

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada bab ini, akan diuraikan secara terperinci mengenai kedudukan serta koordinasi laporan magang yang berjudul “KEGIATAN MAGANG SEBAGAI CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM TIM DE POFFERTJES BROS”. Dalam melaksanakan praktek kerja magang, saya mengikuti program wirausaha milik Universitas Multimedia Nusantara, yakni Skystar Ventures sebagai inkubator pembinaan dan pembimbingan terhadap kelompok wirausahawan yang dilakukan selama kurang lebih 4 - 5 bulan. Penulis menduduki posisi sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) di bawah bimbingan Ibu Michelle Geysianti selaku Program Coordinator, dan Bapak Hokky Nanda, sebagai Program Officer dari Skystar Ventures dan supervisor yang membantu pengembangan De Poffertjes Bros untuk bisa merancang tujuan kedepannya.

3.1.1 Kedudukan Penulis Sebagai Chief Executive Officer (CEO)

Sebagai seorang CEO atau pemimpin dalam kelompok usaha ini, penulis bertanggung jawab dalam seluruh kegiatan manajemen, pengembangan, pengambilan keputusan, dan hal lainnya yang harus dikerjakan di dalam tim De Poffertjes Bros. Selain dari tugas tersebut, penulis juga merangkap posisi sebagai orang yang melakukan (R&D) atau riset dan pengembangan untuk bahan baku, adonan, cita rasa, dan variant topping yang akan di hadirkan. Hal tersebut didasari oleh kesadaran diri penulis karena hanya penulis yang paham untuk meracik adonan dan memilih bahan baku, sehingga untuk tim yang dibawah oleh penulis bisa di arah kan sesuai dengan kemampuan masing-masing.

3.1.2 Koordinasi

Dalam memulai kegiatan kerja magang di De Poffertjes Bros, yang dimulai sejak tanggal 3 Februari 2025, penulis sebagai *Chief Executive Officer* (CEO), memiliki tujuan dengan memastikan usaha yang sedang dijalani ini berjalan

dan dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Dengan memberikan kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang terbaik, juga menjadi salah satu tanggung jawab penulis, sehingga hal tersebut bisa menghasilkan kepuasan pelanggan, dengan berkoordinasi bersama *Chief Operating Officer (COO)* yang diharapkan dapat merealisasikan hal tersebut. Selanjutnya penulis juga melakukan koordinasi dengan *Chief Financial Officer (CFO)*, untuk memastikan bahwa keberlanjutan keuangan yang efektif dan pengelolaan keuangan yang baik, guna meningkatkan profitabilitas usaha. Memastikan strategi pemasaran digital maupun fisik berjalan sesuai dengan *Chief Marketing Officer (CMO)* yang diharapkan sesuai dengan tujuan awal dari tim De Poffertjes Bros.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam periode praktek kerja magang yang dilakukan penulis, aktivitas dalam tim De Poffertjes Bros dimulai sejak tanggal 3 Februari 2025, diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

No	Jenis Pekerjaan	keterangan	Koordinasi	Frekuensi	PIC
A. Aktivitas Skystar Ventures					
1.	Mengikuti <i>Workshop</i> yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures	Menambah wawasan bisnis dan informasi baru.	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Ketika ada jadwal untuk mengikuti workshop	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures)
2.	Mengikuti Mentoring yang difasilitasi oleh Skystar Ventures	Membahas permasalahan dan kesulitan dalam menjalankan usaha.	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Ketika sepakat memilih tanggal untuk melakukan sesi mentoring	Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
3	Berpartisipasi	Membuka stan	Zidane	Ketika	Kak Hoky

	pada tenant atau bazar yang disediakan oleh Skystar Ventures	De Poffertjes Bros di bazar yang disediakan	(CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	dapat jadwal yang ditentukan	Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
4	Mengikuti bimbingan bersama mentor	Mentoring yang dilakukan bersama mentor dari Skystar dan mentor eksternal	Zidane (CEO), Daniel (CMO, COO) & Rayhan (CFO)	Mengikuti jadwal mentoring yang ditentukan oleh kami bersama mentor.	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures)
B. Aktivitas De Poffertjes Bros					
1.	Melakukan Riset adonan Poffertjes	Proses pencarian resep dari internet dan kerabat dari CEO.	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	5 Minggu Pertama	Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
2.	Mempersiapkan Bahan Baku dan peralatan operasional	Mencari bahan baku poffertjes, packaging dan perlengkapan jualan untuk mempercepat kesiapan jualan kami	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 4-8	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
3.	Melakukan RnD	Mencari cita rasa poffertjes yang autentik namun sudah disesuaikan dengan lidah masyarakat	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 3-6	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures)
4.	Melakukan <i>Test</i>	Memperkenalkan	Zidane	Week 7-8	Kak Hoky

	<i>Food</i>	an rasa dari produk makanan kami kepada orang-orang terdekat	(CEO), Rayhan (CFO)		Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
5.	Melakukan pembelian peralatan lanjutan	Membeli beberapa peralatan tambahan	Zidane(CEO)	Week 9	Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
6.	Menentukan Packaging	Mencari referensi packaging dan peralatan makan	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 9-10	Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
7.	Menjaga Bazaar dan Proses Orderan	Mulai menjalankan bazaar dan pembuatan orderan	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 10-14	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
8.	Melakukan Perancangan Anggaran	Proses pembuatan rancangan anggaran yang diperlukan untuk segala kebutuhan dalam pengembangan bisnis	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 1-4	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures)
9.	Proses Perhitungan	Proses pembuatan hitungan HPP, Selling Price dan BEP	Zidane (CEO), Rayhan (CFO).	Week 1-9	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak

					Wahyudi (Dedicated Mentoring)
10.	Proses Pembuatan Sosmed dan Campaign Marketing	Proses membuat sosial media untuk kebutuhan marketing	Zidane (CEO), Daniel (CMO)& (COO)	Week 9-12	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)

Berikut adalah uraiannya penulis saat melaksanakan Tugas dan Uraian Kerja Magang :

3.2.1 Aktivitas Skystar Ventures

1. Mengikuti Workshop yang Diselenggarakan oleh Skystar Ventures



Gambar 3.1 Workshop Skystar

Workshop merupakan bagian penting dari proses inkubasi, di mana tim diberikan pembekalan materi oleh para praktisi dan mentor berpengalaman di dunia startup dan kewirausahaan. Materi yang disampaikan mencakup berbagai aspek penting seperti perencanaan bisnis, strategi pemasaran, model bisnis, branding, customer validation, serta cara menyusun pitch deck yang efektif. Penulis bersama

dua rekan tim (Rayhan sebagai CFO dan Daniel sebagai CMO & COO) secara aktif mengikuti kegiatan ini, baik secara daring maupun luring, sesuai jadwal yang ditentukan oleh Skystar Ventures. Selama workshop, penulis mencatat wawasan baru dan berdiskusi langsung dengan narasumber untuk mengaitkan materi dengan konteks bisnis De Poffertjes Bros. Pengetahuan yang diperoleh kemudian diimplementasikan dalam proses perumusan strategi bisnis serta dalam pengambilan keputusan strategis tim.

2. Mengikuti Mentoring yang Difasilitasi oleh Skystar Ventures

Kegiatan mentoring dilakukan dalam sesi privat bersama mentor yang ditugaskan oleh Skystar Ventures. Dalam sesi ini, penulis dan tim dapat secara langsung mempresentasikan perkembangan usaha, hambatan yang dihadapi, dan rencana jangka pendek maupun jangka panjang. Mentor kemudian memberikan masukan, evaluasi, dan solusi atas permasalahan yang ada. Penulis secara aktif menjadwalkan sesi mentoring bersama Rayhan dan Daniel, terutama ketika tim membutuhkan panduan dalam menentukan strategi harga, pengembangan produk baru, dan penyempurnaan sistem operasional. Salah satu contoh nyata dari hasil mentoring adalah masukan untuk lebih menonjolkan *unique selling point* (USP) dari De Poffertjes Bros, yaitu pengalaman interaktif bagi pelanggan dalam membuat poffertjes.



Gambar 3.2 Dedicated Mentoring

3. Berpartisipasi dalam Tenant atau Bazar yang Diselenggarakan Skystar Ventures

Sebagai bagian dari strategi pemasaran dan validasi pasar, Skystar Ventures memberikan kesempatan kepada setiap tim untuk membuka tenant atau booth di bazar yang mereka fasilitasi. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih tim dalam menjual produk secara langsung kepada konsumen, mengumpulkan feedback secara real-time, serta menguji kesiapan operasional tim di lapangan dalam suasana yang lebih riil dan menantang.

Penulis, bersama seluruh anggota tim, turut serta ketika jadwal tenant diberikan. Dalam pelaksanaan tenant tersebut, penulis bertanggung jawab dalam pengawasan kegiatan, menjaga kualitas produk, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan yang hadir di lokasi acara. Hari tersebut menjadi momen yang cukup istimewa karena acara dikunjungi oleh **Wakil Bupati Tangerang, Ibu Intan Nurul Hikmah**, yang memberikan apresiasi terhadap semangat wirausaha mahasiswa dan turut menyemangati seluruh peserta tenant.



Gambar 3.3 Kehadiran Wakil Bupati Tangerang di Booth

Kehadiran tokoh publik tersebut tidak hanya memberikan kebanggaan tersendiri bagi tim De Poffertjes Bros, tetapi juga memperkuat motivasi tim untuk terus mengembangkan produk dan pelayanan dengan standar yang lebih tinggi. Partisipasi dalam tenant ini menjadi momentum penting untuk memperkenalkan brand ke publik, sekaligus membangun jejaring serta membuktikan kelayakan produk di tengah persaingan pasar jajanan modern.

4. Mengikuti Bimbingan Bersama Mentor

Selain sesi mentoring privat, penulis bersama tim juga mengikuti sesi bimbingan kolektif yang difasilitasi oleh Skystar Ventures. Kegiatan ini melibatkan kehadiran mentor internal dari Skystar Ventures (Kak Hoky Nanda) yang telah berpengalaman di bidang startup dan pengembangan bisnis. Bimbingan ini dilakukan berdasarkan jadwal yang telah disepakati bersama, bisa melalui chat atau konsultasi secara langsung sesuai perjanjian yang ditentukan sebelumnya dan menjadi ruang diskusi terbuka untuk membahas kemajuan usaha, hambatan yang dialami saat ini, hingga strategi pengembangan selanjutnya.



Gambar 3.4 Konsultasi Melalui Chat

Melalui bimbingan bersama mentor Kak Hoky Nanda ini, tim De Poffertjes Bros memperoleh banyak insight baru yang tidak hanya membantu menyelesaikan permasalahan teknis, namun juga memperluas sudut pandang dalam merancang

langkah strategis ke depan. Penulis secara aktif berpartisipasi dalam sesi ini bersama Rayhan (CFO) dan Daniel (CMO & COO), serta mencatat setiap masukan untuk dijadikan bahan evaluasi internal tim. Kegiatan ini terbukti efektif dalam menjaga ritme progres usaha sekaligus sebagai bentuk komitmen terhadap pengembangan profesionalisme dalam berwirausaha.

3.2.2 Aktivitas De Poffertjes Bros

1. Melakukan Riset Adonan Poffertjes

Pada lima minggu pertama, penulis selaku Chief Executive Officer (CEO) memimpin proses riset dan eksplorasi terhadap bahan dasar dan formula adonan Poffertjes. Riset ini dilakukan dengan menggali berbagai sumber resep dari internet, buku resep Belanda, hingga mewawancarai kerabat dekat yang memiliki latar belakang budaya Belanda, termasuk ibu penulis sendiri.

Proses riset ini bertujuan untuk menemukan komposisi adonan yang otentik, lembut, dan sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Penulis juga mengevaluasi berbagai bahan seperti tepung terigu protein sedang, ragi instan, susu cair, mentega, telur, dan gula pasir, lalu kami melakukan uji coba terhadap proporsi masing-masing bahan. Dalam proses riset, kami dihadapi dengan banyaknya tantangan seperti cara menghidupkan ragi, membuat adonan agar tidak ada buliran tepung, pengukuran ragi, dan waktu *proofing* adonan. Beberapa indikator keberhasilan yang dijadikan acuan dalam proses tersebut meliputi kelembutan tekstur, bentuk adonan yang kental dan cita rasa yang khas dari ragi namun tidak mengganggu dan tetap dapat diterima oleh lidah masyarakat Indonesia, serta kemudahan dalam proses produksi skala kecil.

Selain itu, penulis juga melakukan perbandingan terhadap produk serupa yang sudah beredar di pasaran, baik melalui pembelian langsung maupun ulasan konsumen di media sosial, guna memahami standar kualitas dan ekspektasi

konsumen. Hasil dari riset ini menjadi landasan utama dalam merumuskan resep final produk *De Poffertjes Bros*, sekaligus menjadi diferensiasi utama dibandingkan dengan produk sejenis yang ada di pasaran. Hasil riset ini menjadi pondasi utama dalam pengembangan menu *De Poffertjes Bros* dan menjadi titik awal dalam membedakan produk kami dari kompetitor.



Gambar 3.5 Melakukan Riset Adonan

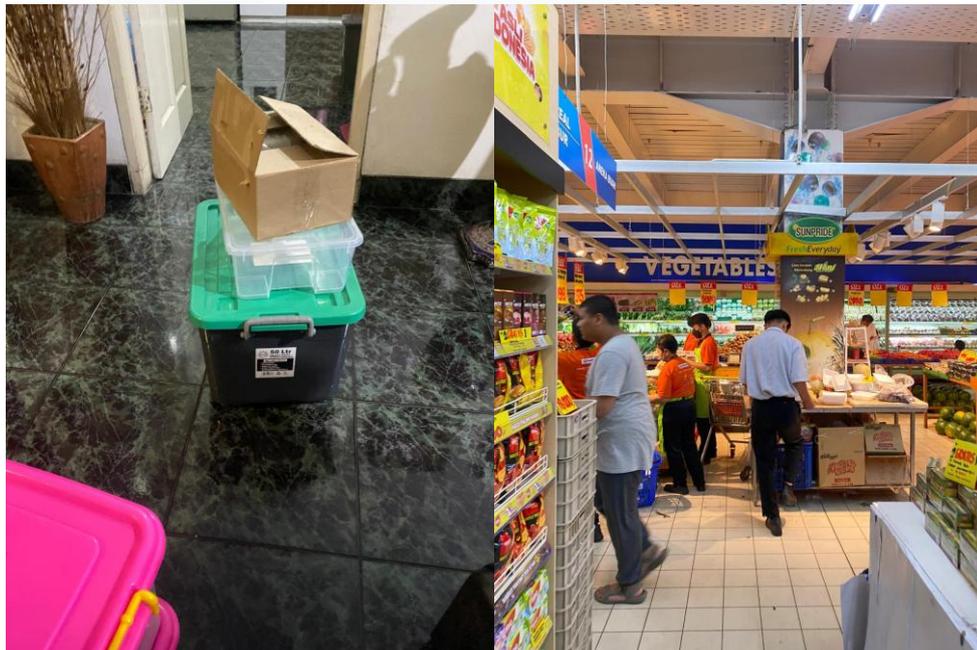
2. Mempersiapkan Bahan Baku dan Peralatan Jualan

Setelah formula dasar poffertjes berhasil ditemukan, aktivitas selanjutnya adalah mempersiapkan semua keperluan produksi dan penjualan. Kegiatan ini berlangsung pada minggu keempat hingga minggu kedelapan. Penulis bersama tim

melakukan survei dan pembelian bahan baku utama seperti mentega tawar, tepung terigu, gula, ragi, gula halus, kayu manis bubuk, dan susu segar.

Selain itu, tim juga mengalokasikan waktu untuk membeli peralatan produksi seperti kompor portable, beberapa baskom *stainless steel* dengan ukuran yang berbeda karena harus sesuai dengan peruntukannya, cetakan khusus poffertjes (pan poffertjes) yang berbahan baja atau *iron cast pan*, spatula, pengocok adonan, *mixer*, timbangan digital, gelas takar, botol adonan, dan garpu cangkil serta perlengkapan untuk menunjang kebersihan produksi. Seluruh pembelian dilakukan dengan mempertimbangkan aspek efisiensi, kebersihan, dan mobilitas, mengingat usaha dijalankan secara berpindah menggunakan kendaraan.





Gambar 3.6 Pembelian untuk Persiapan Bahan Baku dan Peralatan

3. Melakukan Riset dan Pengembangan (R&D) Produk

Setelah bahan dan alat siap, aktivitas berikutnya adalah melakukan riset dan pengembangan (R&D) produk secara menyeluruh. Fokus utama dari tahap ini

adalah menciptakan varian rasa yang autentik namun tetap relevan dengan lidah konsumen lokal.

Penulis memimpin proses eksperimen terhadap berbagai campuran komposisi adonan seperti vanilla extract, dan cinnamon powder.. Kegiatan ini juga melibatkan sesi diskusi internal tim untuk menguji cita rasa dan tekstur, serta mengevaluasi aspek penyajian agar produk tampil menarik secara visual.

Hasil dari R&D ini tidak hanya menghasilkan varian rasa unggulan yang menjadi favorit pelanggan, namun juga memberikan insight penting untuk strategi promosi dan diferensiasi merek De Poffertjes Bros di pasar jajanan modern.



Gambar 3.7 Melakukan Riset & Pengembangan Produk

4. Melakukan Test Food

Pada minggu ketujuh hingga kedelapan, setelah R&D produk dianggap cukup stabil dan resep sudah final, karena pada awal proses R&D kami menghadapi banyak permasalahan dalam proses pembuatan adonan yang kami inginkan, penulis

memimpin pelaksanaan aktivitas **test food**. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh masukan langsung dari calon konsumen sebelum produk diluncurkan secara resmi ke publik. Uji coba ini dilakukan dengan membagikan sampel *poffertjes* kepada orang-orang terdekat seperti teman, dosen pembimbing, rekan sesama peserta program Skystar Ventures, serta keluarga.

Feedback yang diterima berkisar dari rasa, tekstur, tingkat kemanisan, kelembutan adonan, hingga estetika penyajian. Penulis mencatat semua masukan dengan seksama, kemudian berdiskusi dengan tim untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan. Salah satu hasil dari test food ini adalah keputusan untuk menambahkan varian topping *Ice cream* dan coklat lumer karena mendapatkan respons yang sangat positif.

Test food juga membantu tim mengukur daya tarik produk, menilai kesesuaian harga dengan persepsi nilai dari konsumen, serta mengidentifikasi potensi perbaikan sebelum benar-benar berjualan ke publik.



Gambar 3.8 Melakukan Test Food

5. Melakukan Pembelian Peralatan Lanjutan

Memasuki minggu kesembilan masa kerja magang, tim operasional *De Poffertjes Bros* mulai menghadapi tantangan teknis di lapangan, khususnya terkait efektivitas peralatan saat berjualan pada jam-jam sibuk dan sore hari. Berdasarkan observasi langsung dan hasil evaluasi dari uji coba penjualan sebelumnya, penulis mengidentifikasi beberapa kendala kecil, seperti keterbatasan kapasitas wadah saji yang tidak tahan panas dalam waktu lama, kurangnya alat pemanas cadangan untuk mempertahankan suhu produk, serta pencahayaan yang tidak memadai saat berjualan di area terbuka dengan penerangan terbatas.

Menanggapi permasalahan tersebut, penulis mengambil inisiatif untuk melakukan analisis kebutuhan peralatan tambahan demi meningkatkan kenyamanan dan efisiensi operasional. Setelah berkonsultasi dengan tim produksi dan mempertimbangkan masukan dari rekan lapangan, penulis kemudian menyusun daftar peralatan prioritas yang harus dibeli. Proses pembelian mencakup pencarian vendor terpercaya, perbandingan harga dan kualitas produk, serta penghitungan anggaran yang disesuaikan dengan proyeksi keuangan usaha.

Beberapa peralatan yang berhasil diperoleh meliputi wadah saji tahan panas berbahan stainless steel, alat pemanas listrik portabel sebagai cadangan selama jam operasional panjang, serta lampu sorot portabel berdaya baterai untuk memastikan area booth tetap terang dan menarik secara visual saat sore hingga malam hari.



Gambar 3.9 Pembelian Peralatan Lanjutan

Langkah ini diambil setelah adanya uji coba lapangan yang menunjukkan bahwa beberapa peralatan awal kurang efektif digunakan saat kondisi ramai atau di malam hari. Keputusan pembelian ini juga mempertimbangkan potensi jangka panjang, terutama ketika usaha akan berkembang menjadi booth tetap atau bahkan kafe kecil.

6. Menentukan Packaging

Kegiatan berikutnya adalah menentukan **desain dan jenis packaging** untuk produk De Poffertjes Bros. Packaging tidak hanya berfungsi sebagai wadah makanan, tetapi juga sebagai media branding yang berperan besar dalam membentuk citra produk di mata konsumen.

Penulis dan tim melakukan riset terhadap tren kemasan di bisnis makanan modern, terutama street food. Beberapa hal yang menjadi perhatian adalah estetika desain, kepraktisan, daya tahan terhadap panas, dan kemudahan dalam proses pengemasan cepat saat kondisi ramai. Akhirnya tim memutuskan untuk

menggunakan kotak karton food-grade yang dilapisi dengan pelindung minyak, serta mencetak stiker logo De Poffertjes Bros sebagai elemen branding.



Gambar 3.10 Packaging Karton Food Grade

Selain desain, tim juga mempertimbangkan ukuran kemasan yang sesuai dengan porsi poffertjes dan kemudahan konsumen dalam membawa serta menyantap produk langsung di tempat atau dibawa pulang.

7. Menjaga Bazaar dan Proses Orderan

Memasuki minggu ke-10 hingga minggu ke-14, De Poffertjes Bros mulai menjalankan kegiatan bazaar secara aktif sekaligus menangani proses pembuatan orderan secara langsung di lapangan. Dalam kegiatan ini, penulis sebagai CEO bersama Rayhan (CFO) dan Daniel (CMO & COO) bertanggung jawab penuh dalam menjaga stan bazaar yang telah di ikuti. Aktivitas ini mencakup persiapan sebelum bazaar dimulai, seperti membawa peralatan, pembuatan adonan dan bahan baku, serta memastikan booth dalam keadaan siap digunakan.

Penulis bersama tim sejak awal beraktivitas untuk mempersiapkan booth dan merancang semenarik mungkin untuk terlihat menarik untuk para konsumen. Dari awal acara bazaar dimulai hingga acara selesai, penulis memastikan kerapian

tempat booth untuk mendapatkan nilai positif dari para konsumen selama acara berlangsung. Selama bazaar berlangsung, tim juga melakukan pengolahan poffertjes secara langsung sesuai pesanan pelanggan, menjaga kualitas produk yang disajikan, serta melayani pelanggan dengan cepat dan ramah.



Gambar 3.11 Menjaga Bazaar

Kehadiran tim secara penuh di booth juga menjadi momen penting untuk membangun interaksi dengan konsumen, menggali insight dari respons pembeli, dan meningkatkan brand engagement. Kegiatan ini juga diawasi langsung oleh mentor internal, Kak Hoky Nanda, serta mentor eksternal, Pak Wahyudi, yang dapat memberikan saran melalui chat ketika dibutuhkan atau adanya kendala saat proses jualan di booth.

8. Melakukan Perencanaan Anggaran

Pada minggu pertama hingga minggu keempat, penulis bersama tim memulai proses perancangan anggaran sebagai langkah awal dalam pengembangan bisnis De Poffertjes Bros. Proses ini mencakup identifikasi seluruh kebutuhan keuangan yang diperlukan, mulai dari bahan baku, peralatan operasional, biaya promosi, hingga cadangan biaya tak terduga.

No	Nama Bahan	Harga	Jumlah	Total Harga	Tempor Jual	Status
8	Kompur Portable	Rp99,000	1	Rp99,000	Toko Perabotan	<input type="checkbox"/>
9	Gas Portable	Rp19,000	5	Rp95,000	Toko Perabotan	<input type="checkbox"/>
10	Corong	Rp4,000	2	Rp8,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
11	Wahker	Rp23,000	1	Rp23,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
12	Betal Adonan	Rp15,000	4	Rp60,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
13	Cungkilan Kue	Rp10,000	3	Rp30,000	Itipon, Tokoage @Rp10,000/3000 850358	<input checked="" type="checkbox"/>
14	Eco Friendly packaging	Rp1,900	65	Rp123,500	Itipon, Tokoage @Rp1,900/1900 413358	<input type="checkbox"/>
15	Sponge Cucit	Rp11,500	1	Rp11,500	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
16	Serbet	Rp24,000	1	Rp24,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
17	Toples 1KG	Rp8,000	1	Rp8,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
18	Toples 1,5Kg	Rp10,500	1	Rp10,500	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
19	Saringan	Rp6,000	1	Rp6,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
20	Gunting	Rp7,500	1	Rp7,500	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
21	Tekal	Rp21,000	1	Rp21,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
22	Tempat Sampah	Rp24,000	1	Rp24,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
23	Spatula Silicone	Rp11,000	1	Rp11,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
24	Sendok Kayu	Rp280	200	Rp56,000	Itipon, Tokoage @Rp280/1400 402158	<input type="checkbox"/>
25	Plastik Wipe	Rp15,000	1	Rp15,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
26	Saring Tangan Plastik	Rp4,500	1	Rp4,500	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
27	Container 50L	Rp1,000	1	Rp1,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
28	Tusukan Kue Besi	Rp9,000	5	Rp45,000	Itipon, Tokoage @Rp9,000/4500 400258	<input type="checkbox"/>
29	Sendok Ice Cream	Rp20,000	1	Rp20,000	Itipon, Tokoage @Rp20,000/2000 501558	<input type="checkbox"/>
30	Betal Buhak	Rp23,000	2	Rp46,000	Toko Perabotan	<input checked="" type="checkbox"/>
31	Pelindung Kompur	Rp17,800	3	Rp53,400	Itipon, Tokoage @Rp17,800/53400 402158	<input type="checkbox"/>
32	Styofam Es	Rp70,000	1	Rp70,000	Toko Perabotan	<input type="checkbox"/>
33				Rp904,900		<input type="checkbox"/>
34						
35				Rp1,797,800		Rp999,950
36						
37						
38						
39						
40						
41						
42						
43						
44						
45						
46						
47						

Table2	Column 1	Column 2	Column 3	Column 4	Column 5
Nama Bahan	Harga	Jumlah	Total Harga	Tempor Jual	Status
Telur Omega	Rp34,000	1	Rp34,000	Super market	<input type="checkbox"/>
Topung Seglaga Biru 1Kg	Rp13,500	4	Rp54,000	Vivi	<input checked="" type="checkbox"/>
Susu Full Cream	Rp23,000	4	Rp92,000	Toko kue	<input checked="" type="checkbox"/>
Bagi Box	Rp19,000	2	Rp38,000	Toko kue	<input checked="" type="checkbox"/>
Geram Kresok	Rp15,000	1	Rp15,000	Pasar	<input type="checkbox"/>
Geram Dapur	Rp10,000	1	Rp10,000	Pasar	<input type="checkbox"/>
Gula Halus	Rp25,000	2	Rp50,000	Toko kue	<input type="checkbox"/>
Bukal Matrika Bencra 100gr	Rp175,000	1	Rp175,000	1 market	<input checked="" type="checkbox"/>

Gambar 3.12 Rencana Anggaran

Penulis sebagai CEO berkoordinasi erat dengan Rayhan selaku CFO dan Daniel sebagai CMO & COO untuk memastikan bahwa setiap pos pengeluaran disusun secara realistis dan efisien. Proses ini juga didampingi oleh mentor dari Skystar Ventures, Kak Hoky Nanda, yang memberikan masukan strategis dalam menyusun anggaran yang seimbang antara kualitas dan efisiensi dan

memaksimalkan profit yang didapat, agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan sejak awal pendiriannya. Dalam perencanaan anggaran, penulis meminta CFO untuk mencari gambaran harga melalui internet, sehingga penulis bisa membuat sisa alokasi dana kepada beberapa kebutuhan yang masa penggunaannya panjang, sehingga dalam proses pembuatan perhitungan bisa lebih efisien.

9. Proses Perhitungan

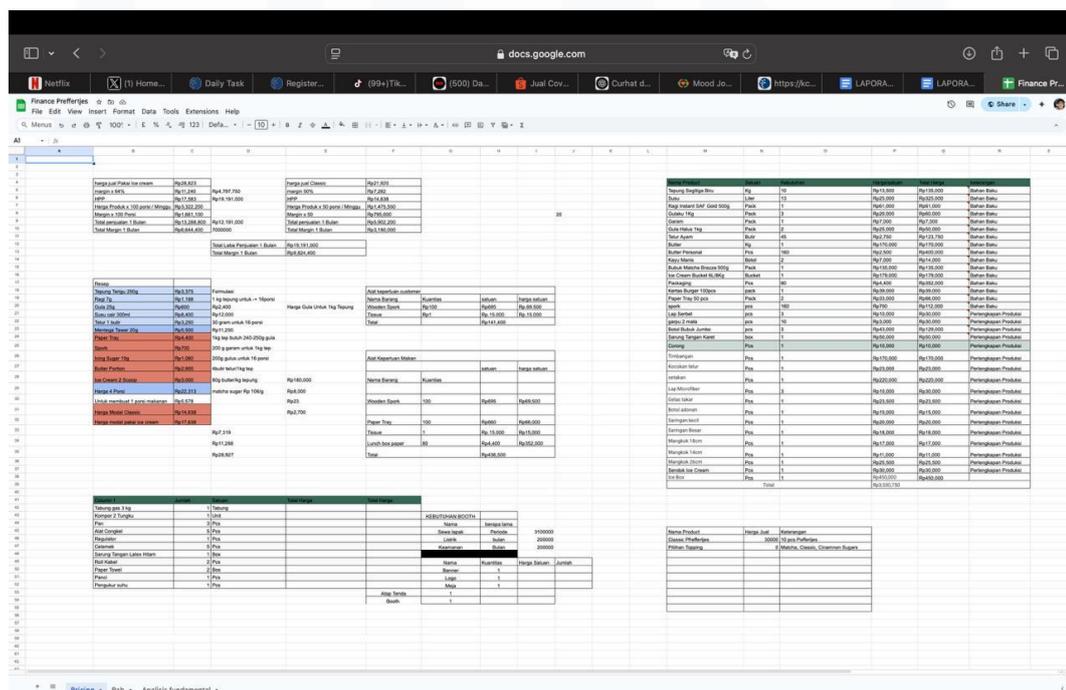
Setelah perencanaan anggaran awal selesai dirancang, tim *De Poffertjes Bros* melanjutkan tahapan penting dalam pengelolaan usaha, yaitu menyusun perhitungan dasar keuangan yang mencakup *Harga Pokok Produksi* (HPP), *Selling Price* (harga jual), dan *Break Even Point* (BEP). Proses ini dilaksanakan secara bertahap dari minggu pertama hingga minggu kesembilan, seiring dengan pengembangan produk dan uji coba operasional. Fokus utama dari kegiatan ini adalah untuk menemukan titik impas (*break even*) sebagai dasar penentuan strategi keberlanjutan usaha agar usaha tidak hanya dapat berjalan, tetapi juga berpotensi menghasilkan keuntungan dalam jangka pendek dan panjang.

Dalam kegiatan ini, penulis bekerja secara kolaboratif dengan Rayhan selaku Chief Financial Officer (CFO). Bersama-sama, mereka melakukan identifikasi dan pencatatan menyeluruh terhadap seluruh komponen biaya produksi, yang meliputi bahan baku (seperti tepung, mentega, susu, gula, ragi dan topping), perlengkapan penunjang, tenaga kerja (baik dari internal tim maupun eksternal jika diperlukan), durasi waktu operasional per shift, biaya sewa tempat (jika ada), serta variabel pemasaran seperti desain promosi, kemasan, dan konten digital. Penulis juga berperan aktif dalam menyusun format spreadsheet keuangan untuk merekam pengeluaran harian dan mengalkulasi rata-rata biaya produksi per unit *Poffertjes*.

Proses perhitungan ini melibatkan beberapa simulasi harga jual berdasarkan skenario optimistis dan realistis, dengan memperhatikan daya beli konsumen target

serta harga kompetitor di segmen jajanan premium. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menentukan harga jual ideal yang tidak hanya kompetitif di pasar, tetapi juga mampu menutup biaya produksi dan memberikan margin keuntungan yang sehat. Selain itu, perhitungan *Break Even Point* dihitung dalam bentuk jumlah unit penjualan minimum per hari agar usaha mencapai titik impas.

Selama proses ini, tim mendapat pendampingan langsung dari dua mentor, yaitu Kak Hoky Nanda dan Pak Wahyudi. Mereka memberikan insight yang sangat berharga dalam memvalidasi asumsi-asumsi keuangan tim, seperti estimasi volume penjualan, margin keuntungan, dan risiko operasional. Melalui sesi mentoring, beberapa koreksi dan penyempurnaan dilakukan terhadap struktur biaya dan proyeksi penjualan, sehingga keputusan akhir mengenai harga jual dan target revenue menjadi lebih akurat.

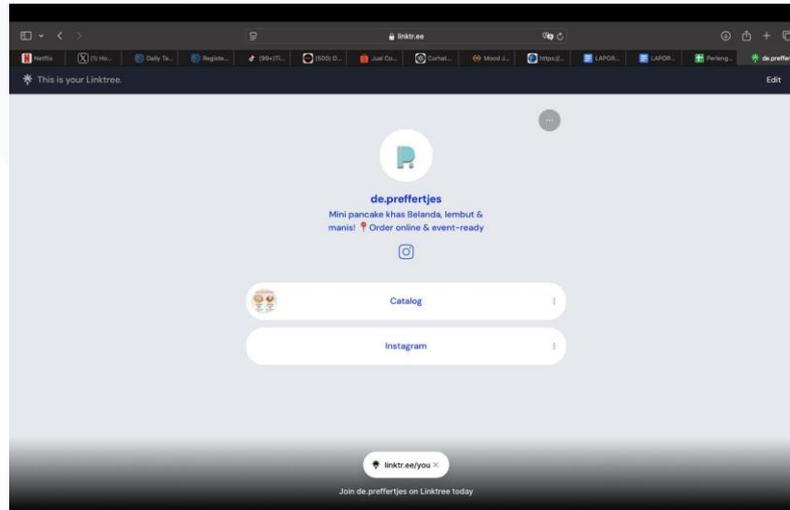


Gambar 3.13 Perhitungan Anggaran

10. Proses Pembuatan Sosial Media dan Campaign Marketing

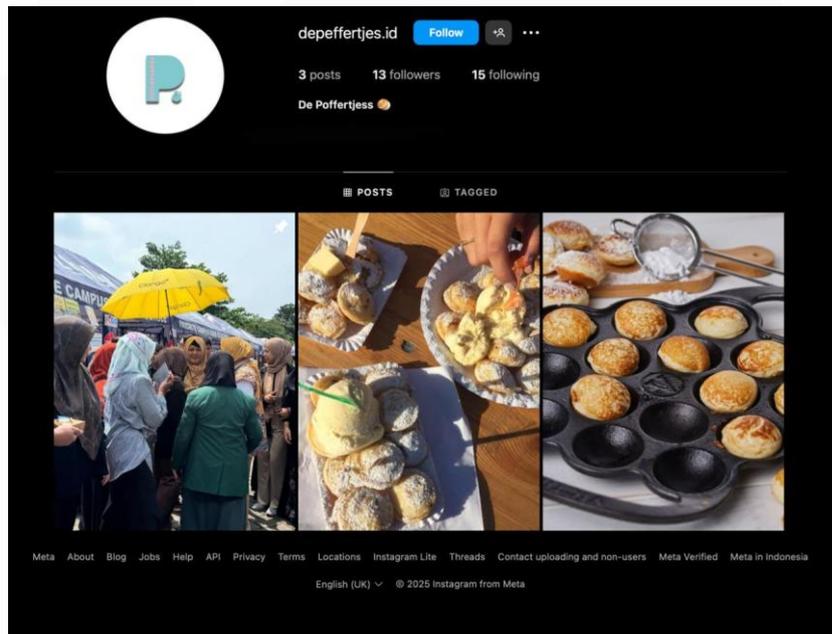
Memasuki minggu kesembilan hingga duabelas, tim mulai mengembangkan kehadiran digital dari De Poffertjes Bros sebagai bagian dari

strategi pemasaran. Aktivitas ini mencakup pembuatan akun media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta perencanaan konten kampanye promosi untuk memperkenalkan brand kepada target pasar secara lebih luas.



Gambar 3.14 Media Sosial De Poffertjes

Penulis bersama Daniel sebagai CMO & COO menyusun konsep visual, tone komunikasi, dan jenis konten yang sesuai dengan citra produk dan selera pasar anak muda di Gading Serpong. Selain itu, dilakukan perencanaan kampanye promo soft launching dan testimoni dari pelanggan awal untuk meningkatkan engagement. Kegiatan ini dibimbing oleh Kak Hoky Nanda dan Pak Wahyudi, yang memberikan arahan dalam membangun digital branding yang kuat dan terintegrasi dengan strategi offline.



Gambar 3.15 Profile Instagram De Poffertjes

11. Melakukan Presentasi Pitching

Sebagai bagian dari proses inkubasi di Skystar Ventures, penulis bersama tim De Poffertjes Bros mendapatkan kesempatan untuk melakukan presentasi pitching di hadapan para mentor dan stakeholder kampus. Kegiatan ini bertujuan untuk memaparkan ide bisnis, model usaha, proyeksi keuangan, hingga strategi pemasaran dari usaha De Poffertjes Bros secara menyeluruh. Penulis sebagai CEO bertanggung jawab utama dalam menyusun dan menyampaikan materi presentasi pitching, dibantu oleh tim dalam penyusunan data keuangan serta materi visual seperti pitch deck.

Selama sesi pitching berlangsung, penulis memaparkan keunikan produk poffertjes sebagai dessert khas Belanda yang belum banyak ditemui di kawasan Gading Serpong. Fokus penekanan terletak pada *unique selling point* produk, yaitu pengalaman interaktif pelanggan dalam proses pembuatan, serta fleksibilitas konsep penjualan yang berbasis mobilitas menggunakan kendaraan. Setelah presentasi selesai, tim mendapatkan berbagai masukan dari para juri dan mentor

terkait peluang pengembangan bisnis, penguatan branding, serta strategi ekspansi yang bisa dilakukan ke depannya.

Pitching ini menjadi momen penting dalam menguji kesiapan tim dalam mempresentasikan usaha kepada publik dan investor potensial. Penulis juga belajar menyusun struktur komunikasi bisnis yang efektif, menjawab pertanyaan kritis dari juri, serta menyampaikan visi jangka panjang dari usaha yang sedang dikembangkan.



Gambar 3.16 Presentasi Pitching

12. Mengikuti Exhibition yang Disediakan oleh UMN

Sebagai bentuk validasi pasar dan promosi produk secara langsung, tim De Poffertjes Bros mengikuti exhibition atau bazar yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara melalui Skystar Ventures. Dalam kegiatan ini, tim diberikan kesempatan untuk membuka booth dan menjual produk langsung kepada konsumen di lingkungan kampus maupun event publik yang difasilitasi.

Penulis sebagai CEO bertanggung jawab atas pengelolaan booth, mulai dari perencanaan logistik, pengangkutan peralatan, penyusunan tampilan booth yang

menarik, hingga pembagian tugas kepada anggota tim lainnya. Aktivitas ini tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan penjualan, namun juga sebagai sarana memperoleh umpan balik langsung dari pelanggan terkait rasa, harga, dan kualitas pelayanan.

Pada salah satu kegiatan exhibition, booth De Poffertjes Bros mendapat kunjungan spesial dari Wakil Bupati Tangerang, Ibu Intan Nurul Hikmah, yang menunjukkan apresiasi terhadap semangat wirausaha mahasiswa. Kehadiran tokoh publik ini memberikan dorongan motivasi bagi tim dan memperkuat kepercayaan diri dalam mengembangkan bisnis ke tahap selanjutnya.

Kegiatan exhibition ini juga menjadi sarana pembelajaran praktis tentang manajemen operasional di lapangan, interaksi dengan konsumen, serta pentingnya membangun brand experience yang baik dan konsisten.



Gambar 3.17 Exhibition

3.2 Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah beberapa kendala penulis selama mengikuti aktivitas sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* :

44

Kegiatan Magang Sebagai Chief Executive Officer Dalam Tim De Poffertjess Bros, Muhammad Zidane Bintang Ramadhan, Universitas Multimedia Nusantara

3.3.1 Kendala Selama Mengikuti *Workshop*

Selama mengikuti kegiatan workshop yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures, penulis menghadapi beberapa hambatan yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan secara hybrid, yaitu secara **online dan offline**. Pada kegiatan **online**, kendala utama yang dirasakan adalah **gangguan jaringan internet** yang tidak stabil. Hal ini menyebabkan penulis beberapa kali tertinggal dalam menyimak penjelasan dari narasumber, sulit memahami materi secara utuh, serta terhambat saat sesi diskusi atau tanya jawab secara langsung.

Sedangkan pada sesi **offline**, hambatan yang muncul lebih bersifat fisik dan lingkungan. **Kondisi cuaca yang tidak mendukung**, seperti hujan deras dan panas ekstrem, seringkali menyulitkan mobilitas menuju lokasi kegiatan. Selain itu, **penurunan kondisi kesehatan**, seperti kelelahan dan kurang fit karena padatnya aktivitas, turut memengaruhi fokus dan performa penulis dalam menyerap materi workshop secara maksimal.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan Dalam Proses *RnD*

Dalam proses **Research and Development (R&D)** produk De Poffertjes Bros, penulis menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Salah satu kendalanya adalah **koordinasi antar divisi tim**, terutama dalam menyamakan jadwal dan pembagian tugas antara CEO, CFO, dan CMO/COO. Perbedaan pandangan dan pendekatan dalam proses pengembangan produk menimbulkan diskusi panjang yang sering memperlambat pengambilan keputusan.

Selain koordinasi, **pemilihan resep** juga menjadi tantangan terbesar. Penulis harus melakukan berbagai eksperimen bahan dan takaran untuk menemukan formulasi adonan poffertjes yang sesuai standar rasa dan tekstur yang diinginkan. Contoh kendala ketika melakukan proses *R&D* adonan adalah: adonan yang tidak mengembang, adonan terlalu cair, adonan masih ada buliran tepung yang menurunkan kualitas adonan, adonan terlalu dominan amis dari telur, dan masih banyak lagi, contoh kendala diatas merupakan salah satu proses panjang dari riset adonan yang kami kembangkan. Proses ini memakan banyak waktu, energi,

dan biaya karena banyaknya trial and error yang harus dilalui. Penentuan **bahan baku** dan **kemasan** juga menjadi bagian dari kendala, terutama dalam memastikan kualitas dan ketersediaan bahan yang konsisten

3.3.3 Kendala yang Dihadapi Dalam Proses Realisasi Usaha

Selama tahap realisasi usaha, tim menghadapi berbagai kendala praktis yang memerlukan adaptasi cepat dan solusi tepat. Salah satu tantangan utama adalah dalam penentuan lokasi usaha untuk tenant pertama. Lokasi yang tersedia memiliki keterbatasan dari segi aksesibilitas, ukuran, hingga ketersediaan fasilitas pendukung seperti listrik dan air bersih.

Selain itu, proses penentuan produk akhir juga tidak lepas dari kendala. Tim harus menyeimbangkan antara idealisme rasa dan visual produk dengan efisiensi operasional saat berjualan. Ada beberapa perubahan elemen produk seperti ukuran porsi, jenis topping, dan kemasan yang harus disesuaikan berdasarkan respons langsung dari pelanggan saat uji coba atau test food. Tantangan teknis seperti penggunaan peralatan yang belum optimal, misalnya kompor portable yang durasi gasnya yang tidak dapat diperkirakan atau kemasan yang kurang praktis juga turut mempengaruhi kelancaran proses penjualan pertama. Semua kendala ini memberikan pelajaran penting dalam hal kesiapan logistik, simulasi operasional, serta pentingnya fleksibilitas dalam pengambilan keputusan usaha di lapangan.

3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala yang penulis alami selama kegiatan, terdapat tindakan yang penulis bersama tim dan mentor lakukan untuk menemukan solusi atas semua kendala dalam proses kerja, berikut adalah penjelasannya :

3.4.1 Solusi Atas Kendala Selama Mengikuti *Workshop*

Dalam menghadapi kendala jaringan internet selama kegiatan *workshop*, tim berusaha mengambil langkah antisipatif untuk memastikan partisipasi tetap berjalan lancar, khususnya pada sesi yang dilaksanakan secara daring. Salah satu solusi utama yang dilakukan adalah dengan **mencari dan memilih lokasi dengan koneksi internet yang stabil dan memiliki kecepatan memadai**, seperti menggunakan fasilitas kampus, ruang publik dengan Wi-Fi kuat, atau rumah dengan jaringan fiber optik.

Selain itu, sebagai cadangan, masing-masing anggota tim terutama penulis juga **menyediakan kuota data pribadi** sebagai alternatif ketika jaringan Wi-Fi mengalami gangguan. Hal ini terbukti efektif dalam menjaga akses jaringan internet, terutama ketika mengikuti sesi yang bersifat interaktif seperti diskusi dan tanya jawab dengan narasumber atau mentor.

Langkah-langkah ini memungkinkan tim untuk tetap fokus dan aktif mengikuti workshop meskipun terdapat kendala teknis. Di sisi lain, untuk sesi yang terlewat akibat gangguan internet, penulis juga melakukan inisiatif seperti **menghubungi panitia atau sesama peserta** untuk meminta rangkuman materi atau catatan tambahan, sehingga tidak ada informasi penting yang terlewat.

3.4.2 Solusi Dalam Proses *R&D*

Proses Riset dan Pengembangan (R&D) dalam membentuk produk De Poffertjes Bros menghadirkan tantangan yang cukup kompleks, terutama dalam hal pencarian formula resep, pemilihan bahan baku, dan penentuan kemasan. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis bersama tim secara aktif **mengadakan diskusi internal dan mentoring bersama pihak Skystar Ventures**. Melalui diskusi ini, tim dapat menyampaikan permasalahan yang dihadapi secara terbuka dan mendapatkan masukan langsung dari mentor berpengalaman.

Salah satu hasil dari proses tersebut adalah ditemukannya **komposisi bahan yang ideal** untuk 4 porsi poffertjes berisi 10 buah, berikut adalah adonan poffertjes, yaitu: tepung terigu 350 gram, susu cair 350 ml, telur 1 butir, mentega cair 20 gram,

ragi 8 gram, gula 25 gram, dan garam 5 gram. Komposisi ini diputuskan setelah melalui serangkaian eksperimen dan koreksi berdasarkan saran dari pelaku usaha roti, kue, dan mentor yang membantu menyeimbangkan rasa, tekstur, dan efisiensi biaya produksi.

Tidak hanya pada bahan, tim juga menghadapi stagnasi dalam pemilihan kemasan yang tepat untuk produk. Pada awalnya, tim kesulitan menentukan kemasan yang praktis namun tetap menunjang estetika dan branding produk. Solusi akhirnya ditemukan melalui diskusi dengan mentor, di mana tim memutuskan untuk menggunakan *paper tray* sebagai wadah penyajian. *Paper tray* dipilih karena ramah lingkungan, ringan, mudah diakses, dan memberikan kesan modern minimalis yang sesuai dengan citra brand.

Dengan kolaborasi yang solid antara anggota tim dan mentor, setiap hambatan yang muncul dalam proses R&D dapat diselesaikan secara bertahap. Kegiatan mentoring tidak hanya memberikan solusi teknis, tetapi juga memperkuat proses pengambilan keputusan dalam tim, sehingga seluruh progres pengembangan produk dapat berjalan kembali dengan lancar.

3.4.3 Solusi Dalam Realisasi Usaha

Terkait **penentuan lokasi usaha**, penulis dan tim mulai mengembangkan sistem **observasi lokasi lebih awal**, yaitu dengan survei lapangan minimal satu minggu sebelum hari tenant. Hal ini memungkinkan evaluasi fasilitas, potensi keramaian, dan akses logistik dapat dilakukan dengan tenang. Jika lokasi dirasa kurang ideal, tim menyiapkan alternatif tempat atau penyesuaian strategi layout booth.

Untuk mengatasi masalah dalam **penentuan produk akhir**, tim mengandalkan **test food dan feedback langsung** dari calon konsumen. Berdasarkan masukan tersebut, dilakukan penyempurnaan pada porsi, topping, dan

sistem penyajian agar lebih sesuai dengan preferensi pasar. Hal ini dilakukan secara iteratif agar produk benar-benar layak diluncurkan saat tenant.

Dalam hal **peralatan teknis**, penulis bersama tim juga mulai melakukan **simulasi operasional sebelum hari penjualan**, seperti mencoba penggunaan kompor, menyusun alur kerja, dan membagi peran antar anggota. Peralatan juga dicek secara menyeluruh minimal satu hari sebelumnya. Selain itu, tim menyediakan beberapa alat cadangan (seperti spatula, kain lap, dan bahan baku ekstra) untuk mengantisipasi kejadian tak terduga.

