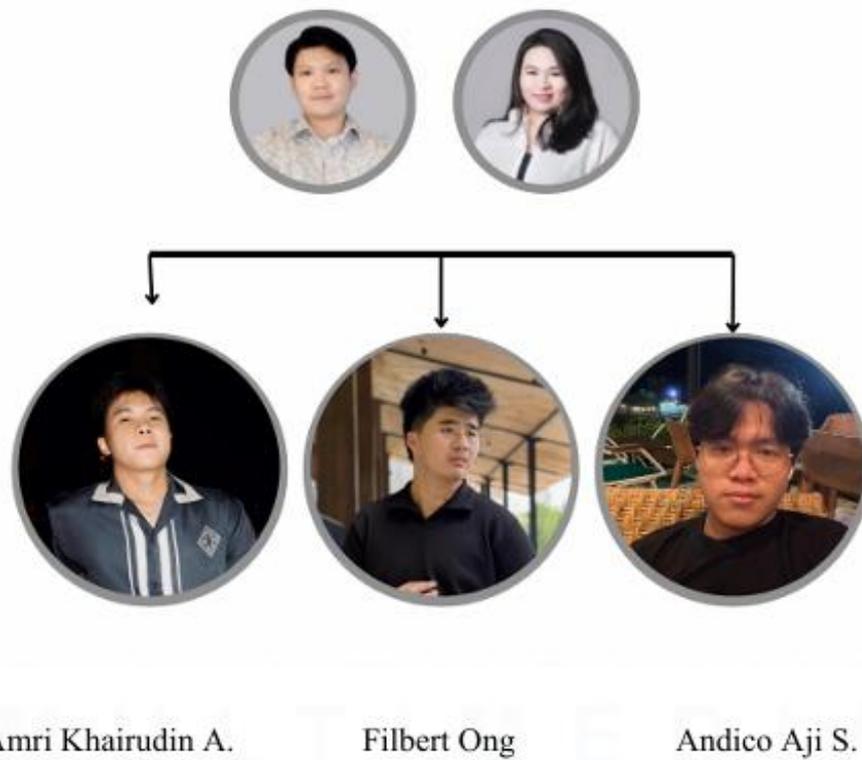


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sebagai seorang magang di program inkubator bisnis, penulis saat ini berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan dengan sebuah tim. Penulis berpartisipasi dalam program ini sebagai pelaku bisnis yang bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menjalankan perusahaan yang telah didirikan sebelumnya. Penulis secara langsung dibimbing dan diarahkan oleh mentor Skystar Ventures dan pengawas lapangan selama magang. Untuk memastikan bahwa perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, diharapkan penulis akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang strategi bisnis, manajemen operasional, dan pemasaran yang efektif dengan memastikan bisnis dapat berkembang.



tim magang ini terdiri dari empat anggota seperti yang terlihat dalam struktur organisasi di atas, bersama salah satu mentor yang juga bertindak sebagai supervisor lapangan. Amri Khairudin Akip bertanggung jawab atas praktik magang kewirausahaan ini sebagai Chief Executive Officer (CEO), Andico Aji Syahputra bertanggung jawab sebagai Chief Product Officer (CPO), dan Filbert Ong bertanggung jawab sebagai Chief Financial Officer (CFO). Tanggung jawab kami sebagai magang mencakup menghadiri pelatihan, memperoleh sumber daya yang relevan dengan kebutuhan bisnis, dan terus meningkatkan perusahaan yang sedang dijalankan. Untuk mendapatkan bimbingan, masukan, dan evaluasi, saya akan sering melakukan bimbingan dengan supervisor lapangan selama program dan melaporkan kinerja serta kemajuan bisnis yang telah berjalan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama masa saya mengikuti magang, saya bekerja mandiri dan juga berkelompok, dengan bimbingan rutin dari mentor bisnis yang disediakan oleh Skystar Ventures. Setiap minggunya kami melakukan mentoring untuk mengulas perkembangan bisnis yang kami jalankan dengan total jam kerja menyentuh 847 jam. Kami juga dibimbing dalam segi strategi marketing, operasional bisnis, pengolahan produk, dan juga laporan perkembangan usaha. Berikut tugas kerja magang.

NO	PEKERJAAN	KETERANGAN
1	Market Positioning	Market yang saya lakukan itu membuat pakaian dengan cara menggabungkan kenyamanan streetwear dengan design elegan dan unik, memberi kesan premium namun dengan harga yang cukup terjangkau. dan design bold dan khas. serta kualitas bahan yang premium.

2	Survey pasar	kami membuat Google Form untntuk mengetahui seberapa minat orang dengan brand monarch tersebut.Kami melakukan dengan cara menyusun pertanyaan - pertanyaan tentang brand monarch kepada responden.
3	Produksi Produk	kami memproduksi sweater monarch untuk stock pesanan yang nantinya akan di perjualkan ke pelanggan.
4	Produksi Packaging	kami memproduksi packaging brand monarch yang elegan dan mencerminkan bahwa brand monarch itu mengutamakan estetika premium serta eksklusif bagi pembeli.
5	Promosi	Kami melakukan strategi promosi dengan media social,promo yang menarik agar bisa menarik dan mengikat para pelanggan dan meningkatkan penjualan.
6	Survei penjualan	kami mengevaluasi penjualan brand monarch dan memahami preferensi pelanggan dan mengumpulkan masukan dari pelanggan serta meningkatkan strategi dan pengembangan produk monarch untuk kedepannya.
7	Evaluasi produk	kami terus mengembangkan produk dan menyesuaikan dalam segi design,bahan,dll.kami juga mengevaluasi tren pasar buat memproduksi design - design yang unik,estetik, dan kualitas premium.

8	Laporan laba rugi	Saya membuat laporan keuangan buat Monarch, yang di susun untuk mengetahui keuntungan atau kerugian dari monarch sendiri dan untuk mengetahui kinerja keuangan usaha.
---	-------------------	---

3.2.2 Uraian Kerja Magang

1. Membangun Positioning Brand

Monarch diposisikan sebagai brand fashion kasual modern dengan citra eksklusif dan nyaman digunakan. Target pasar adalah anak muda usia 18–25 tahun yang aktif secara sosial dan menghargai estetika fashion. Strategi pasar di sesuaikan dengan target audiens dan tujuan bisnis. Tergantung pada audiens target, tujuan bisnis, strategi posisi pasar dapat dimodifikasi. Manfaat dari produk tertentu, harga yang kompetitif, layanan pelanggan yang ditingkatkan, atau fitur tambahan yang membedakan bisnis dari pesaing dapat semua diterangi dengan strategi ini. Dalam kasus Monarch, profil konsumen yang diinginkan terdiri dari profesional muda dan orang-orang yang terlibat dalam kegiatan sosial dan profesional serta yang menghargai kenyamanan dan gaya secara setara. Gaya kaos polo yang klasik dan canggih, kenyamanan bahan yang bisa dipakai sepanjang hari, dan penampilan unik yang cocok untuk berbagai setting adalah poin-poin utama perbedaan produk Monarch.

2. Survey Pasar

Dalam sebuah industri, survei pasar adalah alat yang populer untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Untuk target market brand Monarch sendiri lebih ke usia 18 - 30 Tahun dengan status Mahasiswa, pekerja muda. Pengumpulan data adalah bagian dari proses ini untuk menentukan apakah suatu produk layak dan apakah ada pasar untuknya di antara calon pembeli. Jadi, saya menggunakan internet untuk melakukan penelitian dasar.



3. Produksi Produk

Untuk memulai produksi Monarch, kami mencari pemasok bahan premium yang memenuhi persyaratan merek. Setelah menemukan pasokan yang sesuai, saya melanjutkan dan membuat label yang hanya mewakili identitas Monarch. Untuk memastikan bahwa setiap kaos polo dibuat dengan perhatian khusus terhadap detail dari pemilihan pola hingga menjahit dan penyelesaian akhir saya kemudian bekerja sama dengan seorang produsen untuk memastikan bahwa barang jadi nyaman, modis, dan sesuai dengan misi merek Monarch.



4. Produksi packaging

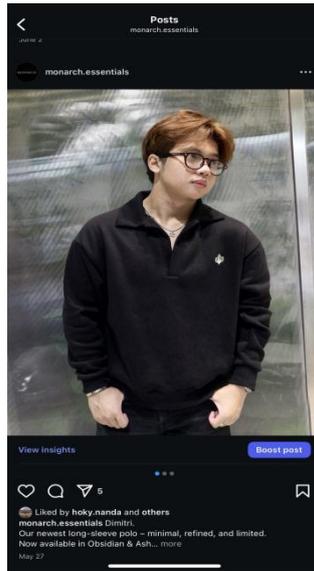
Ketika kami merancang dan memproduksi kemasan untuk Monarch, kami mempertimbangkan citra premium, kegunaan, dan estetika yang ingin kami proyeksikan. Langkah pertama dalam prosedur ini adalah mencari pemasok yang dapat menawarkan kertas premium dan kantong ritsleting yang melengkapi merek. Saya memastikan bahwa bahan, warna, dan desain merek kemasan semuanya menyampaikan eksklusivitas dan meningkatkan pengalaman unboxing pelanggan.



5. Promosi

Mempromosikan Monarch menggunakan berbagai teknik, seperti penggabungan produk, diskon terbatas, dan penawaran khusus, untuk menarik lebih banyak klien. Saya juga bekerja sama dengan influencer yaitu Amri Khairudin untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menurut saya tentang influencer yang saya pilih itu untuk menjangkau pasar mahasiswa, pekerja kantoran, dll. menjalankan promosi atau hadiah untuk mendorong interaksi dan iklan dari mulut ke mulut. Taktik ini semua direncanakan.

KEGIATAN PROMOSI	KANAL	DESKRIPSI
Teaser Campaign	Instagram Story atau Reels	Saya membuat video pendek “Open Order” dengan poster dan detail warna produk
Polling Style	Instagram Story Poll	Mengajak followers untuk menebak produk apa yang kami launching
Soft Launch Produk	Instagram Feed + Shopee	Memposting produk terbaru kita dengan limited pieces, link ke marketplace
Customer Story	Instagram Story repost + Testimoni	Merepost pemakaian dari pembeli dan secara tidak langsung untuk menyebarluaskan produk Monarch



6. Survey penjualan

Melakukan survei penjualan untuk mengevaluasi performa produk Monarch dengan mengumpulkan data dari pelanggan mengenai kepuasan mereka, preferensidesain, serta harga yang sesuai dengan pasar. Survei ini membantu saya memahami pola pembelian, mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, serta merancangstrategi pemasaran yang lebih efektif agar Monarch dapat terus memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

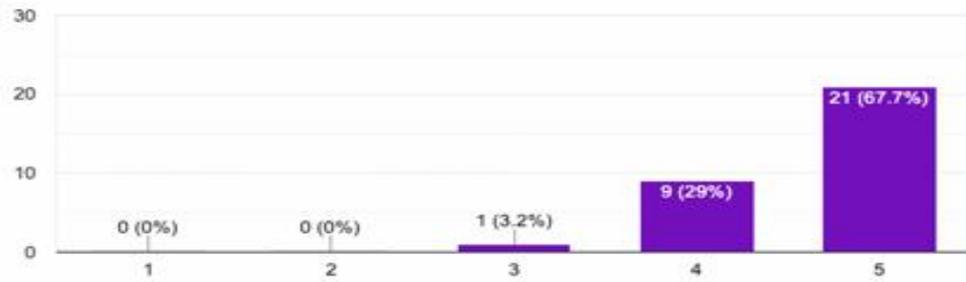
Survei Kepuasan Pelanggan Monarch

31 responses

Produk yang saya terima sesuai dengan ekspektasi saya.

 Copy

31 responses



7. Evaluasi Produk

menganalisis tren pasar, data penjualan, dan ulasan pelanggan untuk menilai penawaran dan pendapatan Monarch. Saya dapat menggunakan ulasan ini untuk menemukan kelebihan dan kekurangan produk, menilai apakah perbaikan desain atau material diperlukan, menentukan apakah ada perubahan yang perlu dilakukan pada desain atau material, serta menyesuaikan strategi harga dan pemasaran agar lebih efektif. Penilaian ini bertujuan untuk memastikan Monarch dapat terus bersaing, relevan dengan kebutuhan pelanggannya, dan mampu meningkatkan loyalitas serta tingkat kepuasan mereka.

8. Laporan LabaRugi

KEGIATAN DAN PENGGUNAAN ANGGARAN

Saldo Monarach : 11.253.000					
NO	TANGGAL	KETERANGAN	QTY	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	29-Okt-2024	Membeli riset pasar brand (Cuphachino)	4	66.576	266.304
2	04-Nov-24	Pembuatan stock baju	80	61.000	4.880.000
3	10-Nov-24	membeli hang tag	150	980	147.000
4	10-Nov-24	Pembuatan Label baju	100	320	32.000
5	10-Nov-24	Thankyou card	100	399	39.900
6	10-Nov-24	Pembuatan Sticker	196	1.000	196.000
7	10-Nov-24	Zipper bag	100	2.990	299.000
8	11-Nov-24	hanger baju	20	5.000	100.000
9	12-Apr-25	pembuatan banner	4	60.000	240.000
10	18-Apr-25	pembelian bahan Cotton fleece (black) + RIB	28	74.000	2.072.000
11	18/04/2025	pembelian bahan Cotton fleece (grey) + RIB	26	64.000	1.664.000
12	5-mey-25	Label logo monarch	33	5.500	181.500
13	26-mey-25	Jasa (potong,jahit)	1	380.000	380.000
TOTAL :					10.497.704

REKAP PENJUALAN MONARCH BATCH 1 (80 QTY)

NO	TANGGAL	KETERANGAN	QTY	HARGA
1	4-Des-24	Polo shirt cotton combed Size S	5	495.000
2	4-Des-24	Polo shirt cotton combed Size M	10	990.000
3	4-Des-24	Polo shirt cotton combed Size L	10	990.000
4	5-Des-24	Polo shirt cotton combed Size S	2	198.000
5	5-Des-24	Polo shirt cotton combed Size M	8	792.000
6	5-Des-24	Polo shirt cotton combed Size L	10	990.000
7	6-Des-24	Polo shirt cotton combed Size S	6	594.000
8	6-Des-24	Polo shirt cotton combed Size M	10	990.000
9	6-Des-24	Polo shirt cotton combed Size L	6	594.000
TOTAL :			67	6.633.000

REKAP PENJUALAN MONARCH BATCH 2 (33 QTY)

NO	TANGGAL	KETERANGAN	QTY	HARGA
1	30-May-25	Dimitri (black)	2	440.000
2	10-Jun-25	Dimitri (black)	5	1.100.000
3	12-Jun-25	Dimitri (grey)	10	2.200.000
4	13-Jun-25	Dimitri (black)	4	880.000
TOTAL :			21	4.620.000

3.3 Target Penjualan

Sebagai langkah validasi produk dan pengembangan awal brand Monarch, ditetapkan target penjualan berdasarkan produksi batch pertama sweater “Dimitri” sebanyak 33 pcs. Sweater berbahan cotton fleece ini dirancang dengan gaya clean, versatile, dan timeless, hadir dalam dua warna netral dan dua ukuran, ditujukan untuk profesional muda dan mahasiswa akhir. Harga jual ditetapkan Rp220.000 per pcs, sehingga target pendapatan kotor dari batch pertama adalah: $33 \text{ pcs} \times \text{Rp}220.000 = \text{Rp}7.260.000$ Target ini diharapkan tercapai dalam waktu 2 bulan melalui kanal penjualan daring (Instagram, Shopee) serta event kampus seperti Demo Day. Strategi pemasaran mengandalkan pendekatan organik dan jaringan komunitas untuk menjangkau early adopter. Selain sebagai acuan finansial, target ini menjadi dasar evaluasi untuk:

- Daya tarik desain “Dimitri”
- Efektivitas branding
- Preferensi warna & ukuran
- Potensi repeat order dan word-of-mouth Hasil evaluasi akan menjadi bahan pertimbangan untuk produksi dan strategi batch berikutnya.

3.4 Kendala yang Ditemukan

- Produksi tertunda karena vendor overload order - proses produksi mengalami keterlambatan karena vendor tersebut menerima pesanan dalam jumlah besar dari beberapa klien sekaligus.

- Cacat produk akibat kualitas jahitan tidak konsisten - produksi mengalami cacat seperti benang longgar, ukuran tidak presisi, serta hasil sablon atau bordir yang tidak sesuai dengan desain yang telah disetujui.

- Minimnya minat pada ukuran kecil - terlihat bahwa mayoritas konsumen Monarch lebih memilih ukuran besar seperti L, XL, dan XXL. Ukuran kecil seperti S dan M justru menumpuk di stok karena tidak laku.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

- Mencari vendor yang lebih stabil - Menggunakan strategi produksi bertahap dalam batch kecil untuk memudahkan kontrol dan fleksibilitas produksi.

- Quality Check Tahapan: Mengadakan proses quality control di dua tahap - setelah proses jahit dan sebelum produk dikemas - agar cacat bisa dideteksi lebih awal.

- Penyesuaian Rasio Produksi: Mengurangi produksi ukuran S dan M, dan merubah ukuran L, XL, dan bahkan XXL menjadi 2 ukuran. seperti ukuran 1 dan ukuran 2.