan rasa yang dapat dikreasikan sesuai selera, granola merupakan campuran oats dengan kacang-kacangan dan biji-bijian yang bisa dikembangkan dalam berbagai varian rasa, *overnight* oats adalah hidangan praktis berbasis oats yang direndam semalaman dengan susu atau yogurt untuk sarapan sehat, *brownies* oats juga menjadi salah satu inspirasi yang ditemukan dalam pencarian ini, menawarkan tekstur lembut dan rasa kaya seperti brownies biasa tetapi dengan kandungan serat lebih tinggi serta bahan yang lebih sehat. Menggunakan oats sebagai pengganti tepung terigu, brownies oats memberikan alternatif rendah gluten dan lebih ramah bagi sistem pencernaan. Kemudian ada *ice cream* oats yang menjadi inovasi es krim berbasis oats yang menggunakan susu nabati sebagai alternatif rendah lemak.

Setelah mengidentifikasi berbagai resep yang berpotensi dikembangkan, dilakukan diskusi dengan seluruh divisi Granofit dan juga analisis kelayakan setiap resep berdasarkan kemudahan produksi, daya tarik pelanggan, dan kesesuaiannya dengan brand Granofit agar inovasi menu tidak hanya sehat tetapi juga memiliki nilai tambah yang menarik bagi konsumen. Dari hasil diskusi dan analisis, *ice cream* oats dipilih sebagai inovasi menu baru karena memiliki keunggulan sebagai alternatif rendah lemak dibandingkan es krim konvensional, cocok untuk vegan serta penderita intoleransi laktosa, dan berpotensi menarik perhatian pasar yang lebih luas. Selain menawarkan tekstur yang unik dan rasa yang lezat, es krim berbahan dasar oats juga memberikan manfaat kesehatan dengan kandungan serat tinggi serta indeks glikemik rendah. Dengan berbagai pertimbangan tersebut, Granofit akhirnya berfokus untuk mengembangkan inovasi resep *ice cream* oats yaitu sebuah produk es krim inovatif yang memberikan pilihan lebih sehat tanpa mengorbankan kenikmatan rasa.



Gambar 3.13 Resep Makanan Ringan Berbahan Oats

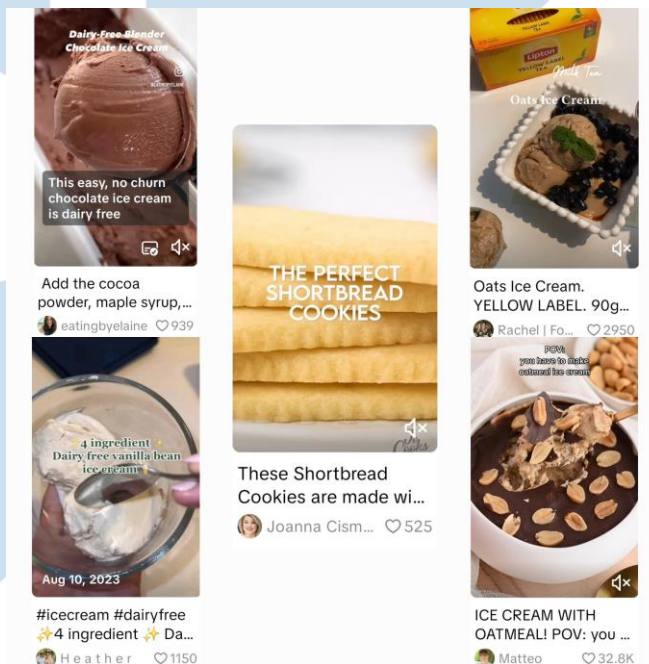
13) Inovasi *sandwich ice cream oats*

Inovasi *sandwich ice cream oats* dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis untuk menghasilkan produk yang memiliki cita rasa terbaik sekaligus memenuhi standar kualitas dan kesehatan yang diinginkan.

a) Tahap Pencarian Resep

Kegiatan dimulai dengan pencarian resep untuk membuat lapisan cookies yang digunakan sebagai bagian luar dari *sandwich ice cream oats*. Resep yang dipilih harus memiliki tekstur yang cukup kokoh namun lembut agar dapat menopang es krim tetapi tetap lembut saat dikonsumsi. Berdasarkan pemahaman penulis mengenai berbagai jenis *cookies*, dipilihlah *butter shortbread cookies* sebagai pilihan resep. *Butter shortbread cookies* adalah jenis kue kering yang kaya akan mentega, memiliki tekstur lembut namun

tetap kokoh, sehingga cocok untuk digunakan dalam formulasi yang diinginkan. Dalam upaya menemukan resep *butter shortbread cookies* yang terbaik, penulis melakukan pencarian resep melalui media sosial TikTok dengan kata kunci “*butter shortbread cookies recipe*”. Setelah menemukan resep yang sesuai, tahap berikutnya adalah mengembangkan formulasi *ice cream oats*, es krim yang menggunakan oats sebagai sumber lemak sehat, menggantikan krim konvensional yang umumnya tinggi lemak jenuh. Pencarian resep *ice cream oats* dilakukan dengan menggunakan kata kunci “*ice cream oats recipe*” dan “*ice cream recipe*” di TikTok. Pencarian dua jenis resep yang berbeda bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkombinasikan elemen terbaik dari masing-masing resep, sehingga menghasilkan formulasi yang sempurna untuk isian ice cream oats ini.



Gambar 3.14 Resep Cookies dan Ice Cream Oats

b) Tahap Pembelian Bahan Baku

Setelah kedua resep telah ditetapkan, bahan baku untuk pembuatan lapisan *cookies* dan isian *ice cream* oats mulai dibeli. Pembelian dilakukan melalui dua jalur, yaitu platform toko online (Shopee) untuk memperoleh bahan tertentu yang mungkin lebih sulit ditemukan di toko fisik serta toko offline (supermarket dan minimarket) untuk bahan yang lebih umum tersedia dan bisa langsung dipilih berdasarkan kualitasnya. Dengan kombinasi kedua metode ini, pemilihan bahan dapat dilakukan lebih efisien dan fleksibel sesuai kebutuhan produksi.

c) Tahap Eksekusi Prototipe Pertama

Tahap awal dalam pembuatan prototipe *sandwich ice cream* oats dibagi menjadi dua bagian utama:

1. Lapisan cookies

BAHAN:

- 114gr unsalted butter
- 42gr gula halus
- 184gr tepung serbaguna (segitiga biru)

CARA MEMBUAT:

- Panaskan oven 163 C
- Haluskan butter menggunakan mixer, kecepatan sedang, selama 30 detik
- Tambahkan gula halus ke dalam butter dan aduk terus hingga tercampur rata
- Tambahkan tepung terigu dan aduk dengan kecepatan rendah hingga tercampur rata. Kemudian adonan akan hancur dan lembut

- Uleni adonan hingga pipih dengan ketebalan sekitar $\frac{1}{2}$ cm. Jangan terlalu banyak mengulennya, lalu potong sesuai dengan bentuk cetakan loyang 20x19cm, lalu tusuk adonan yang sudah dicetak menggunakan garpu agar matang secara merata
- Panggang ke dalam oven selama 15 menit atau hingga hampir matang (warnanya agak keemasan). Jangan panggang sampai warnanya coklat. Keluarkan dari oven dan dinginkan kue di rak pendingin

2. Isian ice cream oats

BAHAN:

- 500ml *non dairy cream*
- 105 susu kental manis original
- 50gr oats halus

CARA MEMBUAT:

- Masukkan *non dairy cream* dan susu kental manis ke dalam mangkok, lalu mixer dengan kecepatan tinggi hingga mengembang
- Setelah mengembang, masukan oats halus dan topping yang diinginkan lalu aduk hingga tercampur

Setelah kedua bagian utama tersebut jadi, tahap selanjutnya adalah membuat *sandwich ice cream oats*.

BAHAN:

- *Cookies*
- *Ice cream oats*

CARA MEMBUAT:

- Masukkan *cookies* yang sudah matang ke dalam loyang ukuran 20x19cm, kemudian tuang adonan *ice cream oats*, lapiasi bagian atas adonan *ice cream oats* dengan *cookies*, dan dinginkan ke dalam *freezer* sampai membeku

- Keluarkan dari *freezer* dan cetakan loyang, lalu potong dengan ukuran 4.8x10cm.

Prototipe pertama dibuat dalam dua varian rasa, yaitu *cookies and cream* dan *matcha*, masing-masing menggunakan jenis cream yang berbeda agar dapat dibandingkan dari segi rasa dan tekstur. Untuk rasa *cookies and cream* menggunakan *non dairy cream* merek Millac dan rasa *matcha* menggunakan *non dairy cream* merek Rich Gold Label. Selain itu, dalam tahap ini lapisan *cookies* yang digunakan untuk kedua varian rasa berbeda. Untuk *ice cream oats* rasa *matcha*, digunakan *cookies* dari toko konvensional, sedangkan untuk *ice cream oats* rasa *cookies and cream*, digunakan *cookies* yang telah dibuat sebelumnya yaitu *butter shortbread cookies*. Perbedaan dalam jenis lapisan *cookies* dan *non dairy cream* untuk isian *ice cream oats* dilakukan untuk menguji variasi komposisi dan menemukan kombinasi rasa yang terbaik.



Gambar 3.15 Prototipe Pertama *Sandwich Ice Cream Oats*

d) Tahap Eksekusi Prototipe Kedua

Setelah mendapatkan hasil dari uji coba prototipe pertama, dilakukan tahap uji coba prototipe kedua dengan fokus pada pembuatan *ice cream oats* saja tanpa lapisan *cookies*. Dalam tahap ini, dibuat tiga varian rasa yaitu *cookies and cream*, *matcha*, dan keju. Untuk varian keju, digunakan dua merek keju yang berbeda, sehingga bisa dibandingkan dari segi rasa. Berbeda dengan uji coba prototipe pertama, dalam tahap ini semua rasa menggunakan jenis *non dairy cream* yang sama yaitu merek Millac, sehingga perbedaannya hanya terletak pada rasa yang diberikan. Terdapat sedikit perbedaan komposisi bahan dan cara membuat untuk *ice cream oats* pada uji coba prototipe kedua ini.

1. Ice Cream Oats Rasa Cookies and Cream

BAHAN:

- 100ml *non dairy cream*
- 76gr susu kental manis original
- 15gr oats halus
- 37gr oreo yang telah dihancurkan

CARA MEMBUAT:

- Masukkan *non dairy cream* ke dalam mangkok, lalu aduk dengan mixer kecepatan rendah hingga setengah mengembang (konsistensi *cream* tidak terlalu kaku)
- Setelah itu masukkan susu kental manis dan aduk dengan spatula silikon hingga tercampur
- Setelah tercampur, masukkan oats halus dan juga oreo yang telah dihancurkan, lalu aduk menggunakan spatula silikon hingga tercampur
- Tuang ke dalam cetakan, di sini saya menggunakan

cetakan mika plastik berukuran diameter 7cm. Tuang adonan sebanyak 38gr ke dalam cetakan mika plastik

- Masukkan ke dalam *freezer*, lalu dinginkan hingga mengeras

2. *Ice Cream Oats Rasa Matcha*

BAHAN:

- 100ml *non dairy cream*
- 76gr susu kental manis original
- 15gr oats halus
- 2gr bubuk matcha

CARA MEMBUAT:

- Masukkan *non dairy cream* ke dalam mangkok, lalu aduk dengan mixer kecepatan rendah hingga setengah mengembang (konsistensi *cream* tidak terlalu kaku)
- Setelah itu masukkan susu kental manis dan aduk dengan spatula silikon hingga tercampur
- Setelah tercampur, masukkan oats halus dan juga bubuk matcha, lalu aduk menggunakan spatula silikon hingga tercampur
- Tuang ke dalam cetakan, di sini saya menggunakan cetakan mika plastik berukuran diameter 7cm. Tuang adonan sebanyak 31gr ke dalam cetakan mika plastik
- Masukkan ke dalam *freezer*, lalu dinginkan hingga mengeras

3. *Ice Cream Oats Rasa Keju*

BAHAN:

- 100ml *non dairy cream*
- 74gr susu kental manis rasa keju

- 15gr oats halus
- 60gr krim keju

CARA MEMBUAT:

- Masukkan *non dairy cream* ke dalam mangkok, lalu aduk dengan mixer kecepatan rendah hingga setengah mengembang (konsistensi *cream* tidak terlalu kaku)
- Di mangkok berbeda, masukkan susu kental manis dan krim keju, lalu aduk dengan *whisker* hingga tercampur
- Setelah itu masukkan *non dairy cream* yang telah setengah mengembang, lalu aduk dengan spatula silikon hingga tercampur
- Setelah tercampur, masukkan oats halus, lalu aduk dengan spatula silikon hingga tercampur
- Tuang ke dalam cetakan, di sini saya menggunakan cetakan mika plastik berukuran diameter 7cm. Tuang adonan sebanyak 40gr ke dalam cetakan mika plastik
- Masukkan ke dalam *freezer*, lalu dinginkan hingga mengeras

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.16 Prototipe Kedua *Ice Cream Oats*

Melalui seluruh tahapan ini, inovasi *sandwich ice cream oats* dengan melakukan dua kali uji coba prototipe bertujuan untuk menemukan formulasi terbaik dari segi rasa dan tekstur. Proses ini tidak hanya berfokus pada aspek rasa tetapi juga menciptakan produk yang dapat diterima pasar dengan baik. Dengan eksplorasi yang dilakukan, Granofit dapat menghadirkan pilihan es krim inovatif yang menarik sekaligus lebih sehat dibandingkan es krim konvensional.

3.3 Kendala yang Ditemukan

3.3.1 Kritik terkait rasa granola yang masih terlalu manis

Selama menjalani magang di Granofit, salah satu kendala utama yang ditemukan adalah kritik dari pelanggan terkait rasa granola yang masih terlalu manis. Beberapa pelanggan yang memberikan masukan secara langsung menyatakan bahwa tingkat kemanisan pada produk tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, menyebabkan granola terasa lebih manis daripada yang mereka harapkan. Kritik ini muncul dari pelanggan yang

memiliki preferensi rasa yang lebih netral atau kurang manis, sehingga produk yang ada saat itu dinilai kurang cocok bagi segmen tersebut. Kendala ini menjadi tantangan dalam menjaga keseimbangan rasa, karena ada juga pelanggan lain yang merasa bahwa tingkat kemanisan sudah pas, sehingga terjadi perbedaan selera antar konsumen. Hal ini mempersulit keputusan dalam menentukan formulasi standar yang dapat diterima oleh mayoritas pelanggan. Selain itu, perubahan formulasi bukanlah hal yang bisa dilakukan secara instan, karena perlu mempertimbangkan efek terhadap tekstur granola, stabilitas bahan, serta kesesuaian dengan branding Granofit sebagai produk makanan sehat.

3.3.2 Kritik terkait kemasan yang kurang fleksibel

Selama menjalani magang di Granofit, salah satu kendala yang muncul adalah kritik dari pelanggan terkait kemasan yang kurang fleksibel. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa kemasan yang digunakan saat ini kurang praktis untuk menyimpan sisa granola setelah dibuka, sehingga mempengaruhi pengalaman konsumsi mereka. Kritik ini menunjukkan bahwa ada tantangan dalam desain kemasan, terutama dalam fungsi penyimpanan ulang yang seharusnya membantu menjaga kualitas produk setelah kemasan pertama kali dibuka. Salah satu masalah utama yang ditemukan adalah kurangnya fitur kedap udara, di mana beberapa pelanggan merasa bahwa setelah granola dikonsumsi sebagian, kemasan tidak dapat ditutup kembali untuk mempertahankan tekstur dan rasa produk. Akibatnya, granola bisa mengalami perubahan seperti kehilangan kerenyahan atau terpapar udara yang menyebabkan kualitasnya menurun lebih cepat. Kendala ini menciptakan tantangan dalam mempertahankan keseimbangan antara desain estetis dan fungsionalitas, serta menuntut evaluasi lebih lanjut mengenai material dan mekanisme penutupan kemasan. Kritik ini juga mengindikasikan perlunya memahami preferensi pelanggan lebih dalam, terutama dalam hal kemudahan penyimpanan, kepraktisan penggunaan, serta daya tahan kemasan terhadap lingkungan eksternal. Dengan adanya kendala ini, diperlukan pendekatan lebih lanjut untuk memastikan bahwa kemasan Granofit tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga

memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi pelanggan dalam penggunaannya sehari-hari.

3.3.3 Kendala dalam manajemen waktu

Selama menjalani magang di Granofit, yang merupakan bagian dari inkubasi bisnis di Skystar Ventures, tantangan terbesar yang dihadapi oleh penulis adalah manajemen waktu dalam mengelola berbagai kegiatan yang berlangsung secara bersamaan. Sebagai *Chief Product Officer (CPO)*, penulis memiliki tanggung jawab yang luas, mencakup pengembangan produk, analisis pasar, produksi produk, dan membantu divisi pemasaran untuk memikirkan strategi penjualan produk. Selain itu, selama berada dalam program inkubasi, penulis dan tim diberikan target penjualan minimal 100 pcs granola per bulan yang harus dicapai mulai bulan Februari hingga Mei.

Di luar tanggung jawab utama dalam pengelolaan bisnis, penulis juga mengikuti kelas sertifikasi kewirausahaan yang merupakan bagian dari kurikulum mata kuliah, berlangsung selama tujuh minggu dengan kelas yang diadakan setiap hari Kamis serta tugas asinkron yang harus diselesaikan. Selain kegiatan perkuliahan, terdapat pula pelatihan dan ujian sertifikasi kewirausahaan, yang mencakup ujian tertulis, observasi, dan lisan. Keseluruhan proses ini berlangsung dalam empat hari pada tanggal 6-9 Mei, yang menuntut penulis untuk mengikuti pelatihan intensif serta mempersiapkan diri untuk ujian, sembari tetap menjalankan operasional bisnis Granofit.

Kondisi semakin kompleks dengan adanya penulisan laporan magang yang telah dimulai sejak 14 Februari, serta kewajiban untuk menghadiri sesi bimbingan dengan supervisor, mentor, dan dosen pembimbing secara berkala. Kesulitan dalam mengalokasikan waktu semakin terasa ketika penyusunan laporan magang harus tertunda akibat

prioritas lain, seperti penulisan laporan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW). Program dari Kemdikbudristek yang memberikan pendanaan dan pembinaan kepada mahasiswa yang belum atau sudah memiliki usaha. Peserta bisa mendapatkan pelatihan, mentoring, dan dukungan dana untuk mengembangkan bisnis mereka agar lebih berkelanjutan dan berdaya saing.

Selain tantangan akademik, operasional produksi Granofit juga memerlukan perhatian penuh. Granola yang dijual berbasis pre-order membutuhkan manajemen produksi yang tepat waktu, terutama karena setiap batch harus dipersiapkan sesuai pesanan pelanggan. Di tengah tekanan akademik, sertifikasi, dan kewajiban magang, penulis tetap bertanggung jawab dalam pengelolaan produksi, termasuk merencanakan inovasi produk dan mengembangkan prototipe baru untuk Granofit. Upaya inovasi ini semakin menambah tantangan, karena harus dilakukan di tengah berbagai deadline, baik untuk penyusunan laporan magang maupun laporan P2MW.

Kegiatan magang juga mencakup workshop offline yang diwajibkan oleh Skystar Ventures, sehingga semakin memperketat jadwal yang sudah padat. Dengan berbagai tuntutan yang berjalan bersamaan, tantangan utama dalam program magang ini terletak pada kemampuan membagi waktu secara efisien, memastikan setiap tanggung jawab terlaksana tanpa mengorbankan kualitas, serta tetap menjaga keseimbangan antara akademik, bisnis, dan pengembangan diri secara profesional.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

3.4.1 Kritik terkait rasa granola yang masih terlalu manis

Untuk mengatasi kendala terkait rasa granola yang masih terlalu manis, solusi yang diterapkan adalah mengurangi ukuran gram coklat dalam setiap komposisi varian granola, termasuk varian tiramisu, matcha, dan coklat. Langkah ini bertujuan untuk menyeimbangkan tingkat kemanisan

tanpa mengorbankan karakteristik rasa utama dari masing-masing varian. Proses penyesuaian formulasi dilakukan dengan mengurangi jumlah gram coklat, sehingga dapat ditemukan titik keseimbangan yang tetap mempertahankan cita rasa khas Granofit namun lebih sesuai dengan preferensi pelanggan yang menginginkan tingkat kemanisan lebih netral. Selain itu, perubahan ini dipastikan tidak memengaruhi tekstur granola, sehingga produk tetap memiliki kerenyahan dan daya tarik yang sama seperti sebelumnya. Setelah modifikasi dilakukan, granola dengan formulasi baru diuji bersama tim Granofit untuk memastikan bahwa rasanya tetap autentik dan tidak mengalami perubahan besar dalam karakteristik rasa tiramisu, matcha, dan dark chocolate. Setelah itu, produk mulai dipasarkan dengan komposisi kemanisan yang lebih seimbang untuk melihat respons pelanggan terhadap perubahan tersebut. Hasil akhirnya menunjukkan bahwa setelah pengurangan jumlah gram coklat, tidak ada lagi keluhan pelanggan mengenai rasa yang terlalu manis, menandakan bahwa solusi ini berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan tanpa kehilangan identitas rasa Granofit. Berdasarkan temuan ini, tim Granofit akhirnya sepakat untuk menjadikan resep terbaru sebagai standar baru bagi resep granola Granofit, memastikan produk tetap kompetitif dan sesuai dengan preferensi pasar yang lebih luas.

3.4.2 Kritik terkait kemasan yang kurang fleksibel

Untuk mengatasi kendala terkait kemasan yang kurang fleksibel, solusi yang diterapkan adalah mengganti kemasan Granofit menjadi kemasan *zip lock* atau *clip lock*. Kemasan ini dipilih karena mampu memberikan fitur penyimpanan ulang yang lebih praktis, memungkinkan pelanggan untuk menutup kembali kemasan dengan rapat setelah dibuka, sehingga granola tetap kedap udara dan tidak mengalami penurunan kualitas. Dengan mekanisme *zip lock* atau *clip lock*, pelanggan dapat menjaga tekstur dan rasa granola agar tetap renyah lebih lama, tanpa khawatir produk kehilangan kerenyahan akibat paparan udara. Selain itu,

kemasan ini juga lebih nyaman digunakan, terutama bagi pelanggan yang ingin membawa granola saat bepergian atau mengonsumsi dalam beberapa kali tanpa harus memindahkan ke wadah lain.

3.4.3 Kendala dalam manajemen waktu

Untuk mengatasi kendala terkait tantangan dalam manajemen waktu, penulis mengambil beberapa langkah strategis untuk memastikan keseimbangan antara kewajiban akademik, operasional bisnis, dan sertifikasi kewirausahaan tetap terjaga. Salah satu solusi utama yang diterapkan adalah pembuatan jadwal kerja yang lebih terstruktur dan fleksibel, dengan membagi waktu berdasarkan prioritas dan urgensi masing-masing tugas. Penulis menggunakan metode *time blocking*, di mana setiap hari dialokasikan untuk fokus pada tugas tertentu, seperti menyelesaikan laporan magang, mengerjakan tugas sertifikasi, menulis laporan P2MW, mengelola produksi granola, serta melakukan inovasi produk. Dengan cara ini, setiap aspek mendapat perhatian yang cukup tanpa mengganggu jadwal lainnya.

Dalam menghadapi deadline laporan magang dan laporan P2MW, penulis menerapkan strategi penyelesaian bertahap, menghindari penundaan dengan menyelesaikan bagian-bagian laporan secara sistematis sesuai dengan ketersediaan waktu. Ketika penyusunan laporan magang sempat tertunda karena harus menulis laporan P2MW, penulis memastikan tetap melanjutkan pengerjaan laporan magang di sela-sela waktu yang tersedia, agar progres tetap berjalan. Selain itu, untuk mengoptimalkan produksi granola yang berbasis pre-order, penulis dan tim menyusun perencanaan produksi yang lebih efisien, memastikan setiap pesanan dapat diproses dan dikirimkan sesuai jadwal. Pemanfaatan sistem kerja berbasis batch production memungkinkan peningkatan efisiensi tanpa mengurangi kualitas produk.

Dalam menghadapi ujian sertifikasi kewirausahaan, penulis mengatur waktu belajar dengan menerapkan teknik belajar intensif, di mana setiap sesi pembelajaran difokuskan pada pemahaman materi yang paling esensial terlebih dahulu. Kemudian untuk mengatasi kendala inovasi produk di tengah kesibukan, penulis menerapkan pendekatan pengujian bertahap, dengan mengalokasikan waktu tertentu secara khusus untuk eksperimen prototipe. Dalam proses pengembangan produk baru, seperti *Ice Cream Oats*, penulis membagi tahapan uji coba menjadi beberapa sesi yang dapat diselesaikan secara paralel dengan aktivitas lainnya. Hal ini memungkinkan inovasi tetap berjalan tanpa sepenuhnya mengganggu kewajiban utama dalam bisnis dan akademik.

Dalam menghadapi waktu yang terbatas untuk workshop offline dari Skystar Ventures, penulis memastikan untuk mengoptimalkan kehadiran dengan mencatat poin-poin penting selama sesi berlangsung, kemudian setelahnya bisa lebih cepat untuk membuat rangkuman *paper* materi workshop. Selain itu, strategi pembagian tugas dalam tim juga diterapkan untuk mengurangi beban kerja individu, sehingga fokus tetap dapat dibagi antara workshop dan pengelolaan bisnis. Pendekatan lain yang dilakukan adalah peningkatan komunikasi dengan supervisor, mentor, dan dosen pembimbing, sehingga setiap bimbingan dapat dilakukan secara lebih efektif dan terjadwal. Dengan adanya komunikasi yang jelas, penulis dapat menghindari permasalahan koordinasi waktu pelaksanaan bimbingan, serta memastikan penyelesaian laporan magang berjalan sesuai target.

Secara keseluruhan, strategi utama dalam mengatasi kendala manajemen waktu adalah dengan membuat perencanaan yang sistematis, mengoptimalkan efisiensi dalam setiap tugas, serta memastikan keseimbangan antara akademik, bisnis, dan pengembangan produk.