

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis Sebagai CFO (Chief Financial Officer) yang berperan penting dalam mengelola keuangan bisnis. Tanggung jawabnya mencakup penyusunan anggaran, pencatatan dan pengawasan arus kas, pembuatan laporan keuangan, serta memastikan setiap pengeluaran dilakukan dengan perhitungan yang matang agar keberlanjutan bisnis tetap terjaga. Koordinasi antar anggota tim dilakukan secara rutin melalui rapat mingguan, di mana setiap anggota melaporkan perkembangan tugas mereka serta mendiskusikan strategi dan solusi terhadap kendala yang dihadapi. Selain itu, bimbingan dari mentor di Skystar Ventures juga menjadi bagian penting dalam proses magang ini, di mana penulis dan tim mendapatkan insight serta masukan berharga untuk meningkatkan efektivitas bisnis Poffertjes.

3.2 Tugas Dan Uraian Kerja Magang

No.	Jenis Pekerjaan	Keterangan	Koordinasi	Frekuensi	PIC
A. Aktivitas Skystar Ventures					
1.	Mengikuti workshop 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	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan	Ketika sepakat memilih tanggal	Pak Wahyudi (Dedicat

		menjalankan usaha.	Daniel (CMO)& (COO)	untuk melakukan sesi mentoring	ed Mentoring)
3.	Berpatisipasi pada tenant atau bazar yang disediakan oleh Skystar Ventures	Membuka Stan De Poffertjes Bros di bazar yang disediakan	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Ketika dapat jadwal yang di tentukan	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
4.	Mengikuti bimbingan bersama mentor	Mentoring yang dilakukan bersama mentor dari Skystar dan mentor eksternal	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Mengikuti jadwal mentoring yang ditentukan oleh tim bersama mentor.	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures)
B. Aktivitas De Poffertjes Bros					
1.	Mempersiapkan bahan baku dan peralatan jualan.	Mencari bahan baku poffertjes, packaging dan perlengkapan jualan untuk mepercepat	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 4-8	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyud

		kesiapan jualan kam			i (Dedicat ed Mentori ng)
2.	Melakukan Riset dan Pengembangan (R&D) Produk	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)
3.	Trial and eror	Melakukan test food dan trial and eror	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 7-8	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicat ed Mentori ng)
4.	Menyusun Strategi marketing	Melakukan strategi marketing yang tepat untuk bisnis F&B	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 8-9	Pak Wahyudi (Dedicat ed Mentori ng)

5.	Membeli Peralatan lanjutan yang di perlukan	Membeli beberapa peralatan yang kurang untuk membuka kios bazaar	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 9	Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
6.	Menentukan packaging	Mencari packaging yang cocok untuk kemasan poffertjes	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 9	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.	Bimbingan Untuk menghitung keuangan	Mengikuti bimbingan untuk menghitung keuangan bisnis	Rayhan (CFO)	Week 12	Pak Wahyudi (Dedicated)

					Mentoring)
9.	Proses Perhitungan	Proses pembuatan hitungan HPP, Selling Price dan BEP	Zidane (CEO), Rayhan (CFO).	Week 1-9	Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
10.	Menyusun strategi marketing digital	Mempelajari marketing digital untuk social media	Zidane (CEO), Rayhan (CFO), dan Daniel (CMO)& (COO)	Week 8-14	Kak Hoky Nanda (Skystar Ventures) & Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)
11.	Mentoring Bersama pak Wahyudi untuk membahas keuangan	Membahas revision untuk keuangan	Rayhan (CFO)	Week 14	Pak Wahyudi (Dedicated Mentoring)

Tabel 3.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja magang

Selama menjalani kerja magang, Penulis diberi tugas untuk mengatur Keuangan bisnis Poffertjes. Tanggung jawab ini di lakukan agar pengelolaan keuangan bisnis Poffertjest tercatat dan tersusun rapih. Rincian tugas yang di kerjakan penulis bisa di lihat di bawah ini:

1. Mengikuti Workshop yang di selenggarakan oleh Skystar Ventures

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.



Gambar 3.1 Workso Skystar Ventures

Penulis bersama dua rekan tim (zidane sebagai CEO dan daniel sebagai CMO) 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.



Gambar 3.2 Mentoring Skystar Ventures

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.

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.

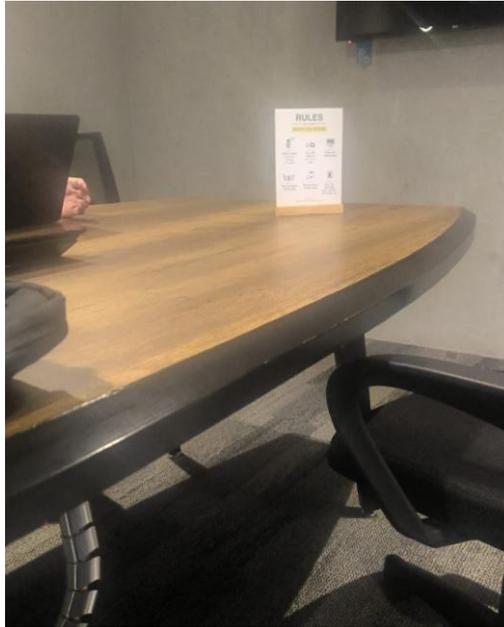


Gambar 3.3 Tenant Poffertjes

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.

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 Bimbingan Bersama Mentor

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 Zidane (CEO) 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 Uraian Kerja Magang

Pada lima minggu pertama penulis membantu teman penulis yang sebagai CEO untuk melakukan riset terhadap bahan dasar dan formula adonan 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. 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 tim melakukan uji coba terhadap proporsi masing-masing bahan. Dalam proses riset, tim dihadapi dengan banyaknya tantangan seperti cara

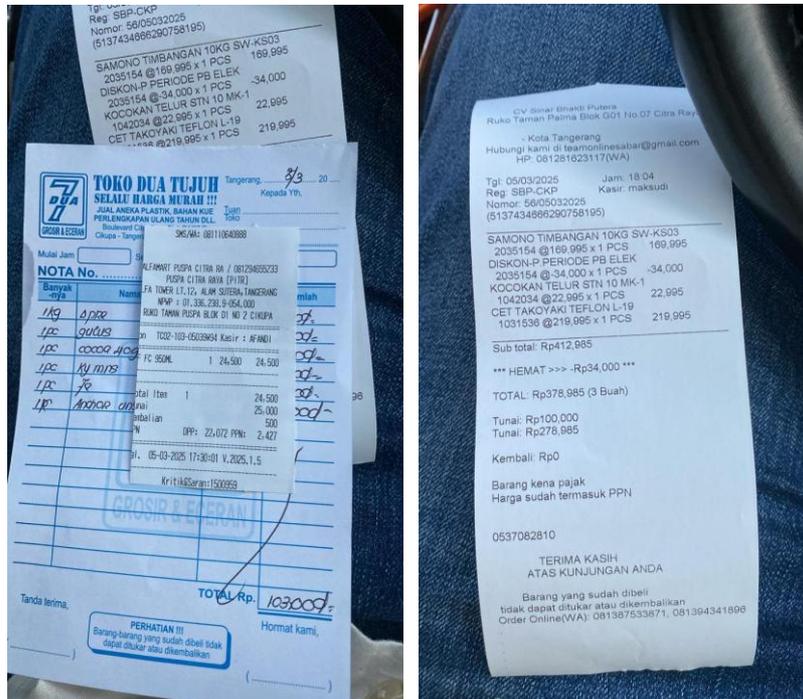
menghidupkan ragi, membuat adonan agar tidak ada buliran tepung, pengukuran ragi, dan waktu proofing adonan. Beberapa indikator keberhasilan yang dijadikan acuan dalam proses tersebut meliputi kelembutan tekstur, bentuk adonan yang kental dan cita rasa yang khas dari ragi namun tidak mengganggu dan tetap 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 tim dari kompetitor.

Berikut adalah masing-masing uraiannya :

1. 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.

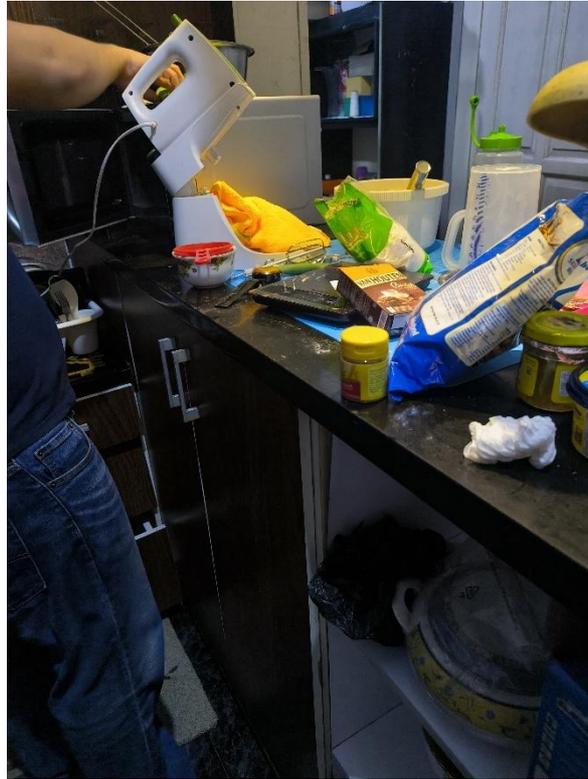


Gambar 3.5 Pembelian Bahan dan Peralatan

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.

2. 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.



Gambar 3.6 R&D Produk

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

3. Trial and Error

Pada minggu ketujuh hingga kedelapan, setelah R&D produk dianggap cukup stabil dan resep sudah final, karena pada awal proses R&D tim menghadapi banyak permasalahan dalam proses pembuatan adonan yang tim inginkan, penulis melakukan test food bersama rekan tim nya yaitu Zidane (CEO) untuk trial and error dan 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.



Gambar 3.7 Trial and eror

Dalam trial eror ini tim mencoba berbagai bahan baku dan akhirnya tim menemukan yang cocok untuk dijual.

4. Bimbingan Untuk menghitung keuangan

Penulis dan kelompok melakukan kembali bimbingan dengan pak wahyudi untuk menghitung keuangan bisnis seperti menghitung kembali RND, Pembukuan dan RAB penulis yang sebagai CFO di ajarkan untuk membuat RND, Pembukuan dan Rab untuk merevisi yang sudah ada.

Kategori	Subkategori	Pengeluaran	Saldo	Saldo Awal	Saldo Akhir
Bahan Plastik					
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 10.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 20.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 30.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 40.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 50.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 60.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 70.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 80.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 90.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 100.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 110.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 120.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 130.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 140.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 150.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 160.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 170.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 180.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 190.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 200.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 210.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 220.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 230.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 240.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 250.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 260.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 270.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 280.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 290.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 300.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 310.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 320.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 330.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 340.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 350.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 360.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 370.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 380.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 390.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 400.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 410.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 420.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 430.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 440.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 450.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 460.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 470.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 480.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 490.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 500.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 510.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 520.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 530.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 540.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 550.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 560.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 570.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 580.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 590.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 600.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 610.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 620.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 630.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 640.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 650.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 660.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 670.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 680.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 690.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 700.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 710.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 720.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 730.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 740.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 750.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 760.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 770.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 780.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 790.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 800.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 810.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 820.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 830.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 840.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 850.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 860.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 870.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 880.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 890.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 900.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 910.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 920.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 930.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 940.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 950.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 960.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 970.000		
Bahan Plastik BPA	Kardus	Rp 10.000	Rp 980.000		
Bahan Plastik BPA	Kertas	Rp 10.000	Rp 990.000		
Bahan Plastik BPA	Paku	Rp 10.000	Rp 1000.000		

Gambar 3.8 Dokumentasi keuangan

5. 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.

4	harga jual Paket ice cream	Rp33.222		harga jual Classic	Rp29.511
5	margin x 100%	Rp16.611		margin x 110%	Rp15.990
6					
7	Harga Produk x 100 porsi / Minggu	Rp3.322.200		Harga Produk x 50 porsi / Minggu	Rp1.475.550
8	Margin x 100 Porsi	Rp1.661.100		Margin x 50	Rp795.000
9	Total penjualan 1 Bulan	Rp13.288.800		Total penjualan 1 Bulan	Rp5.902.200
10	Total Margin 1 Bulan	Rp6.644.400		Total Margin 1 Bulan	Rp3.180.000
11					
12			Total Laba Penjualan 1 Bulan	Rp19.191.000	
13			Total Margin 1 Bulan	Rp9.824.400	
14					
15					
16					
17	Rasap				
18	Tapung Terigu 250g	Rp3.975		Alat keperluan customer	
19	Ragi 7g	Rp654	1 kg tepung 16 porsi	Nama Barang	Kuantitas
20	Gula 15g	Rp100	Rp1.200	Wooden Spork	Rp100
21	Garam 5g	Rp100	1,2 l susu untuk 16 porsi	Lunch box paper	Rp100
22	Susu cair 200ml	Rp8.400	Rp12.000	Tasus	Rp1
23	Telur 1 butir	Rp3.250	30 gram untuk 16 porsi	Total	
24	Mentega Tawar 25g	Rp5.500	Rp11.250		
25	Paper Tray	Rp4.400	1kg lep butuh 240-250g gula		
26	Spork	Rp700	200 g garam untuk 1kg lep		
27	Isirng Sugar 10g	Rp1.000	200g gula untuk 16 porsi	Alat Keperluan Makan	
28	Butir Portion	Rp2.300	4butir telur/1kg lep		
29	Ice Cream 2 Scoop	Rp3.000	60g butter/kg tepung	Nama Barang	Kuantitas
30	Harga 4 Porsi	Rp22.179	malcha sugar Rp. 100/g	Wooden Spork	100
31	Untuk membuat 1 porsi makanan	Rp5.545		Paper Tray	100
32	Harga Modal Classic	Rp14.805		Tasus	1
33	Harga modal paket ice cream	Rp17.810		Lunch box paper	60
34				Total	
35					
36					
37					
38					
39					
40					
41					
42	Column 1	Jumlah	Satuan	Total Harga	Total Harga
43	Tabung gas 3 kg	1	Tabung		
44	Kompor 2 Tungku	1	Unit		KEBUTUHAN
45	Pan	3	Pcs		Na
46	Alat Congkal	5	Pcs		Sewa
47	Regulator	1	Pcs		Us
48	Celemeik	5	Pcs		Kean
49	Sakung Tangan Lateks Hitam	1	Box		
50	Roll Kebab	2	Pcs		Na
51	Paper Towel	2	Box		Bar
52	Panci	1	Pcs		Lc
53	Pengukut suhu	1	Pcs		M
54					Alap Tenda
55					Booth
56					
57					
58	harga jual Paket ice cream	Rp0		harga jual Classic	Rp30.505
59	margin x 100%	Rp0		margin x 110%	Rp15.900
60					
61	Harga Produk x 100 porsi / Minggu	Rp0		Harga Produk x 50 porsi / Minggu	Rp1.525.238
62	Margin x 100 Porsi	Rp0		Margin x 50	Rp795.000
63	Total penjualan 1 Bulan	Rp0		Total penjualan 1 Bulan	Rp6.100.950
64	Total Margin 1 Bulan	Rp0		Total Margin 1 Bulan	Rp3.180.000
65					
66			Total Laba Penjualan 1 Bulan	Rp6.100.950	
67			Total Margin 1 Bulan	Rp3.180.000	
68					
69		Rp1.525.238			
70					
71					
72					
73					
74					
75					
76					
77					

Gambar 3.9 Proses Perhitungan

Dalam kegiatan ini penulis yang sebagai CFO berkoordinasi dengan Zidane (CEO) untuk menghitung bersama. 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.

6. Proses Menentukan Harga Jual

Sebagai CFO dalam usaha Poffertjes, penulis juga melakukan perhitungan keuangan secara sederhana agar bisnis dapat berjalan sehat dan tetap untung. Perhitungan ini mengacu pada pengalaman langsung di lapangan serta pengetahuan dasar dari mata kuliah **Akuntansi** yang telah dipelajari selama kuliah.

1. Menentukan Harga Jual dari Biaya Produksi (HPP)

Langkah pertama dalam menentukan harga jual adalah menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membuat satu porsi poffertjes. Biaya ini meliputi:

- Bahan baku (terigu, mentega, susu, topping)
- Kemasan (kotak makanan, stiker, sendok)
- Gas dan listrik

- Biaya kecil lain seperti topping tambahan

Contoh:

Jika total biaya untuk membuat 1 porsi adalah Rp6.000, maka untuk mendapatkan untung, kami tambahkan margin (laba) sekitar **40–50%**.

Harga Jual = HPP + Keuntungan

Contoh perhitungan:

HPP: Rp6.000

Laba 50%: Rp3.000

Harga jual: Rp6.000 + Rp3.000 = **Rp9.000** (dibulatkan menjadi Rp10.000)

Metode ini dikenal juga sebagai *mark-up pricing*, yaitu menentukan harga jual berdasarkan modal ditambah keuntungan. Cara ini banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil karena mudah diterapkan.

2. Menghitung Keuntungan Total

Selama masa penjualan di bazar, total pendapatan dan pengeluaran dicatat untuk melihat apakah bisnis benar-benar untung.

Contoh hasil penjualan:

Total penjualan : Rp2.500.000

Total modal (bahan, alat, sewa, dll.) : Rp2.000.000

Laba bersih: Rp500.000

Laba ini digunakan untuk mengembalikan modal dan disimpan untuk produksi selanjutnya. Tim juga akan melakukan evaluasi dari penjualan tersebut untuk menentukan apakah usaha layak diteruskan atau tidak.

3.2.3 Uraian Kerja Lainnya

1. Menyusun Strategi Marketing

Penulis dan tim melakukan meeting dengan mentor untuk menyusun strategi marketing yang cocok di lakukan untuk F&B. Namun di sini kita mempunyai banyak masalah salah satu nya tidak dapat lapak untuk berjualan, lalu tim memutuskan untuk mengikuti beberapa bazaar atau event yang tersedia.



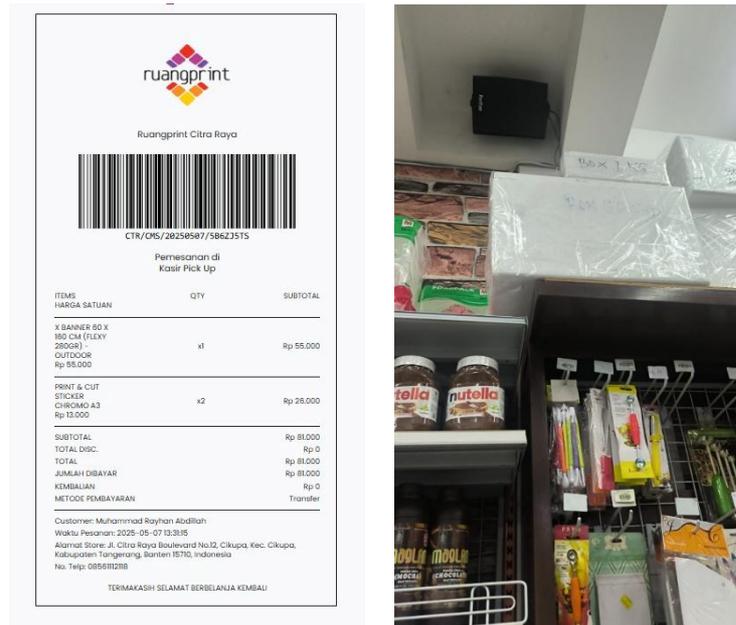
Gambar 3.10 Dokumentasi meeting bersama mentor.

Setelah meeting selesai penulis dan tim sepakat untuk melakukan penjualan di bazaar dan event sekitar tangerang.

2. Membeli Peralatan lanjutan yang di perlukan

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.

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 3.11 dokumentasi membeli barang

Setelah itu penulis membeli beberapa barang kebutuha untuk membuka bazaar seperti cooler box, X-Banner dan sticker untuk packaging lalu penulis membeli beberapa bahan baku untuk persediaan saat bazaar.

3. 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 3.12 Packaging

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.

4. Menjaga Booth 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 Zidane (CeO) 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 3.13 Dokumentasi penjualan

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 penjualan di booth.

5. Menyusun strategi untuk marketing digital

Memasuki minggu kesembilan hingga keduabelas, 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 Instagram Poffertjes

6. Kembali mentoring bersama pak wahyudi

Melakukan mentoring terakhir bersama pak wahyudi untuk membahas penjualan offline, untuk mencari lapak, market target dan membicarakan revisi RAB, RND dan Pembukuan. Setelah itu membicarakan bagaimana cara marketing yang cocok untuk F&B.



Gambar 3.15 Dokumentasi Mentoring

7. Membuat ersiapan untuk demo day

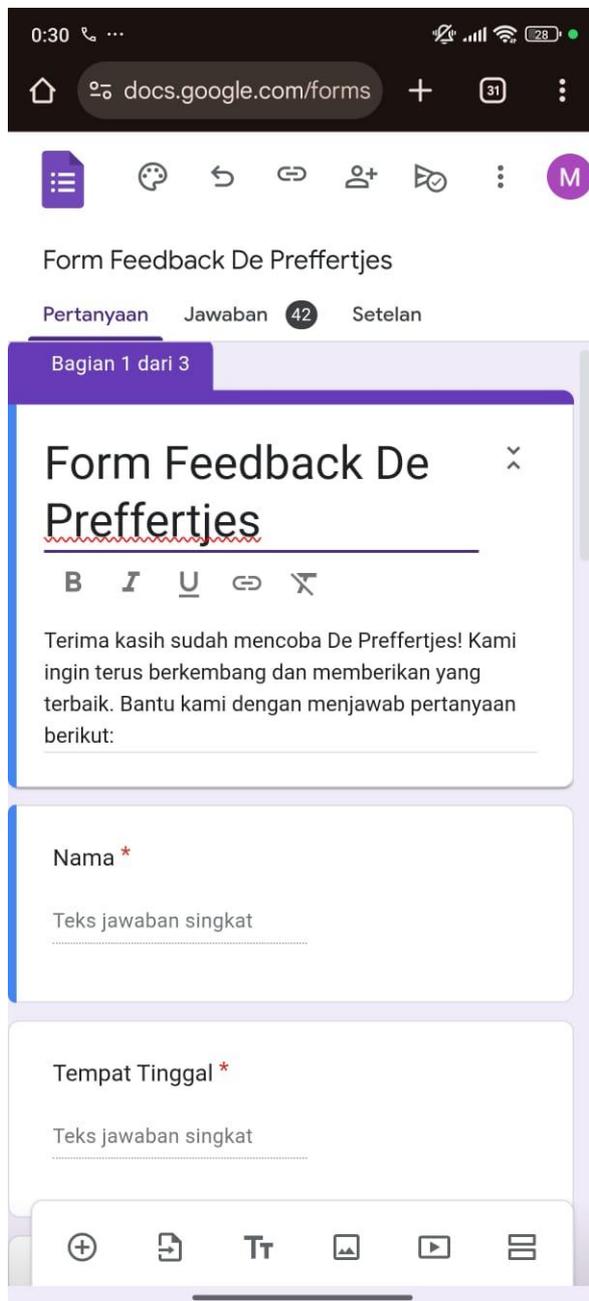
Penulis melakukan persiapan untuk demo day untuk membeli bahan bahan untuk tester,piring kecil dan toping toping yang di gunakan untuk tester. Lalu membeli peralatan seperti taplak meja,tusukan makanan dan membeli tiang x-banner.



Gambar 3.16 Struk Untuk Persiapan Demo Day

8. Membuat Form Kepuasan Pelanggan

Sebelum demoday di mulai, Penulis dan kelompok di mintai untuk membuat google form untuk kepuasan pelanggan. Tugas ini di berikan oleh skystar venture untuk tugas UAS. Penulis dan kelompok membuat beberapa pertanyaan seperti testi rasa,packaging looks. Form ini di gunakan untuk mendapatkan responden di hari demoday di mulai.



Gambar 3.17 Bukti form kepuasan

9. Demoday hari pertama

Di hari pertama penulis dan tim di minta untuk memberikan tester untuk orang dan meminta feedback untuk makanan tim. Lalu tim di minta menjaga booth dan mempersiapkan hari kedua untuk mempresentasikan ide bisnis tim.



Gambar 3.18 Foto demoday hari pertama

10. Membuat Canva untuk presentasi

Penulis dan kelompok di suru untuk membuat ppt untuk presentasi saat Demoday hari kedua, di materi tim di minta untuk memasukan seperti Problem, Solution, Why now, Market size, Target Market, Competitor analysis, Detail perkembangan Produk, Bussines model, Potofolio dan rekap penjualan.



Gambar 3.19 Ppt untuk demoday

11. Presentasi pitching

Sebagai bagian dari proses magang di Skystar Ventures, penulis bersama tim De Poffertjes Bros melakukan presentasi UAS pitching di hadapan juri yang disediakan oleh

Skystar Ventures. 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 dan data marketing yang akan dituliskan kedalam 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. Setelah presentasi selesai, tim mendapatkan berbagai masukan dari para juri terkait peluang pengembangan bisnis, penguatan branding, serta strategi ekspansi yang bisa dilakukan ke depannya.



Gambar 3.20 Presentasi Pitching

Pitching ini menjadi momen penting dalam menguji hasil bisnis bersama tim, karena selama pemaparan presentasi, tim cukup menyadari bahwa banyak hal yang masih belum sesuai target tim, seperti: Kesiapan lokasi jualan, target penjualan dalam bazaar, dan orderan untuk acara. Penulis juga belajar menyusun struktur komunikasi bisnis yang efektif, menjawab pertanyaan kritis dari juri, serta menyampaikan visi jangka panjang dari usaha yang sedang dikembangkan.

3.2 Kendala yang di temukan

Berikut adalah beberapa kendala penulis selama mengikuti aktivitas sebagai Chief Financial officer:

1. Kurangnya keahlian dalam mengurus finance

Penulis sebagai Chief financial officer (CFO) masih perlu banyak untuk mempelajari tentang dunia finance, terutama dalam mengelola anggaran untuk bahan baku dan bahan kebutuhan peralatan lain. Penulis belum terlalu yakin dengan skill yang dimiliki selama menjalani tugas sebagai finance. Belum terlalu berpengalaman untuk mengelola keuangan dalam tim bisnis, sehingga banyak yang dikhawatirkan saat ingin membuat suatu keputusan perencanaan. Di karenakan kurang ahli nya dalam finance, penulis banyak di bantu oleh rekan tim nya yaitu Zidane (CEO).

2. Kendala Selama Mengikuti Workshop

Selama mengikuti workshop yang diadakan oleh Skystar Ventures, penulis menghadapi sejumlah tantangan terkait pelaksanaan kegiatan secara hybrid, yaitu kombinasi antara online dan offline. Saat mengikuti secara daring, kendala utama yang dirasakan adalah koneksi internet yang tidak stabil. Hal ini menyebabkan penulis beberapa kali tertinggal dalam mengikuti pemaparan materi dari narasumber, kesulitan memahami isi materi secara menyeluruh, serta mengalami hambatan dalam sesi diskusi dan tanya jawab.

Sementara itu, dalam sesi tatap muka, hambatan lebih banyak disebabkan oleh faktor fisik dan lingkungan. Cuaca yang tidak bersahabat, seperti hujan lebat atau panas

yang menyengat, kerap menyulitkan penulis untuk bepergian ke lokasi kegiatan. Di samping itu, kondisi tubuh yang menurun akibat padatnya aktivitas, seperti rasa lelah atau kurang sehat, juga berdampak pada konsentrasi dan kemampuan penulis dalam menyerap materi secara optimal.

3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

1. Kurangnya Keahlian dalam Mengurus Finance

Untuk mengatasi keterbatasan dalam bidang keuangan, penulis dapat mengambil beberapa langkah strategis. Pertama, mengikuti pelatihan atau kursus singkat yang relevan, seperti *financial planning*, *budgeting*, dan *basic accounting for startups*, baik secara daring melalui platform seperti Coursera, Skillshare, maupun pelatihan yang disediakan oleh Skystar Ventures sendiri. Kedua, aktif meminta bimbingan dari mentor yang berpengalaman di bidang keuangan atau pembimbing inkubasi yang tersedia dalam program. Selain itu, penulis juga bisa memanfaatkan pengalaman praktis dengan membuat catatan keuangan secara rutin, menyusun rencana anggaran sederhana, serta berdiskusi dengan tim untuk mengevaluasi kondisi keuangan usaha secara berkala. Kerja sama dengan CEO yang lebih berpengalaman juga dapat terus ditingkatkan dengan pola mentoring informal agar proses belajar menjadi lebih terarah dan aplikatif. Dengan pendekatan ini, kepercayaan diri penulis dalam mengambil keputusan keuangan secara perlahan akan meningkat.

2. Kendala Saat Mengikuti Workshop

Dalam menghadapi tantangan workshop hybrid, solusi pertama adalah melakukan persiapan teknis yang lebih matang untuk sesi daring, seperti mencari tempat dengan koneksi internet stabil (misalnya coworking space, kampus, atau perpustakaan) dan menggunakan jaringan cadangan agar kualitas komunikasi tetap terjaga. Untuk meminimalisir kehilangan informasi, penulis juga bisa merekam sesi daring bila diizinkan atau meminta catatan dan materi presentasi dari panitia atau teman sekelompok.

Sedangkan untuk sesi tatap muka, penulis dapat mengantisipasi faktor cuaca dengan menyediakan perlengkapan pribadi seperti jas hujan, payung, dan datang lebih awal

untuk menghindari kemacetan atau ketidakhadiran. Jika kendala fisik menjadi hambatan, penulis perlu lebih memperhatikan manajemen waktu dan kesehatan dengan mengatur pola tidur, istirahat cukup, serta membawa air minum dan suplemen ringan. Penjadwalan aktivitas secara realistis juga penting agar tidak terlalu memforsir energi selama program berlangsung. Dengan pengelolaan yang lebih baik, diharapkan partisipasi dalam workshop dapat lebih maksimal dan materi dapat diserap secara optimal.