

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

**Skystar Ventures** merupakan program inkubator bisnis yang ditujukan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang memiliki minat untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Melalui program ini, mahasiswa mendapatkan dukungan intensif dalam mengembangkan usaha mereka, dimulai dari tahap perumusan ide awal hingga ke proses pelaksanaan dan operasional bisnis yang nyata.

Salah satu contoh bisnis yang lahir dari program ini adalah **MOOFS**, sebuah brand makanan inovatif yang menghadirkan produk **mochi waffle**. Produk ini menggabungkan mochi setengah matang dengan teknik pemanggangan menggunakan cetakan waffle, menghasilkan camilan yang unik dengan perpaduan tekstur **chewy di dalam dan renyah di luar**, cocok dengan tren jajanan modern yang digemari anak muda.

**MOOFS (Mochi Waffle)** merupakan usaha kuliner yang menghadirkan mochi dalam bentuk waffle, menciptakan perpaduan tekstur unik—**lembut dan kenyal di bagian dalam**, serta **renyah di bagian luar**. Produk ini disajikan dengan beragam pilihan rasa dan topping menarik. MOOFS hadir sebagai solusi atas keterbatasan pilihan jajanan unik dan terjangkau yang kerap dirasakan oleh mahasiswa di kawasan **Gading Serpong**.

Dengan menyasar mahasiswa sebagai target pasar utama, MOOFS menawarkan alternatif camilan yang kreatif, terjangkau, namun tetap menjaga **kualitas bahan yang premium**. Saat ini, MOOFS menyediakan **empat varian rasa**—cokelat, karamel, tiramisu, dan biscoff—serta **tiga pilihan topping**, yaitu oreo crumble, marshmallow, dan white tulip. Kombinasi rasa dan topping tersebut ditentukan berdasarkan hasil survei melalui Google Forms yang disebarkan kepada kalangan mahasiswa.

MOOFS juga memperhatikan preferensi rasa dari target konsumennya, khususnya **mahasiswa atau Gen Z** yang cenderung menghindari jajanan dengan rasa yang terlalu manis. Oleh karena itu, produk MOOFS dikembangkan dengan **profil rasa yang seimbang**, agar tetap memuaskan tanpa terasa berlebihan di lidah.



Gambar 3.1 Bagan Struktur Team MOOFS

Berdasarkan struktur tim MOOFS yang ditampilkan pada Gambar 3.1, penulis memegang dua peran utama, yaitu sebagai **Chief Operating Officer (COO)** dan **Chief Marketing Officer (CMO)** selama pelaksanaan program magang. Dalam posisi ini, penulis bertanggung jawab terhadap pengelolaan kegiatan operasional harian serta merancang strategi pemasaran MOOFS. Tugas sebagai COO dijalankan dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen operasional, seperti pengawasan produksi, pengaturan alur kerja, efisiensi proses, dan pengendalian kualitas produk.

Sepanjang pelaksanaan magang di bawah naungan **Skystar Ventures**, penulis secara aktif menjalin koordinasi dengan tim pembimbing dari inkubator tersebut. Bimbingan diberikan langsung oleh **Hoky Nanda**, yang secara berkala memantau perkembangan bisnis MOOFS baik melalui pertemuan langsung maupun diskusi online selama masa magang berlangsung.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama masa pelaksanaan magang, mahasiswa menjalankan berbagai kegiatan yang telah dirancang untuk memberikan pengalaman langsung di dunia kerja. Seluruh aktivitas yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman

terhadap proses operasional serta kemampuan manajerial sesuai dengan bidang studi yang ditempuh.

Secara umum, pekerjaan yang dilakukan mencakup berbagai tugas yang mendukung jalannya operasional harian, serta pelaksanaan program yang telah dirancang oleh perusahaan. Semua kegiatan dilakukan dengan mengikuti arahan dan sistem kerja yang berlaku di lingkungan kerja Skystar Ventures.

Penugasan selama periode magang disusun dan disesuaikan melalui koordinasi langsung dengan tim pembimbing dari Skystar Ventures. Adapun beberapa jenis pekerjaan yang dijalankan selama proses magang antara lain adalah sebagai berikut:

	Project	Keterangan
1	Merencanakan kebutuhan modal awal untuk bisnis	Meskipun bukan merupakan fokus utama dari divisi operasional, pihak yang bertanggung jawab pada bagian ini tetap perlu memahami alokasi modal yang dibutuhkan untuk mendukung kelancaran proses produksi.
2	Survey pembelian peralatan	Melakukan pengamatan dan rekomendasi alat produksi yang efisien dan sesuai kebutuhan agar proses produksi lancar.
3	Pembuatan logo	Meskipun tidak termasuk dalam tanggung jawab operasional, sangat penting untuk bekerja sama dengan tim marketing.
4	Trial and error	Uji coba produksi dilakukan untuk menghasilkan resep dan metode pembuatan produk yang ideal dan konsisten.
5	Melakukan design banner dan menu	Bukan bagian dari operasi, tetapi memahami produk akan membantu tim marketing membuat konten.
6	Membuat tester produk	Sebelum produksi massal, buat sampel produk untuk mengevaluasi kualitas dan rasanya.
7	Kemasan produk	Sebelum didistribusikan, memastikan produk terlindungi, higienis, dan sesuai standar melalui proses pengemasan.
8	Pembuatan HPP	Memahami harga pokok produksi membantu mengontrol biaya operasional dan mengoptimalkan proses produksi.
9	Produksi produk	mengawasi seluruh proses produksi, mulai dari persiapan bahan hingga produk siap dijual sesuai dengan standar kualitas.

10	Pembuatan konten social media	Walaupun bukan merupakan tanggung jawab utama penyediaan informasi produk tetap dilakukan oleh pihak operasional untuk membantu tim konten dalam menghasilkan materi pemasaran yang relevan.
----	-------------------------------	--

Pelaksanaan tugas selama praktik kerja magang dilakukan melalui koordinasi dengan pihak Skystar Ventures selaku pembimbing program. Tugas yang diberikan terbagi menjadi tiga kategori utama, dan mahasiswa yang berperan sebagai peserta magang bertanggung jawab pada bagian operasional dalam pengelolaan bisnis MOOFS. Dalam peran tersebut, mahasiswa memiliki tanggung jawab untuk memastikan seluruh proses produksi berjalan secara efisien, teratur, dan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.

Tanggung jawab utama di bagian operasional meliputi pengaturan alur produksi, termasuk proses uji coba (trial and error), pengecekan konsistensi bahan, pengujian tekstur dan rasa, penyusunan sampel produk (tester), hingga tahap pemasaran. Selain itu, mahasiswa juga turut terlibat dalam penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP) guna menjaga kesehatan finansial bisnis secara menyeluruh. Dalam kegiatan operasional harian, setiap batch produksi diawasi agar memenuhi standar konsistensi dalam rasa, bentuk, dan tekstur sebelum dipasarkan.

Mahasiswa yang bertanggung jawab pada bagian produksi juga memastikan ketersediaan bahan baku serta kebersihan peralatan dan ruang produksi. Efisiensi kerja tim produksi dijaga secara berkelanjutan agar proses produksi tidak mengalami keterlambatan maupun pemborosan bahan baku.

**Market Positioning:** Dari perspektif operasional, menjaga kualitas produk dan efisiensi produksi menjadi kunci utama dalam memperkuat posisi brand MOOFS di pasar. Produk ini menggunakan adonan mochi secara menyeluruh—yang menjadi pembeda utama dari kompetitor—sehingga diperlukan konsistensi tinggi terhadap rasa dan tekstur pada setiap produk yang dihasilkan. Untuk meningkatkan daya tarik pasar, tim pengembang juga menerapkan strategi distribusi tester kepada calon pelanggan. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun awareness dan

meningkatkan kepercayaan terhadap produk, mengingat MOOFS merupakan konsep jajanan baru dan unik di pasaran.

Skystar Ventures menyediakan program inkubasi bisnis bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang memiliki minat dalam pengembangan usaha. Melalui program ini, mahasiswa memperoleh bimbingan mulai dari tahap perencanaan hingga eksekusi bisnis. Salah satu unit usaha yang didukung dalam program ini adalah MOOFS, sebuah bisnis kuliner berbasis mochi yang menawarkan produk jajanan inovatif. Proses produksi MOOFS dikelola langsung oleh mahasiswa yang bertugas pada divisi operasional selama pelaksanaan program magang.

1. Pembuatan logo:



Gambar 3.2.1 Logo Moofs

Tujuan dari pembuatan logo MOOFS adalah untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) di kalangan calon pelanggan yang mungkin belum mengenal produk tersebut. Logo ditempatkan secara strategis di bagian tengah kemasan, berdasarkan hasil survei sebelumnya, agar dapat langsung menarik perhatian ketika konsumen memegang dan membuka kemasan produk. Pendekatan ini diharapkan dapat mempermudah pelanggan dalam mengenali dan menikmati produk yang ditawarkan.

Secara filosofi, desain logo terinspirasi dari bentuk alat cetakan waffle yang terbuka, dengan gambar mochi waffle berwarna oranye keemasan di bagian tengah. Pemilihan warna ini dimaksudkan untuk menciptakan kesan hangat, segar, dan menarik secara visual, sekaligus merepresentasikan rasa produk yang dihadirkan. Bentuk bulat pada elemen waffle menggambarkan konsistensi dan kualitas rasa yang senantiasa dijaga dalam setiap produksi.

Warna krem keemasan juga dipilih karena melambangkan semangat, kreativitas, dan energi—nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Alat waffle yang digambarkan dalam posisi terbuka melambangkan keterbukaan dan transparansi terhadap kualitas serta proses produksi. Selain itu, tipografi "MOOFS Mochi Waffle" yang disusun melingkar dirancang untuk memberikan kesan ramah, modern, dan autentik, selaras dengan karakter unik dari produk yang ditawarkan.

## 2. survey tempat pembelian peralatan



Gambar 3.2.2 survey tempat pembelian alat dan perlengkapan tim MOOFS

Source: Google.com

Graha S5000 dipilih karena menyediakan peralatan dengan kualitas baik namun tetap terjangkau. Dengan harga yang kompetitif, peralatan berkualitas dapat diperoleh, yang sangat penting untuk menjaga kenyamanan pelanggan. Peralatan yang handal merupakan investasi jangka panjang karena cenderung lebih tahan

lama dibandingkan dengan peralatan murah yang cepat rusak. Seringnya kerusakan dan penggantian alat justru menambah biaya produksi secara keseluruhan.

Kualitas alat produksi merupakan bagian krusial dari sistem manajemen mutu. Peralatan berkualitas membantu menghasilkan produk yang konsisten dan sesuai standar, serta mengurangi risiko kegagalan dalam proses produksi. Kualitas tidak hanya dinilai dari hasil akhir, tetapi juga dari proses dan alat yang digunakan selama produksi. Oleh karena itu, peralatan produksi harus memenuhi standar presisi, daya tahan, dan keandalan agar dapat mendukung efisiensi kerja sekaligus menjaga kepuasan pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, kualitas alat berpengaruh langsung terhadap pengendalian biaya dan dapat meningkatkan produktivitas bisnis ke depan.

Setelah pembelian alat di Grha S5000, penulis melakukan uji coba produk dengan menggunakan peralatan baru tersebut untuk memastikan kualitas dan performanya.

### 3. Trial and Error





Gambar 3.3.3 foto saat sedang Trial and error

Setelah melakukan trial and error pertama, hasil yang diperoleh sudah cukup memuaskan dari segi harga pokok produksi (HPP) dan rasa. Namun, dari segi tekstur, produk masih kurang chewy sesuai dengan keinginan. Oleh karena itu, diputuskan untuk mengganti alat masak dari cetakan waffle berbasis kompor ke cetakan waffle listrik.

Setelah beralih menggunakan cetakan listrik, hasil yang didapat jauh lebih sesuai dengan harapan. Teksturnya menjadi lebih chewy dan merata, sesuai dengan karakter produk yang ingin ditampilkan. Selain itu, dari segi biaya produksi, penggunaan cetakan listrik terbukti lebih efisien. Jika dibandingkan dengan kompor gas yang memerlukan pengisian tabung secara rutin, listrik menawarkan penghematan biaya sekaligus kemudahan, sehingga membantu menekan HPP secara keseluruhan.

Selain mengganti alat, dilakukan beberapa penyesuaian pada bahan baku dengan menambahkan sedikit ekstrak vanila dan mengurangi takaran gula dalam adonan. Perubahan ini menghasilkan rasa yang lebih pas dan sesuai dengan preferensi anak-anak Gen Z yang cenderung tidak menyukai jajanan terlalu manis. Untuk

mendapatkan masukan awal terkait rasakan kualitas produk, sampel juga dibagikan kepada orang-orang terdekat.

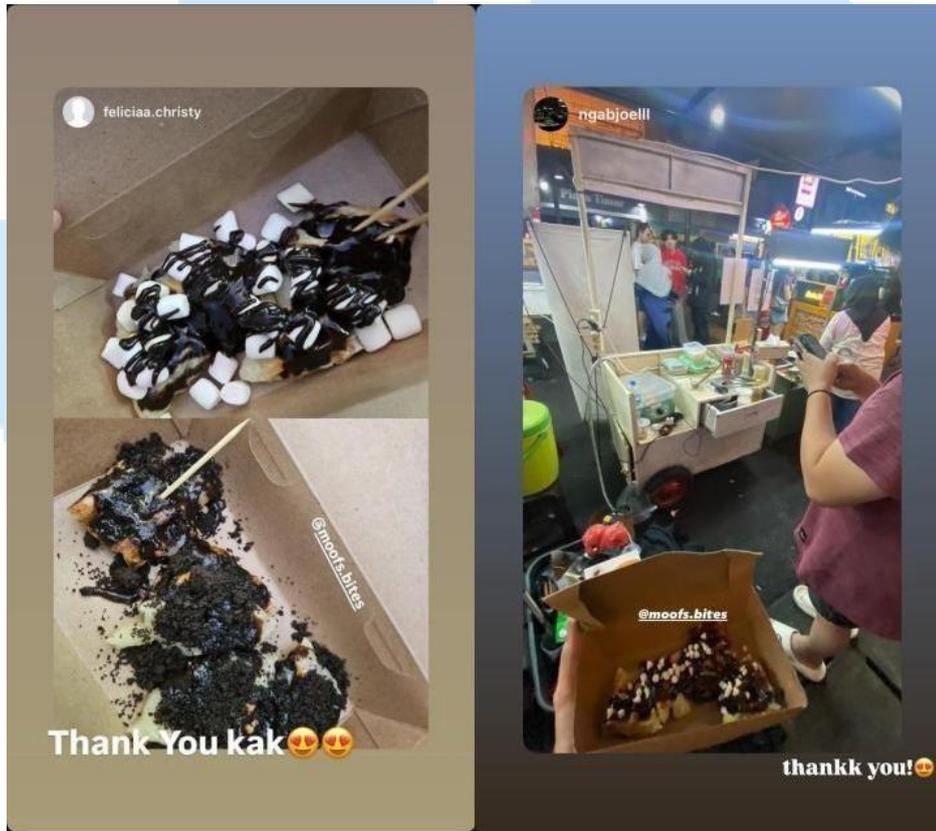
#### 4. Membuat testimoni untuk produk MOOFS



Gambar 3.2.4 Foto tester produk MOOFS

Tim MOOFS membuat sampel produk mochi waffle untuk dibagikan kepada orang-orang terdekat dengan tujuan menguji rasa produk tersebut. Langkah ini dilakukan agar kekurangan pada produk dapat segera diidentifikasi dan diperbaiki sebelum dijual kepada pelanggan. Sekitar 10 hingga 15 sampel diberikan kepada teman-teman dekat, dan respons yang diterima bersifat positif. Mereka memberikan komentar bahwa rasa dan topping yang disajikan sudah cukup memuaskan.

5. Berjualan mochi waffle di pasar delapan Alam Sutera



Gambar 3.4 Foto Pengunjung Datang Ke booth Kami

Dari foto tersebut, banyak tanggapan positif dan dukungan semangat diterima dari para pelanggan yang menyatakan bahwa produk berhasil memenuhi harapan dan disukai. Hal ini menjadi sumber motivasi untuk terus berinovasi serta mengembangkan program loyalitas agar pelanggan tetap setia membeli produk dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kemudahan bagi pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas mereka. Menurut Philip Kotler, seorang ahli pemasaran terkemuka, perusahaan terbaik adalah yang mampu memberikan nilai tambah melalui kemudahan akses, pelayanan prima, dan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Konsep Experience Economy yang diperkenalkan oleh Pine dan Gilmore juga menekankan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk, melainkan pengalaman yang mudah, nyaman, dan personal. Jeff Bezos, pendiri Amazon, menyoroti pentingnya “obsesi terhadap pelanggan” dengan menciptakan sistem

yang mempermudah seluruh proses, mulai dari pencarian hingga pembelian. Selain itu, Shep Hyken, pakar layanan pelanggan, menyatakan bahwa kemudahan merupakan bentuk pelayanan terbaik—semakin sedikit hambatan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, memberikan kemudahan bukan hanya strategi pelayanan semata, melainkan kunci utama untuk memenangkan pasar secara berkelanjutan.

Beberapa komentar positif dari pembeli yang diterima antara lain:

- “Rasanya enak, teksturnya pas, tidak terlalu manis, cocok untuk yang suka jajanan unik!”
- “Pengemasannya rapi dan mudah dibuka, jadi nyaman dibawa kemana-mana.”
- “Pelayanannya cepat dan mudah pesan lewat aplikasi, sangat membantu.”
- “Produk ini jadi favorit saya, sering beli lagi karena selalu fresh dan rasanya konsisten.”

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Salah satu kendala utama yang dialami selama proses praktik kerja magang di MOOFS adalah terbatasnya jangkauan pemasaran produk. Karena masih dalam tahap pengembangan dan penetrasi pasar, promosi yang dilakukan hanya mampu menjangkau lingkup yang relatif kecil, terutama di sekitar area penjualan fisik. Kondisi ini menyebabkan penyebaran informasi mengenai produk MOOFS belum optimal dan berdampak pada pencapaian target penjualan yang belum maksimal. Dengan jangkauan pasar yang terbatas, pencarian pelanggan baru menjadi tantangan tersendiri karena belum mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Situasi tersebut mengharuskan pencarian strategi pemasaran yang lebih efektif agar produk dapat dikenal oleh lebih banyak orang dan meningkatkan potensi penjualan secara signifikan.

Kendala berikutnya berkaitan dengan proses kerja sama dan koordinasi tim dalam menjalankan bisnis MOOFS. Karena sebagian besar aktivitas dilakukan

secara mandiri dengan pembagian tugas yang jelas, terkadang koordinasi antar anggota tim menjadi kurang optimal. Hal ini menyebabkan beberapa tugas atau proyek berjalan kurang efisien akibat minimnya kontrol dan umpan balik yang cepat. Sebagai contoh, ketika ada kebutuhan mendesak untuk mengadaptasi strategi operasional atau pemasaran, proses pengambilan keputusan dan implementasinya cenderung lebih lambat karena keterbatasan komunikasi langsung dan pengawasan. Kondisi ini mempengaruhi kelancaran pelaksanaan program dan dapat menghambat pencapaian target bisnis dalam waktu yang diharapkan.

Kendala terakhir yang cukup menantang adalah dalam pengembangan produk, khususnya menemukan formula yang tepat untuk menghasilkan tekstur mochi waffle sesuai standar kualitas MOOFS. Meskipun sudah dilakukan berbagai percobaan dengan variasi bahan dan metode memasak, masih terdapat beberapa aspek tekstur produk yang belum memenuhi ekspektasi, terutama dalam menjaga keseimbangan antara kerenyahan luar dan kelembutan serta kechewy-an di dalamnya. Proses trial and error ini memakan waktu cukup lama dan memerlukan ketelitian tinggi agar produk akhir dapat memuaskan pelanggan. Meski rasa produk sudah cukup baik dan mendapat respons positif dari konsumen, upaya inovasi terus dilakukan agar kualitas produk dapat terus ditingkatkan dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Dalam menghadapi tantangan beradaptasi dengan kecepatan produksi yang tinggi, penyesuaian dilakukan dengan membiasakan diri pada prosedur harian serta mengamati cara kerja rekan yang lebih berpengalaman. Melalui konsistensi dalam berlatih dan menerima umpan balik dari anggota tim, proses kerja secara bertahap dapat dipercepat tanpa mengorbankan akurasi.

Untuk mengatasi persoalan dalam memahami keinginan konsumen, dilakukan analisis tren makanan populer di kalangan mahasiswa serta kajian terhadap hasil konten media sosial sebelumnya. Berdasarkan temuan tersebut, tim

melakukan inovasi kreatif di bidang desain dan penulisan, kemudian mengevaluasi respons audiens guna merumuskan strategi konten yang lebih tepat ke depannya.

Dalam mengatasi keterbatasan alat dan ruang produksi, tim MOOFS menerapkan metode kerja yang lebih terorganisir, seperti menjadwalkan produksi berdasarkan jumlah pesanan dan membagikan tugas secara efisien. Pendekatan ini membantu memperlancar proses kerja serta meminimalkan waktu tunggu antar tahapan.

U M M N

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA