

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Skystar Ventures memiliki program salah satunya adalah program inkubasi bisnis bagi para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang memiliki minat untuk menjadi wirausahawan. Program inkubasi bisnis ini membantu mahasiswa dalam membangun proyek bisnis yang mereka miliki dimulai dari tahap perencanaan ide sampai dengan tahap pengekseskuan ide tersebut. Proyek bisnis usaha yang penulis rintis bersama dengan teman-teman penulis yaitu produk makanan Jepang berupa beef hamburg, pudding caramel, dan the ocha dengan merk dagang ZENGUSTO.



Gambar 3. 1 Logo Zen Gusto

ZenGusto merupakan usaha kuliner yang fokus pada penyediaan masakan Jepang berupa beef hamburg dan menu lainnya seperti pudding caramel dan the ocha. Menu yang penulis sajikan terutama beef hamburg memiliki kandungan

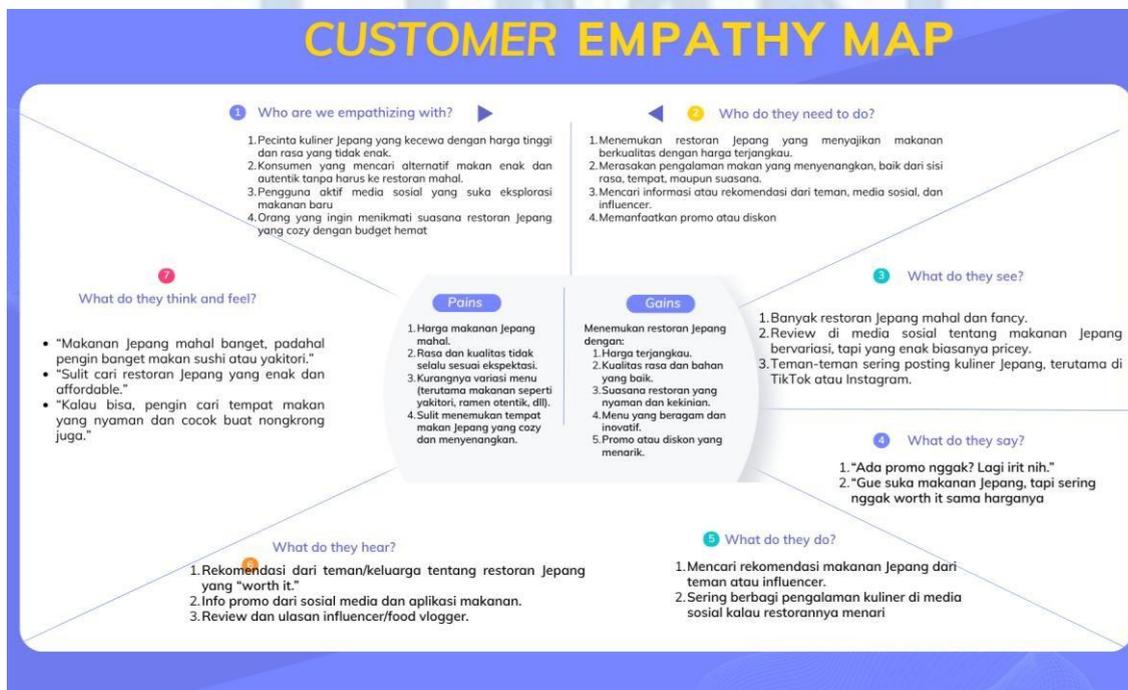
protein yang tinggi, kaya serat dan nutrisi, serta bermacam-macam vitamin yang berasal dari daging segar yang diolah dengan baik, mix vegetables, dan juga telur. Selain kandungan nutrisi yang tinggi, rasa dari makanan ini juga tidak kalah dengan kandungan nutrisinya. Rasa beef hamburger yang penulis buat memiliki resep yang diambil langsung dari Jepang sehingga memiliki tekstur yang kenyal, gurih, dan lembut. Selain itu juga rasa pudding caramel yang penulis buat sangat pas dan kenyal serta terbuat dari caramel asli, juga the ocha yang segar sebagai pendamping makanan memiliki rasa yang autentik teh Jepang karena diimpor langsung dari Jepang.



Gambar 3. 2 Contoh Foto Produk ZenGusto

Ketiga menu ini dipilih berdasarkan analisis tren pasar, dimana akhir-akhir ini minat masyarakat terhadap menu makanan Jepang semakin meningkat dilihat dari semakin banyaknya restoran-restoran Jepang yang mulai menjamur, namun demikian beragamnya kuliner Jepang yang muncul memiliki harga yang relative tinggi sehingga jarang bisa dijangkau semua kalangan. Maka dari itu penulis melihat hal tersebut sebagai celah pasar dan peluang bisnis dengan mengusung konsep “*affordable Japan Cuisine*” dimana setiap orang dari berbagai kalangan dapat merasakan pengalaman mencicipi kuliner Jepang dengan harga yang relative murah namun dengan kualitas rasa yang baik serta kandungan nutrisi yang masih terjaga.

Selain itu, kehadiran ZenGusto ini juga didasarkan pada customer empathy map yang telah dilakukan. ZenGusto hadir untuk menjawab kebutuhan para pencinta kuliner Jepang yang memiliki anggaran terbatas. Banyak dari para konsumen yang ingin menikmati hidangan Jepang tetapi terkendala oleh harga yang tinggi dan cita rasa yang kurang memuaskan. Berdasarkan pemetaan empati, konsumen jenis ini sangat menghargai kualitas bahan makanan, variasi menu yang otentik meskipun telah dimodifikasi, dan suasana restoran yang nyaman. Konsumen cenderung mengandalkan rekomendasi dari teman atau media sosial, dan keputusan mereka sangat dipengaruhi oleh ulasan daring. Promosi menarik dan harga yang wajar menjadi daya tarik utama konsumen untuk datang. Tantangan yang konsumen hadapi antara lain adalah minimnya pilihan menu, sulitnya menemukan hidangan seperti sushi atau yakitori yang benar-benar enak, serta kurangnya inovasi dalam penyajian makanan Jepang yang terjangkau. Tujuan konsumen sebetulnya adalah menemukan restoran yang menyajikan menu inovatif dengan bahan segar, memberikan pengalaman makan yang menyenangkan, dan menghadirkan suasana yang nyaman sambil tetap dapat menikmati berbagai penawaran atau diskon.



Gambar 3. 3 Customer Emphaty Map

Magang yang dilakukan oleh penulis dan juga teman-teman ini dilakukan dengan metode *hybrid (online dan offline)*. Metode ini dilakukan dengan tujuan efisiensi waktu dan tenaga, dimana penulis dan teman-teman memanfaatkan teknologi komunikasi dalam setiap kegiatan, begitu juga dengan *mentoring*. Hasil dari *mentoring* penulis bersama dengan para mentor menghasilkan banyak *output* yang berguna untuk saran dan evaluasi penulis dan teman-teman dalam mengembangkan bisnis ini.

Tabel 3. 1 Uraian Tugas dan Kerja

No	Minggu ke	Uraian Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Hasil Kegiatan	PIC Koordinasi
1	3-9 Februari 2025	Melakukan observasi awal, briefing dan studi SOP	Pemahaman pada alur kerja, standar operasional, dan struktur kegiatan sebelum jalannya project	Tim memperoleh pemahaman dasar yang kokoh mengenai operasional dan tujuan kegiatan.	Tim Zengusto
2	10-16 Februari 2025	Mencari bahan baku supplier, pencatatan resep	Penentuan kualitas dan ketersediaan bahan baku di suatu vendor, dan mencatat resep awal produk.	Adanya tambahan daftar pilihan supplier dan penyusunan draft awal resep.	CEO dan CFO

3	17-23 Februari 2025	Melakukan survei restoran beef hamburg, trial produk	Mengumpulkan pemikiran dan inspirasi dari kompetitor serta melakukan uji coba produk awal.	Uji coba produk dilakukan dan hasilnya dibandingkan dengan kompetitor untuk peningkatan	Tim Zengusto
4	24 Februari – 1 Maret 2025	Mengevaluasi rasa, dokumentasi proses pembuatan	Menilai cita rasa dan dokumentasi langkah pembuatan produk untuk standarisasi.	Selesainya catatan dokumentasi dan evaluasi rasa.	Tim Zengusto
5	2-8 Maret 2025	Menghitung biaya HPP per varian	Mengetahui cara menghitung harga pokok produksi untuk penentuan harga jual	Adanya harga pokok produksi tiap produk varian	CFO
6	9-15 Maret 2025	Pendataan kebutuhan alat, riset supplier packaging	Listing kebutuhan alat produksi dan supplier packaging yang terjangkau	Checklist alat produksi dan list supplier packaging	CEO dan CFO
7	16-22 Maret 2025	Finalisasi resep 3 produk dan	Untuk melakukan penyempurnaan	Mempresentasikan pitch deck dari ZenGusto kepada	Tim Zengusto,

		bimbingan mentor	pada draft resep produk	mentor. Setelah mempresentasikan pitch deck dari ZenGusto, penulis dan teman-teman perlu membuat KPI (<i>Key Performance Indicators</i>) oleh mentor.	Hoky Nanda Sekalu supervisor, dan Pak Dedy sekalu mentor externak
8	23-29 Maret 2025	Pesiapan pemasaran digital dan desain sosial media	Melakukan riset mendalam dan mempersiapkan langkah-langkah dan kebutuhan untuk membangun awareness produk ZenGusto.	Pembuatan konten visual dan desain media sosial	CMO
9	30 Maret-5 April 2025	Promosi awal via IG/ WA, analisis kompetitor	Peningkatan brand awareness melalui promosi dan analisa kekuatan kelemahan kompetitor.	Hasil analisis kompetitor untuk menyusun strategi pemasaran.	Tim Zengusto

10	6- 12 April 2025	Melakukan penjuala batch 1, evaluasi responden, dan revisi pitch deck	Pengujian respon pasar agar mendapatkan feedback sehingga dapat menyempurnakan strategi bisnis melalui pitch deck.	Hasil respon digambarkan melalui Pitch deck dan direvisi sesuai arahan mentor Revisi Pitch Deck yaitu: 1. Our mission perlu diganti dengan visi misi untuk menunjukkan bahwa bisnis ZenGusto tidak hanya tentang menjual makanan, namun juga menawarkan pengalaman kuliner Jepang yang autentik, kandungan nutrisi tinggi, dengan harga yang murah. 2. mengubah penggunaan kata "mahal" dengan fokus terhadap	Tim Zengusto
----	------------------------	---	--	--	-----------------

				<p>value dan karakteristik produk dengan memperhatikan "kualitas, praktis, dan terjangkau" hal ini membuat deskripsi tanpa harus memberi kesan bahwa semua kompetitor itu mahal.</p> <p>3. Untuk foto sebaiknya diganti dengan foto produk saja, dengan tujuan untuk lebih menonjolkan kualitas secara visual dan daya tarik atas produk yang ditawarkan.</p> <p>4. Penambahan Value Proposition dalam Poin-Poin</p> <p>5. formulasi ulang terhadap</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>competition map.</p> <p>Hindari penggunaan kata "mahal dan murah" melainkan lebih kepada autentisitas rasa serta nilai nutrisi pada produk.</p> <p>6. menetapkan target kapan berjualan offline</p> <p>7. tingkatkan aktivasi online.</p> <p>Alih-alih membuat feeds, saran mentor untuk membuat Reels dan video pendek tiktik untuk meningkatkan jangkauan customer melalui konten.</p> <p>8. peta kompetisi & value harus disembunyikan.</p> <p>Hal ini demi</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>menjaga keunggulan kompetitif ZenGusto dan hanya perlu ditampilkan kepada beberapa pihak saja.</p> <p>9. penetapan target penjualan jangka pendek i (500 porsi sampai Mei, naik jadi 1000 apabila sudah tercapai penjualan 500 di Mei)</p> <p>10. target profit per orang 2.500.000 Rupiah dari hasil penjualan. Target ini disesuaikan dengan porsi, margin, dan keuntungan lainnya.</p> <p>11. Penjadwalan target penjualan</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>dari bulan awal sampai seterusnya (mis: april 400 porsi dsb.)</p> <p>12. pemisahan terhadap TAM, SAM, dan SOM serta tambahkan datanya.</p> <p>13. funding needs disembunyikan demi menjaga rahasia strategi keuangan internal.</p> <p>14. Ganti model foto tim agar seragam</p> <p>15. untuk pitch deck kurang meng-highlight makanan Jepang. Perlu ditekankan lagi terkait identitas beef hamburger sebagai kuliner khas Jepang</p>	
--	--	--	--	---	--

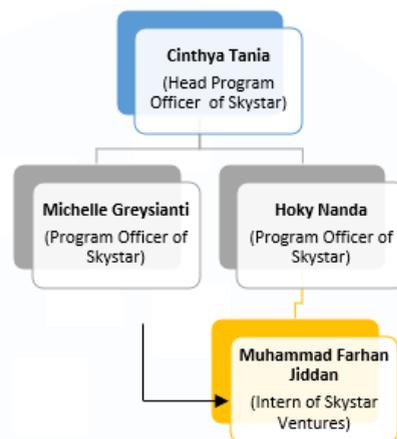
11	13-19 April	Melakukan penjualan batch 2 dan 3 serta melakukan evaluasi tim	Optimalisasi strategi tim penjualan dan evaluasi kinerja internal.	Diskusi evaluasi kinerja interna	Tim Zengusto
12	20-26 April	Melakukan penjualan batch 4, membuat konten produksi dan pemasaran, dan update penjualan usaha	Berjualan dan menyiapkan konten untuk pemasaran berkelanjutan.	Penulis dan tim sudah berhasil menjual 102 beef hamburg, 102 pudding caramel, dan 38 ocha. Namun terjadi kedala berupa <i>choper</i> yang digunakan rusak karena <i>overload</i> .	Tim Zengusto
13	27- April-3 Mei	Melakukan penjualan batch 5 dan 6, mencatat stok bahan	Monitoring kontrol stok bahan dan mereview target KPI.	Review KPI yang dilakukan bersama mentor. Dari hasil review tersebut penulis dan tim mendapat dua output, yaitu untuk merubah bobot KPI dan penetapan target penjualan yang	Tim Zengusto

				baru untuk total penjualan 10juta rupiah.	
14	4-10 April	Melakukan penjualan batch 7 dan mencatat penjualan	Berjualan untuk niat meningkatkan volume penjualan	Data penjualan batch 7 tercatat	Tim Zengusto
15	11-17 Mei	Melakukan penjualan batch 8 dan 9, melakukan evaluasi responden konsumen	Berjualan dan menganalisis feedback konsumen untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.	Hasil pengumpulan Feedback yang telah dianalisis	Tim Zengusto
16	18-24 Mei	Melakukan penjualan batch 10 dan 11, melakukan riset sambel untuk varian baru	Adanya konsistensi penjualan dan pengembangan varian baru sebagai diversifikasi produk.	Penjualan berlanjut untuk data preferensi rasa sebagai sambal varian baru	Tim Zengusto
17	25-30 Mei	Melakukan penjualan batch 12, Pengumpulan	Berjualan dan penyusunan laporan penjualan	Data hasil penjualan siap digunakan untuk analisis strategi baru	Tim Zengusto

		data hasil penjualan			
--	--	-------------------------	--	--	--

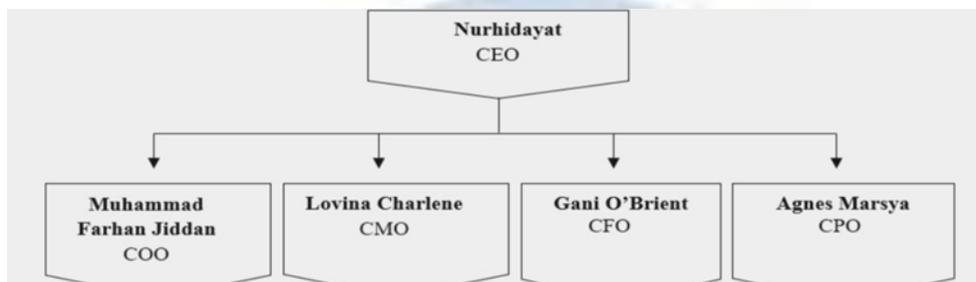
Dari keseluruhan proses penjualan yang telah dilakukan selama program magang, penulis dan tim berhasil mencatat total penjualan sebesar 282 porsi Beef Hamburg, 276 porsi Pudding Caramel, dan 90 porsi Ocha. Capaian ini menjadi salah satu indikator bahwa produk yang ditawarkan ZenGusto mampu diterima dengan baik oleh pasar. Selain itu, data rekap ini juga menjadi bahan evaluasi yang penting bagi penulis dan tim dalam menyusun strategi produksi dan pemasaran ke depannya agar lebih efektif dan terarah.

Dibawah naungan Skystar Ventures penulis bersama tim membangun ZenGusto sebagai bisnis secara independen dengan arahan mentor, CEO, dan Supervisor. Segala masukan selama mentoring adalah hal yang krusial dalam membangun bisnis penulis dan tim untuk siap bersaing di pasaran. Terdapat juga alur pelaporan kinerja magang di Skystar Ventures, yang kemudian akan penulis gambarkan dalam bentuk bagan:



Gambar 3. 4 Bagan Struktur Koordinasi Praktik Kerja Magang

Selain alur pelaporan kinerja magang di Skystar Ventures, terdapat juga struktur dari tim ZenGusto sendiri, yang terdiri dari penulis dan juga tim penulis, berikut penulis gambarkan dalam bentuk bagan:



Gambar 3. 5 Bagan Struktur Tim ZenGusto

Dalam manajemen operasional terdapat alur kerja operasional. Alur kerja operasional ini merujuk pada kumpulan aktivitas dalam satu bagian atau departemen yang mendukung operasional bisnis suatu perusahaan. Berikut ini merupakan alur operasional kerja ZenGusto:

1. Perencanaan Operasional

A. Menentukan target penjualan

Target penjualan ialah tujuan yang ingin dicapai oleh penjual dalam hitungan waktu tertentu. Target yang dimaksud beragam, bisa berupa unit yang sudah terjual, nilai penjualan yang dicapai, atau bisa juga kombinasi antara keduanya.

Penentuan target penjualan merupakan langkah awal dalam manajemen operasional. Poin ini berfungsi sebagai acuan utama dalam mengukur keberhasilan suatu usaha dalam periode-periode tertentu, dan akan digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan lainnya. Contohnya seperti jumlah produksi, kebutuhan bahan baku, strategi pemasaran, dan sebagainya.

Dalam menentukan target penjualan juga terdapat beberapa tahapan seperti yang pertama harus menganalisis histori data penjualan, setelah itu perlu mempertimbangkan bagaimana kondisi pasar pada saat ini, apabila kedua tahapan tadi telah dijalankan selanjutnya kita perlu menetapkan apa tujuan jangka panjang bisnis yang sedang kita kelola, setelah itu kita perlu melakukan segmentasi pasar, dan jangan lupa untuk melibatkan seluruh tim penjualan, lalu tahap paling akhir ialah evaluasi dan menyesuaikan secara berkala.

B. Menyusun anggaran untuk bahan baku

Bahan baku artinya bahan langsung atau bahan mentah yang digunakan untuk membentuk sebuah produk. Tujuan dari penyusunan anggaran bahan baku adalah karena saat membuat anggaran bahan baku akan tersedia harga satuan yang akan dibeli, maka dari itu kita dapat mengetahui berapa jumlah kas yang harus disediakan ketika harus membeli bahan baku. Perusahaan-perusahaan juga menggunakan anggaran bahan baku untuk menentukan berapa biaya akhir dari produk yang sedang mereka rencanakan untuk dijual.

Ketika ingin membuat anggaran bahan baku, kita harus mengetahui kira-kira berapa banyak bahan baku yang dibutuhkan untuk periode tertentu, sebab apabila salah dalam menentukan jumlah ini misalnya terlalu banyak maka jumlah lebih ini tidak digunakan dan akan rusak serta terbuang lama-kelamaan. Beberapa perusahaan menggunakan elemen *scrap and spoilage* untuk mempertimbangkan hitungan biaya bahan baku dan pembelian dari bahan baku.

Scrap ini mengacu kepada bahan baku yang tersisa setelah selesai produksi, sedangkan *spoilage* ini mengacu kepada

hilangnya bahan baku akibat penyimpanan yang tidak benar atau lama waktu simpan yang mengakibatkan pembusukan. *Scrap* yang tidak dapat dihindari karena merupakan akibat murni dari proses manufaktur, namun kita dapat menghindari *spoilage* atau pembusukan dengan cara melakukan penganggaran terhadap pembelian bahan baku yang sesuai kebutuhan waktu tertentu.

Tahap penganggaran bahan baku ini merupakan tahap yang krusial dan juga perlu dianalisis atau didiskusikan bersama-sama dengan tim untuk mengetahui angka-angka pastinya karena berhubungan langsung dengan efisiensi biaya dan juga kelancaran pada produksi.

C. Menyusun jadwal produksi dan juga distribusi

Penjadwalan produksi merupakan aktivitas untuk menentukan waktu pada pelaksanaan produksi, hal ini penting dilakukan mengingat bagaimana penulis dan tim harus bisa melakukan serangkaian kegiatan produksi dengan jumlah tim yang terbatas. Menyusun jadwal produksi ini sangat membantu proyek bisnis ZenGusto untuk memaksimalkan sumber daya yang tersedia guna tahapan produksi dapat berjalan secara efisien dan tepat waktu, serta hasilnya seperti yang diharapkan. Pada tahap penyusunan jadwal produksi, ini dilakukan agar proses produksi berjalan dengan tepat waktu.

Ketika melakukan penjadwalan produksi penulis dan juga tim perlu mempelajari dan berdiskusi terkait siapa saja yang akan ikut memproduksi, dimana tempat produksinya, kapan akan dilaksanakan, serta bagaimana penulis dan tim akan melakukan proses tersebut.

Ada satu elemen yang penulis sadari sangat penting dalam proses ini, yaitu *routing* produksi yang dimana akan membantu

dalam menentukan alur dan urutan pekerjaan di setiap tahap. Namun pada dasarnya komponen dalam penjadwalan produksi ini ada beberapa macam yaitu; perencanaan, *routing*, *scheduling*, *dispatching*, dan juga *follow up*,

Manfaat dari aktivitas penjadwala produksi ini berupa efisiensi, waktu, dan juga kualitas dari produk yang di produksi. Dalam prosesnya penulis dan tim mengusahakan secara maksimal agar mendapat hasil yang maksimal juga.

D. Menentukan strategi pemasaran mingguan

Pada tahap ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness dan juga menjangkau customer baru, serta mendorong penjualan dalam jangka pendek

2. Pengadaan atas bahan baku

A. Belanja langsung ke supplier

Belanja langsung ke supplier dilakukan agar penulis dan juga tim dapat menjamin ketersediaan bahan baku, menjaga kualitas produk, juga menekan biaya produksi. Penulis dan juga tim mengunjungi beberapa vendor secara rutin, diantaranya superindo untuk bahan baku, S5000 untuk perlengkapan operasional, DOSprint untuk kebutuhan cetak sticker dan visual lainnya.

B. Mengambil packaging produk

Pengambilan packaging produk dilakukan di toko S5000 Gading Serpong. Packaging merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan fungsi kualitas, estetika, dan juga fungsionalitas itu sendiri. ZenGusto memilih packaging dengan standar kualitas yang sesuai yang baik untuk pack makanan.

C. Mencetak stiker untuk kemasan

Cetak stiker untuk kemasan juga penting, karena stiker ini menjadi ikon ZenGusto dan fungsinya sebagai estetika di packaging ZenGusto.

3. Menyimpan bahan baku

A. Penyimpanan di freezer

Penyimpanan bahan baku perlu memperhatikan karakteristik dari bahan baku itu sendiri, kita perlu memperhatikan kualitas dari setiap bahan baku. Hal ini dilakukan agar setiap bahan baku yang disimpan dapat bertahan sesuai dengan yang sudah di prediksi dan sesuai dengan rencana produksi. Untuk daging, penulis memilih penyimpanan bahan baku di freezer dilakukan agar daging dan bahan baku lainnya tetap *fresh* dan juga terjaga kualitasnya.

B. Lakukan stok opname

Stok opname sendiri artinya melakukan pencatatan dan pemeriksaan ulang jumlah bahan baku secara fisik yang tersisa setelah produksi, tujuannya untuk memastikan jumlah stok bahan baku yang tersedia fisiknya sesuai dengan catatan dan juga sangat berguna untuk menghindari momen kehabisan bahan baku secara mendadak.

Dalam melakukan stok opname juga penulis melakukan sesuai dengan petunjuk dan tahapan yang baik, dimana tahap awal dalam melakukan stok opname yaitu tahap persiapan terkait bagaimana cara menginput dan mencocokkan antara jumlah data fisik dan jumlah data tertulis. Selanjutnya masuk ke tahap awal, penulis memberikan label ke produk yang sudah selesai dihitung dan memastikan semua barang sudah berlabel dan juga memilah produk apa yang tidak perlu dihitung atau dimusnahkan.

Selanjutnya tahap ketiga yaitu tahap pelaksanaan yaitu memastikan semua barang yang sudah dihitung juga sudah masuk ke system yang kemudian hasil input system ini akan didiskusikan lebih lanjut untuk inventaris selanjutnya, dan setelah semua pengecekan selesai, penulis juga melakukan pengecekan ulang agar tidak salah.

4. Masuk ke proses produksi

A. Mempersiapkan bahan-bahan

Tujuan dari mempersiapkan bahan-bahan ini adalah untuk memastikan dan menjamin efisiensi kerja, rasa produk yang konsisten, serta kualitas makanan yang disajikan sesuai dengan yang telah direncanakan.

B. Mengolah

Mengolah ini termasuk bagian krusial, cara mengolah pun harus sesuai SOP, penakaran bumbu, dan sebagainya. Tujuannya agar tercipta rasa yang konsisten serta efisiensi.

C. Menyusun menu

Menu yang tersusun dengan baik akan meningkatkan minat pelanggan, pengalaman pelanggan, mempermudah dan memperjelas informasi.



Gambar 3. 6 Alur proses pembuatan Beef Hamburg

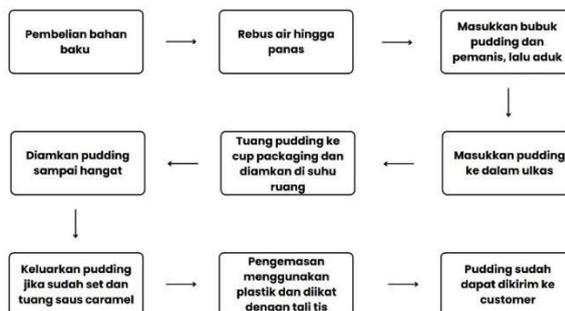
Alur proses ini menggambarkan tahapan lengkap dalam pembuatan beef hamburg mulai dari pembelian bahan baku, proses penggilingan pencampuran bahan, dan pengemasan akhir. Setiap langkah mengikuti SOP untuk memastikan rasa yang konsisten, efisiensi kerja, dan kualitas makanan yang terjaga sebelum produk dikirimkan ke pelanggan.



Gambar 3. 7 Alur proses pembuatan Ocha

Alur proses ini menunjukkan proses produksi minuman ocha, mulai dari merebus air dan mencampur bahan, hingga pengemasan dalam botol dan pendinginan. Seluruh tahapan dirancang agar kualitas minuman tetap terjaga dan siap didistribusikan dengan aman ke pelanggan.

Alur Proses Pembuatan Pudding Caramel



Gambar 3. 8 Alur proses pembuatan Pudding Caramel

Alur proses ini menjelaskan proses pembuatan pudding caramel, dari tahap awal perebusan dan pencampuran bahan, proses setting dan pendinginan, hingga pengemasan akhir. Proses ini menjamin pudding yang dihasilkan memiliki tekstur, rasa, dan tampilan yang menarik saat sampai di tangan pelanggan.

5. Packaging and quality control

A. Mengemas produk

Dalam melakukan pengemasan produk penulis dan juga tim ingin menginginkan produk tim penulis dapat terlihat menarik. Maka dari itu penulis dan tim juga mempertimbangkan aspek estetika namun tidak menghilangkan aspek fungsional dari pengemasan tersebut.

Penulis dan tim menggunakan desain yang praktis dalam memilih pengemasan sebab apabila desain terlalu sulit maka konsumen akan sulit mengenali dan mengingat produknya. Selain itu juga kami memadukan warna yang sepadan dalam desain sticker tersebut. Selain itu penulis dan tim juga menggunakan pengemasan dengan bahan yang berkualitas agar konsumen merasa nyaman ketika menikmati produk dari ZenGusto.

Kemudian juga penulis dan tim sangat memperhatikan bahwa pengemasan produk harus dilakukan secara konsisten, mulai dari berat produk per porsi, sampai dengan susunan permenu di dalam packaging.

B. Mengecek standar SOP yang berlaku

Standar Operasional Produk secara umum bertujuan agar dapat digunakan sebagai acuan untuk memastikan keselamatan, memecahkan masalah yang terjadi, dan juga untuk mempertahankan kinerja yang tinggi untuk penulis dan juga tim penulis.

Pengecekan standar SOP dilakukan agar tidak terdapat produk cacat yang lolos ke konsumen, hal ini juga sangat penting karena ini menunjukkan seberapa besar komitmen penjual pada produknya tersebut.

6. Distribusi

A. Koordinasi dengan kurrir atau platform jika menggunakan Tahap ini dilakukan agar penjual dapat memastikan bahwa tidak ada missskomunikasi dan pesanan sampai sesuai dengan informasi yang diberikan. Serta yang paling penting adalah demi menjaga kepuasan pelanggan terhadap produk kita.

B. Melacak agar pesanan tepat waktu

Hal ini dilakukan agar konsumen tidak kecewa karena terjadi keterlambatan.

7. Cutomer feedback

A. Mengumpulkan feedback konsumen

Feedback yang diberikan oleh konsumen ini berupa saran, kritik, dan pendapat atau tanggapan. Feedback konsumen bisa menjadi alat belajar untuk meningkatkan kualitas, dan lebih bisa lagi untuk memahami kebutuhan konsumen.

B. Mengevaluasi dan memperbaiki produk

Tahap ini dilakukan agar ZenGusto bisa lebih baik lagi dalam menjaga loyalitas dan kepuasann konsumen.

8. Evaluasi mingguan

A. Mereview KPI COO

Merupakan tahap evaluasi terhadap indicator-indikator kunci kinerja yang sudah ditetapkan oleh COO. Tujuannya adalah untuk

menilai pencaapaian target operasional, memastikan akuntabilitas dan juga transparansi fungsi manajerial.

B. Rapat evaluasi dengan tim dan mentor

Tujuannya adalah untuk mengevaluasi dan menilai kembali kinerja kerja yang telah dilakukan penulis dan juga tim. Mendapatkan arahan dan juga masukan dari mentor terkait dengan proyek bisnis yang sedang berjalan.

C. Menyesuaikan strategi dan juga target

Tujuan dari tahapan ini adalah untuk menjaga relevansi, efektivitas, memastikan bahwa target masih realistis dan efektif, dan juga keberhasilan proyek ZenGusto.



Gambar 3. 9 Alur Operasional Kerja

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Tugas dalam pelaksanaan magang ini diatur setelah koordinasi penulis dan tim kepada pihak Skystar Ventures selaku mentor dalam magang ini.

3.2.1. Tugas Penulis dengan Tim

1. Pengelolaan Keuangan. Merencanakan dan mengelola modal awal yang akan digunakan, serta mencari sumber keuangan untuk modal awal dalam bisnis ini. Serta mengelola kas dan likuiditas dalam bisnis secara efisien.
2. Pengendalian keuangan. Tugas ini dilakukan demi memantau pengeluaran harian meliputi bahan baku, biaya operasional, serta tenaga kerja. Selain itu tugas ini juga dilakukan untuk mengidentifikasi serta menganalisis setiap jenis biaya dalam rangka pengendalian pengeluaran.
3. Penyusunan Anggaran. Hal ini dilakukan dengan cara menyusun anggaran belanja serta proyeksi keuangan harian maupun bulanan dalam bisnis. Selain itu juga dilakukan revisi terhadap anggaran secara berkala dalam rangka mencapai perkembangan dalam bisnis.
4. Pelaporan Keuangan. Dilakukan dengan cara menyiapkan laporan keuangan atas penjualan dengan tujuan untuk memberikan wawasan terhadap manajemen.

Maka berdasarkan pembagian tugas-tugas tersebut penulis dan tim dibagi untuk mengerjakan tugas-tugas tersebut. Meskipun penulis dan tim dibagi untuk tugas yang berbeda namun evaluasi dan diskusi dalam pengerjaan tetap dijalankan.

3.2.2. Tugas Penulis Secara Personal

1. Membuat KPI COO Sebagai Alat Ukur Kinerja

Salah satu tugas dan tanggung jawab penulis selama menjalani program magang di Skystar Ventures dalam merintis ZenGusto adalah menyusun *Key Performance Indicators* untuk posisi *Chief Operating Officer* dimana tugas ini dijalankan sebagai upaya untuk membangun system evaluasi kerja yang terukur serta terarah. Tujuan penyusunan KPI sendiri terdapat

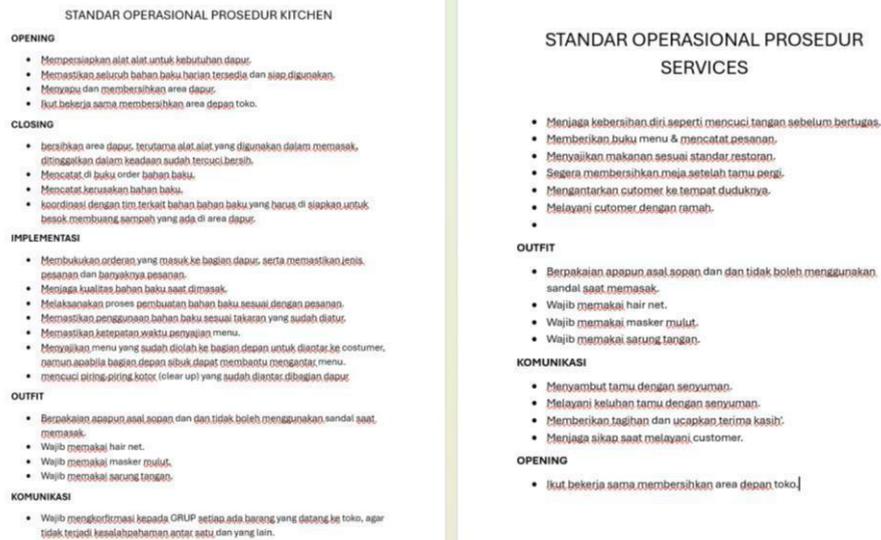
beberapa tujuan diantaranya; demi menyajikan alat ukur yang objektif terhadap performa *Chief Operating Officer* dalam hal melaksanakan tugas operasional, memastikan target-target operasional dapat tercapai sesuai dengan yang sudah direncanakan, serta menyelaraskan peran *Chief Operating Officer* sejalan dengan tujuan tim dan program inkubasi Skystar Vetures. KPI ini kemudian akan dijadikan acuan dalam kegiatan evaluasi performa *Chief Operating Officer* dalam rapat-rapat kemudian.

KPI COO			
NO	Key Performance Indicators (KPI)	Bobot KPI (%)	Penjelasan
1	Tingkat kualitas produksi	100%	Memastikan Kualitas bahan makanan, peralatan dan packaging dalam keadaan higienis dan baik.
2	Tingkat ketersediaan stok	90%	Memastikan bahan makanan dan packaging agar selalu tersedia.
3	Tingkat efektivitas penggunaan sumberdaya	90%	Memastikan penggunaan tenaga kerja, waktu dan sumberdaya lainya secara maksimal.
4	Tingkat pengendalian biaya operasional	95%	Meastikan biaya pengeluaran terkendali dan efisien.
5	Tingkat keamanan dan kesehatan kerja	100%	Memastikan keamanan dan kesehatan tenaga kerja tetap sehat dan aman

Gambar 3. 10 KPI COO

2. Membuat Standar Operasional

Selain membuat KPI COO, selama menjalani magang juga penulis membuat Standar Operasional Produk (SOP) sebagai sebuah pedoman bagi penulis sendiri dan juga tim, khususnya dalam hal produksi dan distribusi. Tujuan pembuatan SOP sendiri adalah demi terjaganya konsistensi kualitas pada produk yang dipasarkan, sebagai jaminan atas efisiensi kerja dalam rangka mengurangi kesalahan dalam proses produksi dan distribusi, serta bertujuan untuk menyediakan panduan tertulis untuk segala aktivitas yang sifatnya rutin.



Gambar 3.11 Standar Operasional Produk

Dalam pembuatan SOP sendiri harus sistematis, maka dari itu penulis mengikuti tahapan-tahapan SOP secara sistematis sebagai berikut:

1) Observasi serta dokumentasi proses

Penulis mengamati proses dan alur kerja secara langsung, mulai dari pemilihan bahan baku seperti daging dan sayuran mix, pengolahan makanan, hingga ke pengemasan dan distribusi produk.

2) Mengidentifikasi titik kritis pada produksi

Pada proses ini penulis mengidentifikasi titik rawan akan kesalahan, seperti bagaimana proses penyimpanan bahan baku beef hamburger, takaran dalam membuat beef, teknik penyajian, kebersihan, dan lain sebagainya.

3) Menyusun panduan secara berurut langkah per langkah

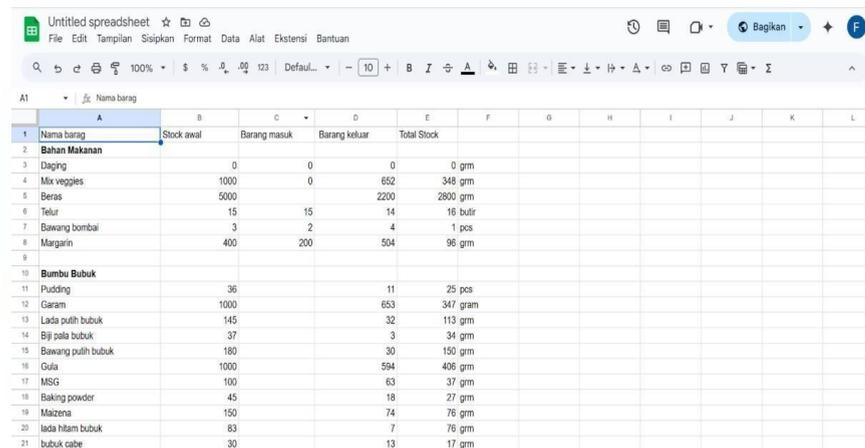
Proses yang telah dilakukan pada poin satu dan dua kemudian dikemas dalam bentuk prosedur yang ringkas, jelas, terstruktur, dan dapat diikuti oleh seluruh tim termasuk penulis sendiri.

4) Mereview dan menguji coba SOP

Draft SOP yang sudah jadi kemudian diuji coba dalam aktivitas harian penulis dan tim dalam memproduksi dan mendistribusi produk, serta apabila terdapat masukan maka perlu di revisi sesuai dengan kesepakatan tim.

3. Membuat Stok Opname

Selain membuat KPI dan SOP, selama magang juga penulis bertanggung jawab untuk membuat stok opname sebagai bentuk inventaris bahan baku. Tujuan daripada stok opname yaitu; menghindari *minus* data antara stok di data dan stok fisik, mengurangi risiko kekurangan bahan, jaminan atas ketersediaan bahan baku dalam produktivitas harian, serta sebagai acuan data ketika membuat perencanaan pembelian bahan baku dan produksi.



1	Nama barang	Stock awal	Barang masuk	Barang keluar	Total Stock
2	Bahan Makanan				
3	Daging	0	0	0	0 grm
4	Mix veggies	1000	0	652	348 grm
5	Beras	5000		2200	2800 grm
6	Telur	15	15	14	16 butir
7	Bawang bombal	3	2	4	1 pcs
8	Margarin	400	200	504	96 grm
9					
10	Bumbu Bubuk				
11	Puding	36		11	25 pcs
12	Garam	1000		653	347 gram
13	Lada putih bubuk	145		32	113 grm
14	Biji pala bubuk	37		3	34 grm
15	Bawang putih bubuk	180		30	150 grm
16	Gula	1000		504	406 grm
17	MSG	100		63	37 grm
18	Baking powder	45		18	27 grm
19	Maizena	150		74	76 grm
20	lada hitam bubuk	83		7	76 grm
21	bubuk cabe	30		13	17 grm

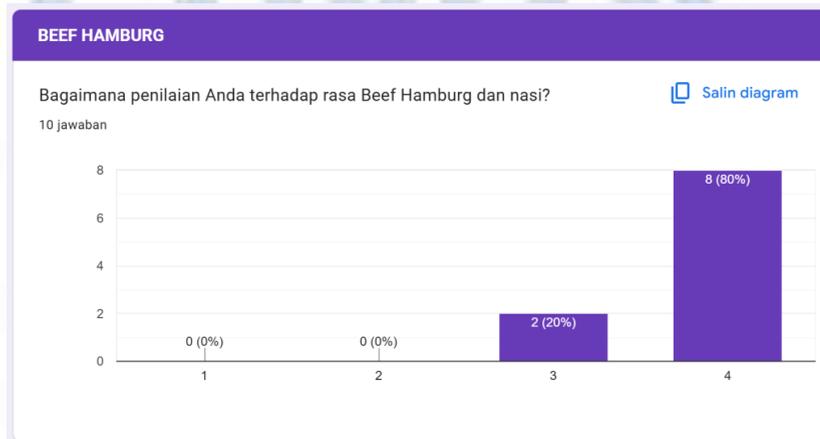
Gambar 3. 12 Stok Opname

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
22												
23	Saus											
24	Soyu	2000		385	1615 ml							
25	Minir	2000		150	1850 ml							
26	Lada hitam	500			500 ml							
27	Sambal	53			53 Pcs							
28	saus caramel	1950		1300	650 ml							
29	saus tiram	1000		126	874 ml							
30	air galon	38	38	47	29 Liter							
31												
32	Packaging											
33	Botol	153		19	134 pcs							
34	Bowl	89		5	84 pcs							
35	Cup pudding	250			250 pcs							
36	Tutup botol	177			177 pcs							
37	Tutup bowl	116		1	115 pcs							
38	Tutup cup pudding	233		3	230 pcs							
39	Sendok makan	234			234 pcs							
40	Sendok pudding	185			185 pcs							
41	Pastik	107			107 pcs							
42	Siker	100			100 pcs							
43												

Gambar 3.13 Stok

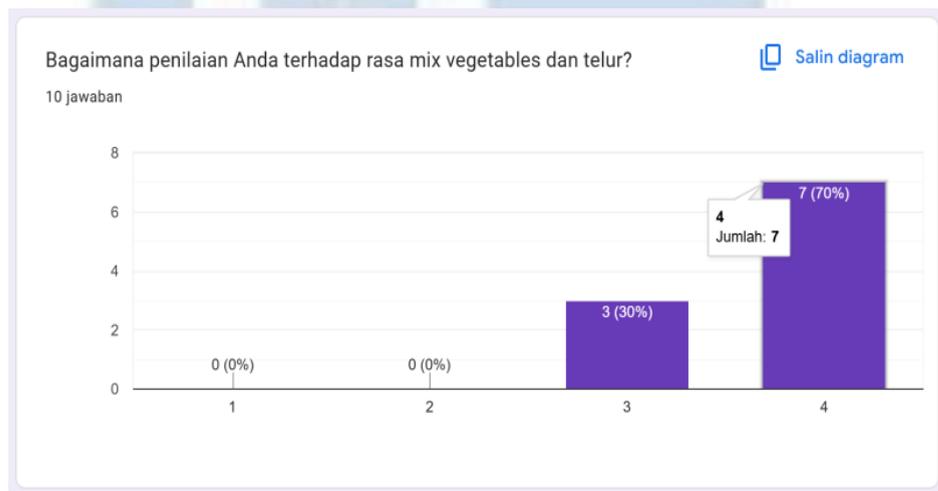
4. Membuat Kuisisioner Kualitas Produk dan Layanan

Tugas dan tanggung jawab penulis yang lainnya saat magang yaitu membuat kuisisioner terkait survey kepuasan pelanggan atas kualitas produk, layanan, dan ketepatan waktu. Penulis membuat kuisisioner ini menggunakan Google Formulir. Alasan penulis menggunakan Google form adalah karena fitur yang sederhana dan umum yang akhirnya dapat dengan mudah dimengerti oleh para pelanggan dari semua kalangan atau generasi.



Gambar 3. 14 Google Form Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Hasil dari Gform diatas ialah dari 10 responden, sebanyak 80% alias 8 orang memberikan penilaian skor 4 terhadap beef hamburg dan nasi, 20% atau 2 orang memberikan nilai 3 terhadap beef hamburg dan nasi. Serta tidak ada responden yang memberikan nilai 1 juga 2. Ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen puas terhadap rasa beef hamburg. Perlu sedikit lagi perbaikan agar produk beef hamburg dapat mencapai nilai maksimal.



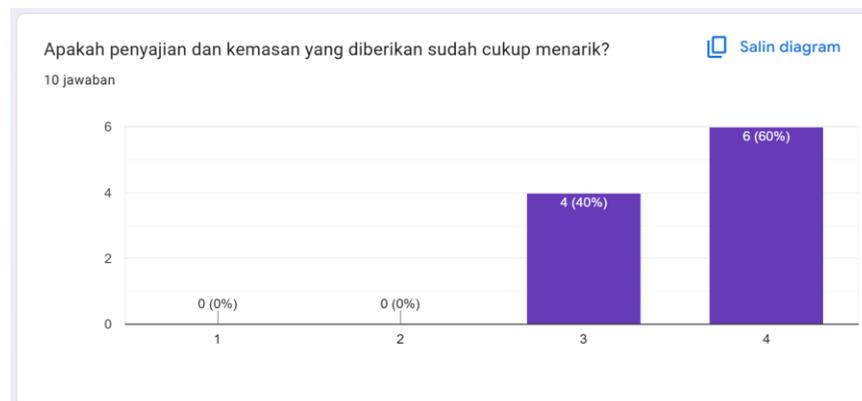
Gambar 3. 15 Google Form Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Dari grafik Gform diatas menjelaskan bahwa 70% atau 7 orang dari total keseluruhan 10 responden memberikan nilai 4 terhadap mix vegetables dan telur dan tidak ada responden yang memberikan skor dibawah 3. Ini artinya bahwa mayoritas konsumen merasa puas atas *mix vegetables* dan telur. Perlu ditingkatkan lagi agar bisa mencapai nilai sempurna.



Gambar 3. 16 Google Form Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

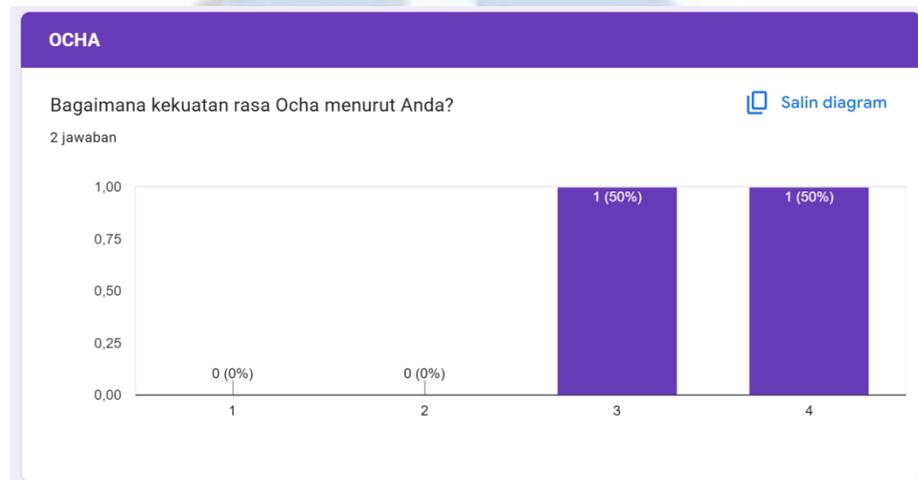
Dari grafik diatas sebanyak 90% responden atau 9 orang dari total 10 orang memberikan nilai 4 terhadap “keseimbangan antara harga dan kualitas” serta hanya 1 responden yang memberikan nilai 3. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen mengatakan bahwa harga dan kualitas dari ZenGusto sangat seimbang. Perlu sedikit perbaikan agar dapat mencapai nilai sempurna.



Gambar 3. 17 Google Form Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

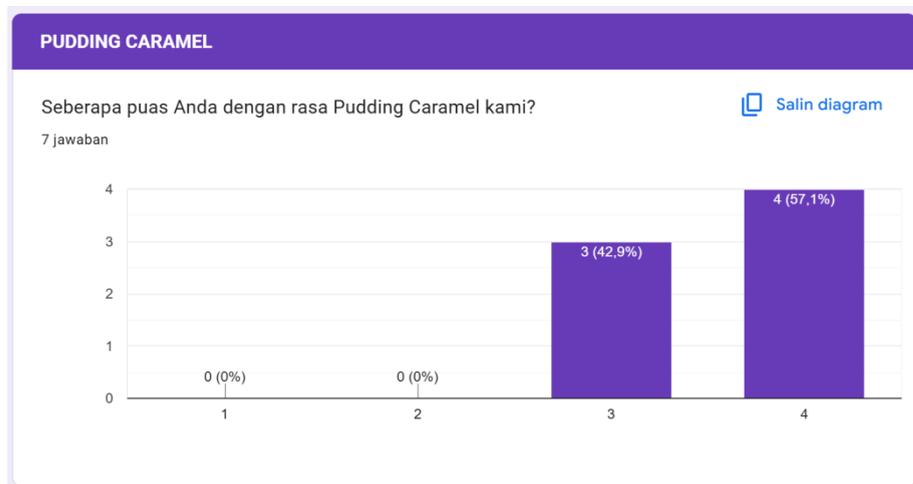
Dari grafik tersebut dapat disimpulkan sebanyak 60% responden atau 6 orang dari total 10 responden memberikan nilai 4 pada penyajian kemasan, serta 40% atau sebanyak 4 orang memberikan nilai 3 terhadap

penyajian kemasan. Tidak ada responden yang memberikan nilai dibawah 3, itu artinya respons penyajian kemasan terhadap konsumen sudah sangat baik, namun masih perlu sedikit perbaikan agar dapat mencapai angka sempurna.



Gambar 3. 18 Google Form Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Lalu dari grafik diatas dapat menjelaskan sebanyak 50% atau sebanyak 5 orang memberikan nilai 4 dan setengahnya lagi memberikan nilai 3 dari total 10 reponden keseluruhan terhadap ocha. Ini menunjukan bawah kekuatan rasa ocha masih lumayan perlu diperbaiki agar mendapatkan nilai sempurna.



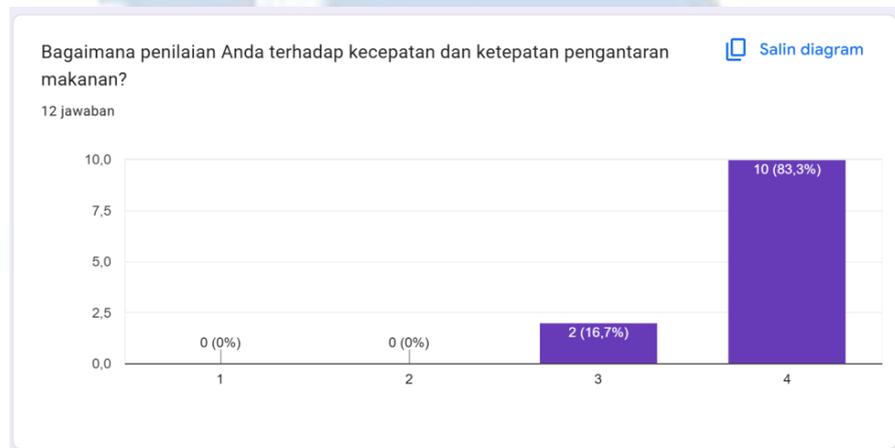
Gambar 3. 19 Google Form Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Dari grafik diatas dapat dijelaskan bahwa 57,1% atau sebanyak 4 orang memberikan nilai 4 dan sebanyak 42,9% atau sebanyak 3 responden memberikan nilai 3 terhadap penilaian rasa Puding Caramel dengan total 7 responden. Dapat diambil kesimpulan sebagian besar konsumen menyukai Puding Caramel, namun perlu untuk ditingkatkan lagi dari segi rasa dan lain-lain untuk bisa mendapatkan penilaian sempurna.



Gambar 3. 20 Google Form Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Lalu dari grafik tersebut dapat dijelaskan bahwa sebanyak 80% responden atau sebanyak 8 orang memberikan nilai 4 dan sisanya memberikan nilai 3 atau sebanyak 20% responden terhadap penilaian kondisi makanan untuk sampai ke tangan konsumen. Angka ini menurut penulis angka yang tinggi, namun masih perlu ditingkatkan lagi agar bisa sempurna.



Gambar 3. 21 Google Form Kuisiioner Kepuasan Pelanggan

Dari grafik tersebut dapat dijelaskan bahwa sebanyak 83,3% responden atau sebanyak 10 orang memberikan penilaian 4 dan sisanya 16,7% atau 2 orang memberikan nilai 3 terhadap kecepatan dan ketetapan pengantaran makanan. Ini adalah angka yang tinggi, namun penulis yakin bisa mencapai angka sempurna, untuk itu penulis dan tim akan terus berusahan untuk mejadi yang lebih baik lagi. Selain mengerjakan tugas dan tanggung jawab diatas, penulis juga ikut terlibat dalam proses pengadaan barang untuk perlengkapan produksi. ZenGusto dalam pengadaan barang menggunakan beberpa vendor diantaranya sebagai berikut:

9. Senyum5000 (S5000)

Senyum5000 merupakan vendor yang menjual peralatan dan perlengkapan rumah tangga. S5000 hadir di 39 lokasi dengan pusat perbelanjaannya di Gading serpong. Sementara penulis dan tim mengambil packaging makanan, minuman, sendok dan kantong plastik di central plastik untuk memenuhi kebutuhan produksi.



Gambar 3. 22 Toko Senyum 5000 Gading Serpong

10. DOSprint

DOSprint merupakan tempat dimana penulis dan team membuat stiker *packaging*. Tempat ini menyediakan cetak stiker dan desain label lainnya dengan kualitas baik namun dengan harga yang relative terjangkau, hal tersebut menjadi alasan kenapa penulis dan tim memilih tempat tersebut untuk menyokong tampilan visual *packaging* produk ZenGusto..



Gambar 3. 23 Toko DOSPrint

11. Superindo, Lotte Grosir, dan Farmers

Ketiga tempat diatas merupakan vendor untuk menyokong kebutuhan bahan baku dari produk-produk ZenGusto. Alasan pemilihan ketiga tempat tersebut adalah karena ketiga tempat tersebut menyediakan berbagai jenis

bahan baku yang sangat lengkap namun tetap dengan harga yang terjangkau. Hal ini tentu saja dapat menyokong proses produksi agar lebih maksimal dan efisien.



Gambar 3. 24 Toko Grosir Bahan Baku

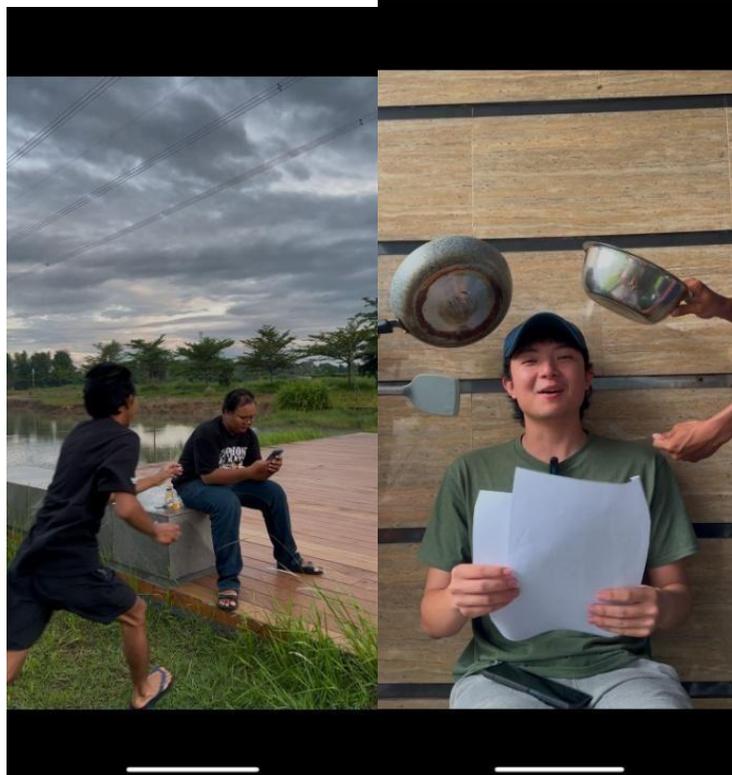
Selain ikut berkontribusi dalam proses pengadaan barang, selama melakukan proses produksi dan penjualan penulis juga ikut memproduksi Beef hamburg, pudding dan ocha. Selain itu juga penulis ikut membuat video promosi dan melakukan pengantaran produk delivery ke konsumen. Berikut ini beberapa dokumentasi penulis dan juga tim:



Gambar 3. 25 Proses Pembuatan Beef Hamburg



Gambar 3. 26 Proses Pengantaran Delivery Order



Gambar 3. 27 Proses Pembuatan Video Promosi

Selama melaksanakan tugas dalam program magang di Skystar Ventures, penulis bisa mendapatkan wawasan yang sangat penting dalam mengelola sebuah bisnis terutama di bagian operasional melalui tugas-tugas yang diberikan kepada penulis. Tugas seperti penyusunan KPI, SOP, Stok Opname, serta pembuatan kuisisioner telah melatih penulis untuk menyusun perencanaan system kerja yang terukur, efisien, sistematis, serta dapat dipertanggungjawabkan.

Program magang ini telah menambah kemampuan penulis dalam bidang operasional manajemen, analisis kerja, dan lain sebagainya. Hal tersebut adalah hal yang sangat berharga untuk penulis karena dapat menjadi bekal dan pengembangan karier penulis di masa mendatang.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan program magang membangun proyek bisnis ZenGusto adalah sebuah kesempatan dan pengalaman emas bagi penulis untuk belajar dan memetik ilmu sebanyak mungkin. Namun meskipun demikian, sebuah usaha pasti memiliki kendala dalam pelaksanaannya dan hal tersebut tidak akan luput dari siapapun. Kendala-kendala yang terjadi selama membangun proyek ZenGusto antara penulis dan tim adalah sebagai berikut:

1. Sulitnya Mencari Supplier Daging

Kendala yang dihadapi oleh penulis dan tim selama masa operasional salah satunya ialah sulitnya mencari jalinan kerjasama terhadap supplier daging sapi sebagai bahan baku utama yang memiliki konsistensi harga dan stoknya. Penyebab hal tersebut dikarenakan ZenGusto masih pada tahap awal pengembangan yang juga belum memiliki jumlah penjualan dalam volume besar dan konsisten. Sehingga para supplier tidak melihat potensi pada ZenGusto yang berarti penulis dan tim tidak menjadi prioritas bagi supplier, hal ini menjadi sebuah masalah atau penulis anggap sebagai tantangan tambahan karena supplier ini mempengaruhi biaya produksi Beef hamburger dan berdampak pada penetapan harga jual yang sesuai pasar.

2. *Chopper* Mengalami Kerusakan

Dalam proses pembuatan beef hamburger menggunakan alat utama berupa *chopper* atau mesin untuk menghaluskan daging dan mencampur adonan daging. Sehingga kerusakan terhadap alat *chopper* ini menjadi kendala yang menghambat efisiensi dalam memproduksi beef hamburger dan bahkan timbul ketidaksesuaian tekstur pada adonan daging dimana hal ini berdampak serius terhadap cita rasa, kualitas tekstur, dan sebagainya. Maka solusi dan langkah preventif yang penulis dan tim lakukan untuk menghadapi kendala tersebut, penulis dan tim membeli mesin *chopper* baru yang lebih bahan dan kualitasnya lebih bagus dari yang sebelumnya dengan tujuan dapat digunakan dalam jangka panjang.

3. Penyimpanan Kecil Dan Kurang Dingin

Daging sebagai bahan baku utama dalam pembuatan beef hamburger perlu dijaga kesegarannya, oleh karena itu kami menggunakan kulkas penyimpanan khusus daging yang digunakan agar daging tetap fresh dan tidak busuk. Dengan adanya kulkas pendingin ini juga sangat membantu produktivitas, dimana penulis dan tim tidak perlu setiap hari membeli daging dan cukup hanya dengan di stok menjadi lebih efisien. Namun penulis dan tim menemukan kendala yaitu, kulkas pendingin daging yang digunakan untuk menyimpan stok daging mengalami kerusakan sehingga suhunya turun dan menjadi kurang dingin. Hal ini mengakibatkan banyak stok daging-daging menjadi rusak dan busuk serta tidak layak untuk dikonsumsi dan menimbulkan kerugian secara financial maupun secara produktivitas.

4. Kesulitan Berkomunikasi Secara Offline Dengan Tim

Komunikasi merupakan syarat penting dari berbagai macam kegiatan maupun hubungan. Komunikasi sangat penting dalam tim kami demi membangun bisnis ZenGusto. Namun justru komunikasi inilah yang menjadi kendala bagi penulis dan tim dalam membangun bisnis ZenGusto. Hal ini terkait dengan kegiatan rapat maupun mentoring yang menjadi hambatan bagi tim penulis. Alasan utama dari hambatan ini adalah karena perbedaan jarak tempat tinggal antara tim penulis dengan penulis sendiri serta tiap-tiap dari penulis dan team juga masih memiliki kesibukannya masing-masing sehingga sangat sulit untuk bertemu secara langsung dan berdiskusi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Pelaksanaan program magang membangun proyek bisnis ZenGusto terdapat beberapa kendala yang muncul, baik dari pengadaan mau sampai ke produksi. Selain kendala, adapun solusi-solusi yang diupayakan terhadap kendala itu:

1. Mencari Supplier Daging

Dalam menghadapi kendala tersebut penulis memiliki formula. Contohnya seperti membuat jalinan terhadap supplier local yang tidak masalah atau menerima pesanan dalam volume kecil serta melakukan *bulk order* dengan para UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan daya tawar. Kebutuhan akan bahan baku makanan untuk proses produksi makanan tercover dengan belanja segala jenis bahan baku makanan di tiga toko diatas. Selain karena harganya yang relatif murah, stok barang tersebut juga stabil. Selain harga yang relative murah dan stok barang yang stabil, alasan penulis dan tim memilih untuk berbelanja disana yaitu bahan baku yang tersedia sangat lengkap dengan kualitas produk yang masih terjaga.

2. *Chopper* Mengalami Kerusakan

Solusi dan langkah preventif yang penulis dan tim lakukan untuk menghadapi kendala tersebut, penulis dan tim membeli mesin *chopper* baru yang lebih bahan dan kualitasnya lebih bagus dari yang sebelumnya dengan tujuan dapat digunakan dalam jangka panjang.



Gambar 3. 28 Membeli Chopper

Gambar tersebut merupakan foto penulis dan CEO yang sedang melakukan pembelian *chopper* yang baru dikarenakan *chopper* yang lama rusak dan mengalami *overheat*. Langkah yang ditempuh ini juga bisa dikatakan sebagai langkah antisipasi agar proses produksi tetap berjalan serta kualitas dari produk tersebut masih tetap terjaga.

3. Membeli Freezer Untuk Menyimpan Bahan Makanan

Tujuan pembelian Freezer tersebut adalah agar beberapa gading dapat diismpn aja, dengn adanya proses penyimpanan yang lebih lama dan aman.



Gambar 3.29 Membeli *Freezer*

Pembelian freezer ini dilakukan dengan beberapa poin penting yang harus ada pada produk tersebut seperti produk memiliki jaminan tahan lama, *space* lebih luas dari sebelumnya, dan yang terakhir memiliki garansi resmi.

4. Dalam hal pelaksanaan kerja magang proyek bisnis ZenGusto terdapat kendala berupa bentuk komunikasi yang kurang baik antar tim, maka dari itu penulis dan tim sepakat untuk menggunakan media platform daring seperti *chat group*, *zoom*, *gmeet*, dan masih banyak lagi. Selain itu penulis dan tim juga sepakat untuk mengatur jadwal pertemuan offline secara berkala dengan pertimbangan waktu luang, dan lainnya.

