

BAB II

PELAKSANAAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

Pada tahap pelaksanaan proyek bisnis *no bake cheesecake* “Amouree”, setiap anggota kelompok memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing sesuai jabatan yang telah ditentukan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan
Selama Prostep

No.	Pekan	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (25-31 Agustus 2025)	Sosialisasi program Prostep dan pembentukan kelompok	Mengikuti sosialisasi MBKM Cluster Kewirausahaan dari Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara serta pembentukan kelompok yang terdiri dari 4 anggota (Samuel, Marvel, Steve, dan Federico)
2	Minggu 2 (1-7 September 2025)	Penentuan bidang usaha dan diskusi awal	Tim segera memilih bidang <i>Food and Beverage</i> sebagai fokus bisnis, serta melakukan brainstorming awal mengenai jenis produk yang akan dikembangkan (kategori <i>dessert</i>).
3	Minggu 3 (8-14 September 2025)	Observasi dan wawancara calon target market	Melakukan riset awal melalui wawancara terhadap <i>dessert enthusiast</i> untuk memahami permasalahan dan preferensi mereka terhadap produk <i>dessert</i> yang ada di pasaran.
4	Minggu 4 (15-21 September 2025)	Brainstorming ide produk	Berdasarkan hasil wawancara, tim mulai menyusun ide produk <i>dessert</i> inovatif yang mampu menjawab masalah konsumen sehingga muncul gagasan untuk menghadirkan <i>no bake cheesecake</i>
5	Minggu 5 (22-28 September 2025)	Penentuan brand dan identitas bisnis	Tim menemukan nama brand “Amouree”, serta mulai menyusun konsep visual dan <i>value proposition</i>

	September 2025)		bisnis (<i>personalized no bake cheesecake</i> dengan <i>topping</i> sesuai selera).
6	Minggu 6 (29 September -5 Oktober 2025)	Pembagian peran dan mentoring awal	Pembagian jabatan dilakukan Samuel (CEO), Marvel (COO), Steve (CFO), dan Federico (CMO). Pertemuan mentoring pertama dengan Bapak Rajesh selaku mentor <i>internal</i> .
7	Minggu 7 (6-12 Oktober 2025)	Perhitungan harga pokok produksi dan estimasi penjualan	Sebagai CFO, melakukan perhitungan harga pokok produksi (HPP) untuk menentukan biaya dasar pembuatan <i>no bake cheesecake</i> serta menyusun estimasi penjualan berdasarkan riset pasar dan target konsumen. Data ini menjadi acuan untuk menentukan harga jual dan strategi keuangan awal bisnis.
8	Minggu 8 (13-19 Oktober 2025)	Pembuatan cash flow statement dan me-rekap semua pengeluaran untuk rnd	Menyusun laporan arus kas (cash flow statement) dengan merekap seluruh pengeluaran selama proses pengembangan bisnis. Kegiatan ini bertujuan untuk memantau kondisi keuangan dan memastikan penggunaan dana berjalan secara efektif dan efisien.
9	Minggu 9 (20-26 Oktober 2025)	Monitoring penjualan dan evaluasi penggunaan bahan baku	Melakukan rekap penjualan harian untuk mengetahui produk terlaris, mengevaluasi pemakaian bahan baku agar tidak terjadi kelebihan stok, serta memastikan cash flow mingguan berjalan sesuai proyeksi.
10	Minggu 10 (27 Oktober – 2 November 2025)	Menyusun Laporan Keuangan Bulan November	Menyusun laporan keuangan akhir bulan, menghitung total penjualan dan pengeluaran Oktober, mengevaluasi profit mingguan, serta menyiapkan proyeksi cash flow dan kebutuhan bahan untuk minggu pertama November.
11	Minggu 11 (3 November – 9 November 2025)	Pembayaran DP Tenant, Pembelian Bahan Baku & Alat, serta Penentuan Budgeting	Sebagai CFO, melakukan pembayaran DP untuk penyewaan tenant bazaar sebagai langkah persiapan penjualan offline. Melakukan pembelian bahan baku dan peralatan pendukung operasional sesuai kebutuhan event. Selain itu, menyusun budget untuk produksi design packaging hampers dengan mempertimbangkan biaya desain, percetakan, estimasi permintaan,

			serta efisiensi biaya agar tetap sesuai dengan kemampuan finansial bisnis.
12	Minggu 12 (10 November – 16 November 2025)	Pencarian lokasi bazaar, pembelian perlengkapan bazaar, revisi HPP, perencanaan packaging 2026, dan pencatatan penjualan preorder	Pada minggu ini, CFO membantu CMO dalam mencari dan membandingkan lokasi bazaar yang potensial untuk event mendatang. Selain itu, dilakukan pembelian perlengkapan tambahan yang dibutuhkan untuk persiapan bazaar. CFO juga melakukan revisi HPP berdasarkan penggunaan bahan aktual setelah proses RnD agar biaya produksi lebih akurat. Di sisi lain, dilakukan perencanaan pembelian packaging untuk periode tahun 2026 sebagai bagian dari strategi inventory jangka panjang. Minggu ini juga diisi dengan pencatatan penjualan dari sistem preorder sebagai bagian dari pembaruan laporan keuangan bisnis.
13	Minggu 13 (17 November – 23 November 2025)	Penentuan budgeting transport, update laporan keuangan, pembayaran DP bazaar PIK, kontrol pembuatan booth, dan penandatanganan SPK	Pada minggu ini, CFO menetapkan anggaran transportasi yang diperlukan selama bazaar agar biaya operasional tetap efisien. Selain itu, dilakukan rekap seluruh pengeluaran serta pembaruan laporan keuangan agar data finansial tetap akurat dan mutakhir. CFO juga melakukan pembayaran DP untuk event bazaar kedua di PIK serta mengontrol progres pembuatan booth. Minggu ini ditutup dengan proses penandatanganan SPK sebagai bentuk komitmen resmi untuk partisipasi dalam bazaar PIK.
14	Minggu 14 (24 November – 30 November 2025)	Rekap penjualan, pencatatan pengeluaran, pelaksanaan bazaar Menara Jamsostek, dan penyusunan jadwal tim	Pada minggu ini, CFO melakukan rekap penjualan selama event bazaar pertama berlangsung sebagai evaluasi performa penjualan dan kondisi arus kas. Selain itu, dilakukan pencatatan seluruh pengeluaran yang terjadi selama bazaar, termasuk biaya operasional tambahan. CFO juga mengawasi proses loading in dan loading out serta memastikan kelancaran pelaksanaan bazaar di Menara Jamsostek. Di akhir periode, dilakukan penyusunan jadwal kerja untuk setiap anggota tim selama bazaar

		agar pembagian shift dan tanggung jawab lebih terstruktur.
--	--	--

2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Finance Officer

2.2.1 Pekan I (25-31 Agustus 2025): Sosialisasi Program Prostep dan Pembentukan Kelompok



Gambar 2.2.1.1. Sosialisasi dan Mentoring Prostep

Pada pekan pertama, kegiatan diawali dengan sosialisasi resmi Program Prostep yang diselenggarakan oleh Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada seluruh peserta mengenai konsep dasar program, tahapan kegiatan, serta capaian pembelajaran yang diharapkan. Sosialisasi disampaikan secara interaktif, di mana peserta diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi langsung dengan panitia pelaksana. Hal ini membantu memperjelas alur kegiatan mulai dari pembentukan kelompok, perencanaan ide bisnis, proses validasi, hingga tahap akhir berupa presentasi produk.

Dalam kegiatan ini, penulis memperoleh wawasan baru mengenai pentingnya kolaborasi lintas disiplin dan pengembangan soft skill kepemimpinan selama menjalankan proyek bisnis. Pihak fakultas juga

menekankan bahwa Prostep bukan sekadar proyek akademik, tetapi juga sarana pembelajaran praktis yang menuntut kemampuan komunikasi, manajemen waktu, dan problem solving.

Setelah sesi sosialisasi, dilakukan proses pembentukan kelompok. Penulis bersama tiga rekan lainnya, yaitu Marvel, Steve, dan Federico, membentuk satu kelompok dengan semangat kolaboratif yang tinggi. Pada tahap ini, tim mulai mengenal latar belakang dan keahlian masing-masing anggota. Penulis sebagai calon CEO mengambil inisiatif untuk memfasilitasi perkenalan lebih mendalam agar setiap anggota memahami potensi serta kontribusi yang bisa diberikan. Komunikasi awal dibangun melalui grup WhatsApp yang menjadi sarana koordinasi utama, serta digunakan untuk berbagi ide dan dokumen pendukung.

Pekan pertama berfokus pada penyesuaian dan orientasi. Penulis menilai tahap ini sangat penting untuk menanamkan kesamaan visi serta membangun kepercayaan tim. Refleksi pribadi dari minggu ini adalah bahwa peran seorang pemimpin tidak dimulai dari pengambilan keputusan besar, tetapi dari bagaimana ia mampu menciptakan lingkungan kerja yang terbuka dan supportif sejak awal proyek.



2.2.2 Pekan II (1–7 September 2025): Penentuan Bidang Usaha dan Diskusi Awal



Gambar 2.2.2.1. Pembahasan Tentang Pengembangan Bisnis

Memasuki minggu kedua, tim mulai memasuki tahap perencanaan awal. Beberapa kali pertemuan dilakukan secara daring dan tatap muka dengan tujuan menentukan bidang usaha yang akan menjadi fokus proyek Prostep. Diskusi berlangsung cukup intens karena setiap anggota memiliki minat dan pandangan berbeda terhadap sektor bisnis yang potensial. Ide-ide yang muncul antara lain meliputi fashion, digital services, serta food and beverage (FnB).

Penulis memimpin jalannya diskusi dengan mengarahkan pembahasan berdasarkan kriteria yang logis seperti potensi pasar, tingkat kompetensi tim, dan ketersediaan sumber daya. Melalui pendekatan analitis tersebut, kelompok akhirnya sepakat memilih bidang Food and Beverage karena dinilai memiliki

pasar yang luas, permintaan yang konsisten, serta peluang inovasi yang tinggi di kalangan mahasiswa.

Setelah bidang usaha ditetapkan, tim melanjutkan sesi brainstorming ide produk. Beberapa gagasan muncul, namun sebagian besar anggota menunjukkan ketertarikan pada produk makanan manis seperti dessert yang praktis dan estetik. Penulis mencatat setiap ide, menilai kelebihan dan kekurangannya, lalu merangkumnya dalam notulensi rapat untuk memudahkan analisis berikutnya.

Selain menentukan bidang usaha, minggu ini juga menjadi awal pembahasan pembagian peran berdasarkan minat dan kekuatan masing-masing. Penulis berperan sebagai fasilitator diskusi, memastikan seluruh anggota mendapat kesempatan yang seimbang untuk menyampaikan pendapat. Secara pribadi, penulis belajar pentingnya mendengarkan secara aktif dan mengelola perbedaan pendapat agar tidak menghambat proses pengambilan keputusan.



2.2.3 Pekan III (8–14 September 2025): Observasi dan Wawancara Calon Target Market



Gambar 2.2.3.1. Diskusi Tentang Jenis Cake

Setelah bidang usaha dan kategori produk ditentukan, kelompok melanjutkan tahap riset pasar untuk memperoleh data langsung dari calon konsumen. Riset dilakukan dengan dua metode utama, yaitu observasi tren di media sosial dan wawancara terhadap individu yang tergolong dessert enthusiast.

Tim membagi tugas untuk mempercepat proses pengumpulan data. Federico dan Marvel menelusuri platform seperti Instagram dan TikTok guna mengidentifikasi tren dessert populer—baik dari segi rasa, kemasan, maupun strategi promosi. Sementara itu, Samuel (penulis) dan Steve melakukan wawancara langsung terhadap sejumlah responden di lingkungan kampus dan sekitar tempat tinggal. Proses wawancara berlangsung informal namun tetap terarah menggunakan panduan pertanyaan seputar preferensi rasa, ukuran porsi, kemasan, serta kisaran harga ideal.

Dari hasil observasi dan wawancara, diperoleh beberapa temuan penting. Sebagian besar responden menyukai dessert yang ringan, tidak terlalu manis, dan mudah dikonsumsi saat bepergian. Selain itu, muncul tren meningkatnya

minat terhadap no bake dessert, terutama di kalangan mahasiswa yang mengutamakan kepraktisan.

Hasil riset ini kemudian dirangkum dalam laporan mingguan. Penulis sebagai ketua tim memastikan hasil analisis tersebut disampaikan dengan jelas dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan di tahap berikutnya. Dari perspektif manajerial, pekan ini memperkuat pemahaman penulis bahwa setiap keputusan bisnis yang baik harus didasari oleh data empiris, bukan sekadar asumsi.



2.2.4 Pekan IV (15–21 September 2025): Brainstorming Ide Produk



Gambar 2.2.4.1. Menentukan No-Baked Cheesecake Sebagai Ide Bisnis yang Akan Dijalani

Pada pekan keempat, kegiatan difokuskan pada brainstorming intensif untuk menentukan ide produk akhir yang akan dikembangkan. Tim meninjau kembali hasil riset pasar minggu sebelumnya dan menilai kesesuaianya dengan kemampuan internal. Diskusi berlangsung dalam suasana terbuka; setiap anggota bebas mengemukakan ide dan argumentasinya.

Dua ide menonjol muncul dari sesi ini: parfum lokal dengan konsep personalized scent dan no bake cheesecake sebagai produk dessert kekinian. Kedua ide memiliki potensi pasar yang menarik, namun perbedaan utama terletak pada tingkat kompleksitas produksi dan kesesuaian dengan bidang usaha yang telah dipilih. Setelah melalui beberapa kali perdebatan dan pertimbangan realistik, tim akhirnya memutuskan untuk fokus pada no bake cheesecake. Keputusan ini didukung oleh pengalaman Marvel yang sudah pernah bereksperimen dengan resep serupa sebelumnya.

Selanjutnya, tim mulai menyusun konsep dasar produk, meliputi pemilihan bahan, kemungkinan variasi rasa, tampilan visual, serta estimasi biaya produksi awal. Penulis berperan mengoordinasikan jalannya diskusi, memastikan setiap ide terdokumentasi dengan rapi, dan menjaga agar pembahasan tetap fokus pada tujuan utama.

Dari proses ini, penulis belajar pentingnya kemampuan negosiasi dan kompromi dalam kepemimpinan. Tidak semua ide perlu ditolak, tetapi harus dievaluasi berdasarkan kelayakan dan nilai strategisnya. Pekan ini menjadi tonggak penting karena menandai lahirnya identitas awal proyek bisnis kelompok.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2.5 Pekan V (22–28 September 2025): Penentuan Brand dan Identitas Bisnis

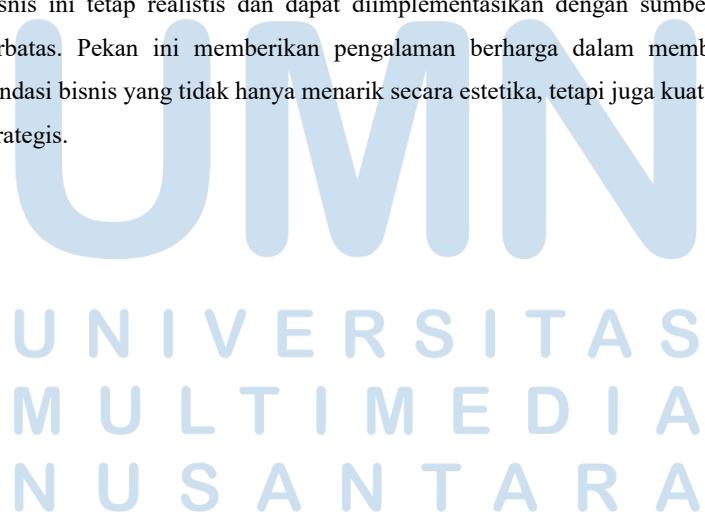


Gambar 2.2.5.1. Pembuatan Akun Instagram dan Logo

Setelah ide produk final disepakati, kelompok beralih ke tahap branding dan identitas bisnis. Tim menyadari bahwa dalam industri FnB, citra merek memiliki pengaruh besar terhadap daya tarik konsumen, terutama dalam era digital. Melalui sesi diskusi dan voting, kelompok memilih nama “Amourre”, terinspirasi dari kata “amour” yang berarti cinta dalam bahasa Prancis. Nama ini dipilih karena menggambarkan kelembutan, kehangatan, dan kesan manis yang identik dengan produk cheesecake.

Proses pengembangan brand identity dilakukan secara kolaboratif. Federico sebagai CMO bertanggung jawab merancang logo dan palet warna, sementara penulis memberikan panduan strategis agar desain mencerminkan nilai premium namun tetap personal. Tagline Amourre adalah “Made to Feel, Not Just to Taste”, yang mencerminkan filosofi brand bahwa setiap produk dibuat bukan hanya untuk dinikmati, tetapi juga untuk dirasakan sebagai bentuk pengalaman yang personal dan berkesan.

Selain membentuk identitas visual, tim juga menyusun Business Model Canvas sederhana untuk memetakan aspek pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, serta struktur biaya. Penulis sebagai CEO mengarahkan agar model bisnis ini tetap realistik dan dapat diimplementasikan dengan sumber daya terbatas. Pekan ini memberikan pengalaman berharga dalam membangun fondasi bisnis yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga kuat secara strategis.



2.2.6 Pekan VI (29 September–5 Oktober 2025): Pembagian Peran dan Mentoring Awal



Gambar 2.2.6.1 Pembagian peran masing-masing yang terdiri dari CEO, CFO, CMO, dan COO

Pada pekan keenam, fokus utama tim adalah pembagian peran dan tanggung jawab kerja agar pelaksanaan proyek berjalan efektif. Hasil kesepakatan menetapkan struktur organisasi sebagai berikut, Samuel (CEO), Marvel (COO), Steve (CFO), dan Federico (CMO). Masing-masing posisi memiliki ruang tanggung jawab yang jelas, namun tetap fleksibel untuk saling membantu bila diperlukan.

Sebagai CEO, penulis berperan mengatur alur komunikasi, memimpin rapat, serta memastikan keputusan diambil berdasarkan musyawarah dan data. Marvel sebagai COO menangani aspek operasional seperti perencanaan produksi, pembelian bahan, serta kontrol kualitas. Steve bertugas mengatur keuangan, membuat proyeksi modal, dan mencatat seluruh transaksi. Federico berfokus pada desain promosi serta strategi pemasaran digital.

Pada minggu ini juga diadakan sesi mentoring pertama bersama Bapak Rajesh selaku mentor internal. Beliau menekankan pentingnya validasi ide sebelum masuk tahap produksi massal, serta menyarankan agar tim memperjelas segmentasi pasar dan strategi penetapan harga. Penulis mencatat seluruh masukan dan mengoordinasikan tindak lanjut berupa revisi rencana kerja. Dari pengalaman ini, penulis menyadari pentingnya panduan dari mentor profesional untuk membantu tim menghindari kesalahan strategis di tahap awal.

2.2.7 Pekan VII (6–12 Oktober 2025): Perhitungan harga pokok produksi dan estimasi penjualan

HARGA POKOK PRODUKSI					
Materi / Lapis Cheesecake	Bahan Baku	Tataran	Sarisan	Harga Bahan	Total Harga Bahan
Filling					
1	Cream Cheese Unta	337	Gram ▼	Rp2.70	Rp917.290
2	Rose Brand Gula Halus	23	Gram ▼	Rp2.20	Rp50.590
3	Dominique Art Lemon	11	ML ▼	Rp2.00	Rp22.000
4	Whip Cream (Susu)	111	Gram ▼	Rp1.80	Rp199.800
5	Vanilla Extract	11	ML ▼	Rp6.00	Rp66.000
6	Air Menthil	905	ML ▼	Rp1	Rp905.000
Base (Crust)					
1	Bitter Chocolate Anchor	144	Gram ▼	Rp2.00	Rp288.000
2	Blueband Sarangani	28	Gram ▼	Rp2.00	Rp56.000
3	Marie Royal	480	Gram ▼	Rp1.02	Rp489.600
Topping					
1	Lemon Biscuit (Topping)	140	Gram ▼	Rp2.05	Rp287.415
2	Whip Green Tea	155	Gram ▼	Rp2.50	Rp387.500
Air Bahan					
1	Air Viskos	1	Pcs ▼	Rp100	Rp100
2	Kemasan Dusset Bot	1	Pcs ▼	Rp2.200	Rp2.200
3	Kemasan Plastik (20x40)	1	Pcs ▼	Rp1.05	Rp1.05
Biaya Lainnya					
1	Biaya Transport Kaja	1	-	Rp10.000	Rp10.000
2	Biaya Tambang & Air	1	-	Rp1.150	Rp1.150

Biaya Overhead Produksi	
Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Tonga Kerja	Rp10.000
Biaya Listrik & Air	Rp2.135
Biaya Gas	Rp000

*Biaya Per Kemasan (Rp/Unit)	
Visor	1 jem
Blender	1 jem
Kulit	1 jem
Box (Dusset 10 Pcs)	25 cm Polycarbonate
Deaga Kaja	1 Kartik (30 Pcs)
Estatasi	<ul style="list-style-type: none"> - 1 Box (1 Liter) - Blender (1 Liter) - Lain-lain (3 Liter)
Ong	125.000

Gambar 2.2.7.1 Penentuan Harga Pokok Produksi

Pada minggu ketujuh, kegiatan difokuskan pada proses perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan penyusunan estimasi penjualan produk *no bake cheesecake*. Tahapan ini merupakan bagian yang sangat penting dalam perencanaan keuangan karena berfungsi sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk dan strategi pemasaran yang akan diterapkan. Sebagai Chief Financial Officer (CFO) dalam tim, tanggung jawab utama pada minggu ini adalah memastikan bahwa seluruh perhitungan biaya dilakukan secara akurat dan mencerminkan kondisi keuangan yang realistik.

Langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi seluruh komponen biaya yang terlibat dalam proses produksi. Biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead yang berkaitan dengan proses produksi. Semua komponen biaya dihitung dengan cermat berdasarkan data riil dari riset harga pasar, sehingga hasil perhitungan

benar-benar mendekati kondisi aktual. Dalam proses ini, CFO juga melakukan peninjauan terhadap setiap bahan yang digunakan seperti keju krim, biskuit, susu, mentega, serta bahan tambahan lain untuk memastikan efisiensi penggunaan bahan baku tanpa mengurangi kualitas produk. Selain itu, biaya tenaga kerja yang dihitung mencakup waktu kerja efektif serta upah tenaga yang terlibat langsung dalam pembuatan produk. Biaya overhead seperti listrik, air, gas, serta penyusutan peralatan seperti mixer dan kulkas juga diperhitungkan agar nilai HPP yang dihasilkan benar-benar komprehensif dan mencerminkan seluruh komponen biaya produksi.

Setelah seluruh data dikumpulkan, dilakukan proses penghitungan total HPP untuk mengetahui biaya pokok per unit produk. Nilai ini kemudian menjadi dasar untuk menentukan harga jual produk dengan menambahkan margin keuntungan yang sesuai dengan target perusahaan dan daya beli pasar. Penetapan harga jual dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti kondisi persaingan di pasar, tren produk serupa, serta tingkat penerimaan harga oleh konsumen sasaran. Selanjutnya dilakukan estimasi penjualan dengan menganalisis hasil riset pasar yang telah dilakukan sebelumnya. Estimasi ini memperhitungkan potensi jumlah permintaan produk berdasarkan minat konsumen terhadap dessert modern, kecenderungan pembelian produk makanan ringan kekinian, serta pola konsumsi masyarakat pada segmen pasar menengah.

Hasil dari perhitungan HPP dan estimasi penjualan ini menjadi landasan utama bagi penyusunan strategi keuangan awal bisnis. Dengan adanya data tersebut, tim dapat mengetahui berapa besar biaya yang harus dikeluarkan, berapa margin keuntungan yang realistik untuk dicapai, serta bagaimana strategi penetapan harga dan volume produksi yang ideal. Secara keseluruhan, kegiatan pada minggu ketujuh ini memberikan gambaran menyeluruh tentang struktur biaya bisnis *no bake cheesecake* serta potensi keuntungan yang dapat diperoleh. Proses ini juga membantu tim dalam merancang perencanaan keuangan jangka

panjang agar bisnis dapat beroperasi secara efisien, kompetitif, dan berkelanjutan.

2.2.8 Pekan VIII (6–12 Oktober 2025): Pembuatan cash flow statement dan me-rekap semua pengeluaran untuk rnd

Tanggal	Keterangan	Uang Masuk	Uang Keluar	Saldo
1/10/25	Modal	Rp422.144		Rp422.144
1/10/25	Rose Brand Gula Halus		Rp14.344	Rp407.800
1/10/25	Nutrifarm Sari Lemon		Rp33.980	Rp373.820
1/10/25	Sendok Garpu		Rp19.564	Rp354.256
1/10/25	Food Box Stainless		Rp12.356	Rp341.900
1/10/25	Blue Band		Rp4.261	Rp337.639
1/10/25	Vanilla Extract		Rp23.187	Rp284.452
1/10/25	Lotus Biscoff		Rp69.695	Rp214.757
1/10/25	Wippy Cream		Rp38.892	Rp175.865
1/10/25	Botol Saos		Rp25.346	Rp150.519
1/10/25	Marie Regal		Rp10.261	Rp140.258
1/10/25	Anchor Butter		Rp63.418	Rp76.840
1/10/25	Prochiz Spready		Rp28.180	Rp48.660
1/10/25	Whipping Cream Richs Gold		Rp48.660	Rp0
14/1/00	Modal	Rp28.000		Rp28.000
15/1/00	Testing Competitor		Rp28.000	Rp0
16/1/00	Modal	Rp100.250		Rp100.250
17/1/00	Dessert Box 10 pcs		Rp22.500	Rp77.750
18/1/00	Wippy Cream		Rp31.900	Rp45.850
19/1/00	Marie Regal		Rp19.200	Rp26.650
20/1/00	Prochiz Spready		Rp26.650	Rp0
21/1/00	Modal	Rp300.000		Rp300.000
22/1/00	Custom Scoop Cake		Rp300.000	Rp0
23/1/00	Modal	Rp28.000		Rp28.000
24/1/00	Testing Competitor		Rp28.000	Rp0

Gambar 2.2.8.1 Pembuatan Laporan Keuangan / Cash Flow Statement

Pada minggu kedelapan, fokus kegiatan beralih pada penyusunan laporan arus kas (*cash flow statement*) dan rekapitulasi seluruh pengeluaran yang terjadi selama proses riset dan pengembangan bisnis. Tahap ini merupakan kelanjutan dari kegiatan sebelumnya, di mana setelah perhitungan HPP dan estimasi penjualan dilakukan, kini diperlukan pencatatan menyeluruh terhadap seluruh arus masuk dan keluar dana agar kondisi keuangan perusahaan dapat dipantau secara akurat dan transparan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui posisi keuangan terkini, memastikan efektivitas penggunaan dana, serta menjadi dasar evaluasi bagi pengambilan keputusan keuangan berikutnya.

Proses penyusunan laporan arus kas diawali dengan pengumpulan seluruh bukti transaksi keuangan yang terjadi selama periode pengembangan produk. Setiap transaksi dicatat secara rinci, baik berupa pengeluaran untuk pembelian bahan baku, pembayaran biaya operasional, transportasi, hingga biaya promosi dan administrasi. Semua data transaksi kemudian direkap dan disusun secara sistematis untuk menggambarkan pergerakan kas selama satu periode. Dalam laporan ini juga dicatat setiap dana yang masuk ke dalam bisnis, baik dari modal awal, penjualan produk percobaan, maupun bentuk pendanaan lainnya.

Melalui penyusunan laporan arus kas, tim keuangan dapat mengetahui kondisi likuiditas perusahaan, yaitu kemampuan bisnis untuk memenuhi kewajiban jangka pendek menggunakan kas yang tersedia. Laporan ini membantu dalam memantau bagaimana dana digunakan dan apakah penggunaannya sudah sesuai dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya. Apabila terdapat pengeluaran yang melebihi anggaran, tim dapat segera melakukan evaluasi dan menyesuaikan strategi pengeluaran agar tidak terjadi defisit kas. Selain itu, rekapitulasi pengeluaran juga menjadi dokumen pertanggungjawaban yang penting, karena mencerminkan transparansi dalam penggunaan dana dan membantu menilai efektivitas alokasi anggaran untuk kegiatan riset dan pengembangan.

Kegiatan pada minggu ini juga berperan dalam membangun budaya disiplin finansial dalam tim. Setiap anggota diajak untuk memahami pentingnya pencatatan keuangan yang rapi, tepat waktu, dan sesuai bukti transaksi. Dengan data keuangan yang lengkap, tim dapat melakukan analisis mendalam terhadap performa finansial, mengidentifikasi sektor mana yang menyerap dana terbesar, serta menentukan langkah strategis untuk penghematan biaya tanpa mengganggu kualitas produksi.

Hasil akhir dari kegiatan minggu kedelapan adalah laporan arus kas yang terperinci, yang berfungsi sebagai acuan dalam perencanaan keuangan berikutnya. Melalui laporan ini, bisnis dapat memantau keseimbangan antara

pendapatan dan pengeluaran, serta memastikan bahwa seluruh aktivitas operasional dan pengembangan produk berjalan secara efisien dan terkontrol. Dengan demikian, kegiatan penyusunan *cash flow statement* dan rekapitulasi pengeluaran ini tidak hanya menjadi bagian dari administrasi keuangan semata, tetapi juga merupakan alat penting untuk mengukur kesehatan keuangan bisnis secara keseluruhan serta menjamin keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

2.2.9 Pekan IX (20-26 Oktober 2025): Monitoring penjualan dan evaluasi penggunaan bahan baku

Kode Produk	Nama Produk	STOCK AVAIL	In			Used			Ending			In			Used		
			In	Used	Ending	In	Used	Ending	In	Used	Ending	In	Used	Ending	In	Used	Ending
Filling	Cream Cheese Viva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Rose Brand Onde Haten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Nutrefine Sari Lemon	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Wagyu Cream (Bubuk)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Base	Vanilla Extract	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Chocolate Extract	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Biscuit Unsweetened Anchor	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Blueberry Setaglass	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Topping	Mango Regal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Lotus Biscoff (Topping)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Whip Cream Caramel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Martha Crumble	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caramel Crumble	Caramel Crumble	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Gambar 2.2.9.1. Pembuatan Sistem Inventory Bahan Baku

Pada minggu kesembilan, kegiatan difokuskan pada pemantauan performa penjualan serta evaluasi penggunaan bahan baku dalam proses produksi. Tim melakukan pengumpulan data penjualan harian secara menyeluruh dari setiap kanal penjualan yang tersedia, baik dari pemesanan langsung maupun pre-order. Data yang dikumpulkan kemudian diolah untuk melihat tren penjualan, produk mana yang mengalami peningkatan permintaan, serta produk yang penjualannya menurun. Dari hasil analisis tersebut, diperoleh gambaran bahwa permintaan pada beberapa varian produk meningkat menjelang akhir bulan, sehingga diperlukan penyesuaian terhadap volume produksi dan pembelian bahan baku.

Selain itu, tim juga melakukan evaluasi terhadap efisiensi penggunaan bahan baku. Proses ini mencakup perbandingan antara bahan yang digunakan dengan output produk yang dihasilkan, untuk memastikan bahwa tidak terjadi pemborosan atau kelebihan bahan yang berpotensi menjadi waste. Jika ditemukan ketidaksesuaian, tim melakukan penyesuaian pada takaran bahan serta mengoptimalkan proses penyimpanan agar kualitas bahan tetap terjaga.

Dari sisi keuangan, minggu ini juga dilakukan pemantauan arus kas (cash flow) secara detail. Pencatatan dilakukan terhadap setiap transaksi keluar (cash out) seperti pembelian bahan, biaya operasional, transportasi, dan kebutuhan kemasan, serta transaksi masuk (cash in) dari hasil penjualan. Laporan arus kas kemudian dibandingkan dengan proyeksi awal untuk mengukur sejauh mana realisasi sesuai dengan rencana. Tim juga melakukan pembaruan pada data inventory agar stok bahan selalu terpantau dan siap untuk produksi minggu berikutnya.

Selain kegiatan administratif, dilakukan pula rapat internal kecil untuk mengevaluasi hasil penjualan minggu ini serta mendiskusikan strategi peningkatan efisiensi dan konsistensi rasa produk. Hasil rapat ini menjadi dasar bagi perencanaan minggu berikutnya, terutama untuk menghadapi akhir bulan dan mempersiapkan kebutuhan operasional bulan November.



2.2.10 Pekan X (27 Oktober - 2 November 2025): Menyusun Laporan Keuangan Bulan November

LAPORAN PENJUALAN PRE - ORDER BULAN NOVEMBER 2025							
Tanggal	Customer	Menu	Quantity	Harga	Total	Status	Tanggal Pengiriman
11/9/2025	Mardell Halim	Lotus Cheesecake	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	18/11/2025
11/9/2025	Arya Makrva	Lotus Cheesecake + Caramel Crumble	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	18/11/2025
11/9/2025		Lotus Cheesecake	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	
11/9/2025	Lizoni	Lotus Cheesecake + Caramel Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	17/11/2025
11/9/2025	Stefan	Lotus Cheesecake	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	
11/9/2025	Syifa Ardila	Lotus Cheesecake + Matcha Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	17/11/2025
11/9/2025	Brian Gustara	Lotus Cheesecake	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	18/11/2025
11/9/2025	Lucre	Lotus Cheesecake + Caramel Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	
11/9/2025	Nara	Lotus Cheesecake	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	17/11/2025
11/10/2025	Wang	Lotus Cheesecake	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	17/11/2025
10/11/2025	Luthfan	Lotus Cheesecake + Caramel Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	
11/11/2025	Nisa	Lotus Cheesecake + Matcha Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	15/11/2025
11/12/2025	Audi	Lotus Cheesecake + Caramel Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	
11/12/2025	Rayhan	Lotus Cheesecake	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	
11/12/2025		Lotus Cheesecake + Matcha Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	
11/12/2025	Herliansyah	Lotus Cheesecake + Caramel Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	
11/12/2025	Patrick	Lotus Cheesecake + Caramel Crumble	1	Rp38.000	Rp38.000	LUNAS ➔	
11/28/2025	Akodell	Lotus Cheesecake	1	Rp35.000	Rp35.000	LUNAS ➔	18/11/2025
11/13/2026	Brian	Lotus Cheesecake	2	Rp35.000	Rp70.000	*	
TOTAL						Rp806.000	

Gambar 2.2.10.1. Laporan Penjualan Pre - Order

Pada minggu kesepuluh, kegiatan difokuskan pada penutupan laporan keuangan bulan Oktober dan persiapan strategi operasional untuk memasuki bulan November. Seluruh data penjualan selama satu bulan dikompilasi dan dianalisis untuk mengetahui performa bisnis secara menyeluruh, termasuk produk dengan tingkat penjualan tertinggi, waktu penjualan paling ramai, serta faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan dan penurunan permintaan. Proses ini dilakukan dengan tujuan agar tim dapat memahami pola konsumsi pelanggan dan mengoptimalkan strategi penjualan ke depan.



OKTOBER 2025				
Tanggal	Keterangan	Uang Masuk	Uang Keluar	Saldo
1/10/25	Modal	Rp422.144		Rp422.144
1/10/25	Rose Brand Gula Halus		Rp14.344	Rp407.800
1/10/25	Nutrifarm Sari Lemon		Rp33.980	Rp373.820
1/10/25	Sentok Garpu		Rp19.564	Rp354.256
1/10/25	Food Box Stainless		Rp12.356	Rp341.900
1/10/25	Blue Band		Rp4.261	Rp337.639
1/10/25	Vanilla Extract		Rp53.187	Rp284.452
1/10/25	Lotus Biscoff		Rp69.695	Rp214.757
1/10/25	Wippy Cream		Rp38.892	Rp175.865
1/10/25	Betol Saes		Rp25.346	Rp150.519
1/10/25	Marie Royal		Rp10.261	Rp140.258
1/10/25	Anchor Butter		Rp63.418	Rp76.840
1/10/25	Prochiz Spready		Rp28.180	Rp48.660
1/10/25	Whipping Cream Rich Gold		Rp48.660	Rp0
14/10/00	Modal	Rp28.000		Rp28.000
15/10/00	Testing Competitor		Rp28.000	Rp0
16/10/00	Modal	Rp100.250		Rp100.250
17/10/00	Dessert Box 10 pcs		Rp22.500	Rp77.750
18/10/00	Wippy Cream		Rp31.900	Rp45.850
19/10/00	Marie Royal		Rp19.200	Rp26.650
20/10/00	Prochiz Spready		Rp26.650	Rp0
21/10/00	Modal	Rp300.000		Rp300.000
22/10/00	Custom Soap Cake		Rp300.000	Rp0
23/10/00	Modal	Rp28.000		Rp28.000
24/10/00	Testing Competitor		Rp28.000	Rp0
27/10/25	Modal	Rp279.738		
27/10/25	Keju Kraft 500 Gram		Rp55.222	Rp224.516
27/10/25	Cream Cheese Anchor 1 Kg		Rp186.130	Rp38.386
27/10/25	Wippy Cream		Rp30.731	Rp7.655
27/10/25	Wadah Stainless 650 ml		Rp7.655	Rp0
29/10/25	Modal	Rp103.800		
29/10/25	Topping Cheese		Rp56.400	Rp47.400
29/10/25	Topping Matcha		Rp47.400	Rp0

Gambar 2.2.10.2. Penutupan Laporan Keuangan Bulan Oktober

Selain itu, dilakukan rekapitulasi terhadap seluruh pengeluaran yang meliputi pembelian bahan baku, biaya operasional harian, pengemasan, transportasi, serta pengeluaran tambahan yang muncul selama periode Oktober. Melalui rekap ini, tim dapat mengetahui total pengeluaran dan membandingkannya dengan pendapatan yang diperoleh untuk menghitung laba kotor dan laba bersih. Hasil analisis menunjukkan sejauh mana efisiensi bisnis telah tercapai serta memberikan gambaran nyata mengenai kondisi arus kas (cash flow) usaha.

Dari sisi operasional, dilakukan pula pengecekan terhadap stok bahan baku dan perlengkapan produksi yang tersisa. Tim memastikan seluruh bahan masih layak digunakan dan melakukan pencatatan terhadap bahan yang perlu diisi ulang menjelang awal bulan baru. Selain itu, dilakukan juga pemeriksaan terhadap alat produksi untuk memastikan semuanya dalam kondisi baik agar proses pembuatan produk di minggu berikutnya dapat berjalan lancar tanpa hambatan teknis.

Menjelang akhir minggu, tim mengadakan rapat evaluasi bulanan untuk membahas hasil laporan keuangan, performa penjualan, serta tantangan yang dihadapi selama bulan Oktober. Rapat ini juga menjadi ajang diskusi untuk merumuskan langkah strategis yang akan diterapkan di bulan November, seperti rencana pengadaan bahan yang lebih efisien, pengembangan inovasi produk, dan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan adanya evaluasi menyeluruh ini, tim berharap dapat memperbaiki kekurangan yang ada serta memperkuat strategi bisnis agar kinerja usaha semakin optimal di bulan berikutnya.

2.2.11 Pekan XI (3 November - 9 November 2025): Pembayaran DP Tenant, Pembelian Bahan Baku & Alat, serta Penentuan Budgeting



Gambar 2.2.11.1. Pemilihan Stand Bazaar di Menara BP Jamsostek

Pada minggu ke-11, fokus utama kegiatan diarahkan pada persiapan bazaar sebagai strategi awal untuk memperkenalkan produk No-Bake Cheesecake kepada pasar secara langsung. Kegiatan dimulai dengan melakukan pembayaran *down payment* (DP) untuk penyewaan tenant bazaar. Langkah ini merupakan keputusan strategis karena bazaar dipilih sebagai media promosi yang efektif untuk membangun awareness, menguji respon konsumen secara real-time, serta memvalidasi rasa, harga, dan konsep branding sebelum melakukan produksi dalam skala lebih besar. Proses negosiasi dan pembayaran DP juga melibatkan analisis lokasi, jumlah pengunjung, durasi acara, serta estimasi potensi penjualan, sehingga keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan ketersediaan tempat tetapi juga potensi keuntungan terhadap perkembangan bisnis.

Setelah memastikan tenant bazaar, kegiatan berlanjut pada pembelian perlengkapan dan alat yang diperlukan untuk operasional selama event berlangsung. Pembelian ini mencakup kebutuhan produksi, *display*, dan kebutuhan pendukung lain yang menunjang tampilan booth agar profesional, menarik, dan sesuai dengan konsep brand. Pembelian peralatan ini dilakukan secara bertahap dan terencana agar tetap berada dalam batas anggaran yang sebelumnya telah ditetapkan, namun tetap memastikan kualitas yang mendukung kenyamanan produksi dan penyajian produk selama bazaar berlangsung. Pembelian ini juga menjadi bagian dari investasi jangka panjang karena alat yang diperoleh nantinya dapat digunakan kembali untuk event atau produksi berikutnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Invoice

MENARA BP JAMSOSTEK
AREA PARKIR LT. 1
25 - 28 NOV 2025
STAND NO A6 dan A7
Rp 1.600.000

DP saat booking Rp 800.000

Norek BCA atas nama Mira Vitriani 5660149688

Terima kasih kakak .. 

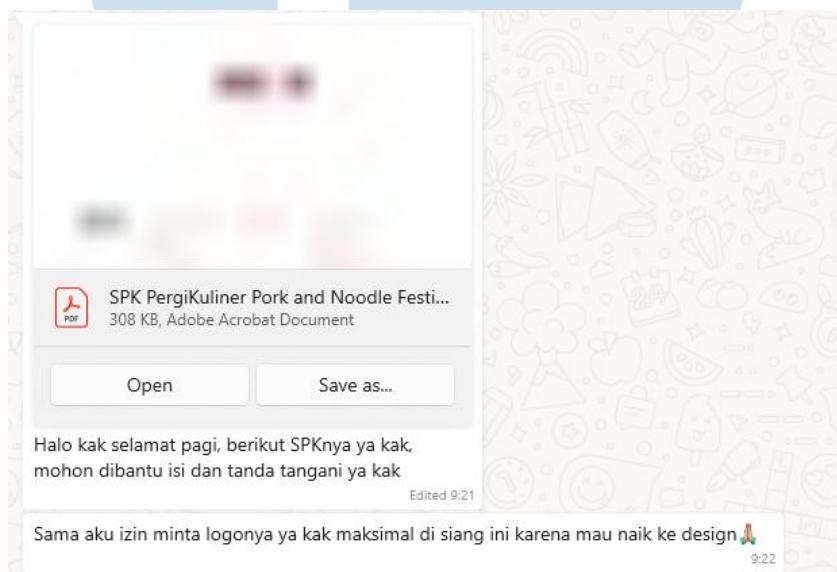
13:40

Gambar 2.2.11.2. Pembayaran DP Sewa Tenant Menara BP Jamsostek

Selain persiapan fisik dan operasional, minggu ini juga difokuskan pada penyusunan dan penentuan budgeting untuk pembuatan desain packaging hampers. Hal ini dilakukan karena bazaar yang akan diikuti tidak hanya berfungsi sebagai media penjualan reguler, tetapi juga sebagai momentum untuk menawarkan paket hampers sebagai salah satu strategi penjualan tambahan — terutama mengingat potensi event yang seringkali berdekatan dengan momen hari raya, gifting season, atau acara komunitas. Proses budgeting dilakukan dengan mempertimbangkan komponen seperti desain visual, ukuran kemasan, material, estetika sesuai brand identity, serta faktor biaya produksi dalam jumlah kecil maupun besar. Perhitungan ini dilakukan agar hasil akhir packaging tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga tetap efisien dari sisi biaya, mudah diproduksi, dan mampu mencerminkan karakter brand No-Bake Cheesecake yang premium, rapi, dan higienis.

Secara keseluruhan, minggu ke-11 merupakan tahap penting dalam mempersiapkan bisnis menuju langkah operasional pertama di lapangan. Seluruh kegiatan yang dilakukan tidak hanya bersifat teknis tetapi juga strategis karena menentukan kesiapan produk, brand, dan operasional menghadapi pasar langsung melalui bazaar. Tahap ini juga menjadi salah satu fondasi awal yang akan mengukur kesiapan bisnis sebelum masuk ke produksi rutin dan penjualan jangka panjang.

2.2.12 Pekan XII (3 November - 9 November 2025): Pencarian lokasi bazaar, pembelian perlengkapan bazaar, revisi HPP, perencanaan packaging 2026, dan pencatatan penjualan preorder



Gambar 2.2.12.1. Pencarian Lokasi Bazaar Mendatang Bulan November

Pada minggu ke-12, aktivitas saya lebih berfokus pada aspek analisis keuangan, perencanaan operasional, dan pendukung strategi pemasaran bisnis No-Bake Cheesecake untuk persiapan jangka pendek maupun jangka panjang. Sebagai CFO, saya turut berkolaborasi dengan Chief Marketing Officer (CMO) untuk melakukan pencarian lokasi bazaar yang berpotensi memberikan eksposur yang lebih besar bagi brand. Proses ini tidak hanya sekadar mencari tempat, tetapi juga

melibatkan analisis lingkungan seperti perkiraan jumlah pengunjung, segmentasi audiens, biaya sewa, reputasi event penyelenggara, serta potensi keuntungan berdasarkan data penjualan dari *pre-order* dan proyeksi pasar sebelumnya. Kerja sama ini menjadi bagian dari strategi ekspansi yang lebih sistematis untuk memaksimalkan peluang penjualan dan meningkatkan brand awareness dari waktu ke waktu.

Selain pencarian lokasi untuk event mendatang, saya juga melanjutkan pembelian beberapa perlengkapan tambahan yang diperlukan untuk operasional bazaar. Pembelian ini dilakukan agar seluruh kebutuhan teknis, estetika, serta kebutuhan penunjang penjualan sudah lengkap dan tidak menimbulkan hambatan menjelang pelaksanaan. Pada tahap ini, keputusan pembelian dilakukan dengan pertimbangan efisiensi anggaran serta kebermanfaatan jangka panjang, sehingga perlengkapan yang dipilih dapat digunakan kembali pada acara-acara selanjutnya.

HARGA POKOK PRODUKSI						
Menu : Lotus Cheesecake		Takaran	Satuan	Harga Bahan	Total Harga Bahan	
Filling						
1	Cream Cheese Viola	337	Gram ▾	Rp170	Rp57.290	
2	Rose Brand Gula Halus	23	Gram ▾	Rp26	Rp598	
3	Nutrifarm Sari Lemon	11	ML ▾	Rp66	Rp726	
4	Wippy Cream (Bubuk)	317	Gram ▾	Rp165	Rp52.305	
5	Vanilla Extract	11	ML ▾	Rp600	Rp6.600	
6	Air Mineral	905	ML ▾	Rp1	Rp953	
Base (Crust)						
1	Butter Unsalted Anchor	144	Gram ▾	Rp293	Rp42.163	
2	Bluebird Serbaguna	26	Gram ▾	Rp50	Rp1.300	
3	Marie Regal	460	Gram ▾	Rp102	Rp47.000	
Topping						
1	Lotus Biscoff (Topping)	163	Gram ▾	Rp205	Rp33.415	
2	Whippy Cream Cair	155	Gram ▾	Rp76	Rp1.1780	
Alat Bahan						
1	Alat Makan	1	Pcs ▾	Rp300	Rp300	
2	Korean Dessert Box	1	Pcs ▾	Rp2.250	Rp2.250	
3	Kantong Plastik (20x40)	1	Pcs ▾	Rp385	Rp385	
Biaya Lainnya						
1	Biaya Tenaga Kerja	1	-	Rp50.000	Rp50.000	
2	Biaya Listrik & Air	1		Rp3.135	Rp3.135	
3	Biaya Gas	1		Rp700	Rp700	
Harga Pokok Produk (1 Box)					Rp310.199	
Harga Pokok Produk Per Pcs					Rp15.510	
Harga Jual (<i>Pre-Order</i>)					Rp35.000	
Margin (<i>Pre-Order</i>)					Rp19.490	
Harga Jual (<i>Bazaar</i>)					Rp40.000	
Margin (<i>Bazaar</i>)					Rp24.490	

Gambar 2.2.12.2. Revisi HPP Setelah Melakukan R&D

Kegiatan penting lainnya adalah revisi HPP (Harga Pokok Produksi) berdasarkan bahan aktual yang telah digunakan setelah pelaksanaan R&D (Research and Development). Revisi ini dilakukan karena komposisi bahan, penggunaan alat, serta estimasi biaya pada saat awal seringkali berbeda dengan kondisi produksi setelah uji coba. Penyesuaian ini memastikan perhitungan HPP menjadi lebih akurat dan realistik sehingga dapat digunakan sebagai dasar penentuan harga jual, margin keuntungan, dan perencanaan produksi yang lebih matang ke depannya.

Cash Disbursement From Operating							
Pengadaan Bahan Baku	Rp3.500.000	Rp4.200.000	Rp10.488.000	Rp10.488.000	Rp10.488.000	Rp10.488.000	Rp10.488.000
Pembelian perlengkapan (bin, packaging, scoop, dll)	Rp2.500.000	Rp3.000.000	Rp8.400.000	Rp3.400.000	Rp3.400.000	Rp3.400.000	Rp3.400.000
Biaya RnD	Rp860.000						
Expedition Cost	Rp900.000	Rp2.200.000	Rp2.200.000	Rp2.250.000	Rp2.300.000	Rp2.300.000	Rp2.300.000
Total Cash Disbursement From Operating	Rp7.760.000	Rp9.400.000	Rp21.088.000	Rp16.088.000	Rp16.138.000	Rp16.188.000	Rp16.188.000

Gambar 2.2.12.3. Rencana Pembelian *Packaging* Januari 2026

Selain itu, pada minggu ini saya juga mulai menyusun rencana pembelian packaging untuk tahun 2026. Perencanaan ini dilakukan lebih awal untuk mengantisipasi kebutuhan bisnis yang kemungkinan meningkat setelah bazaar berjalan dan permintaan pasar mulai stabil. Dalam prosesnya, saya mempertimbangkan strategi pemesanan dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga yang lebih efisien, timeline pengiriman, jenis material yang sesuai dengan konsep brand, serta fleksibilitas desain yang dapat digunakan untuk berbagai varian produk ataupun edisi khusus.

Terakhir, saya mencatat penjualan dari sistem *pre-order* yang telah berjalan. Pendataan ini dilakukan secara terstruktur sebagai bagian dari pengelolaan laporan keuangan, pemantauan tren penjualan, serta evaluasi respons pasar terhadap produk sebelum debut di bazaar. Data penjualan tersebut juga menjadi dasar untuk memprediksi kebutuhan produksi, alokasi modal, serta strategi pemasaran selanjutnya.

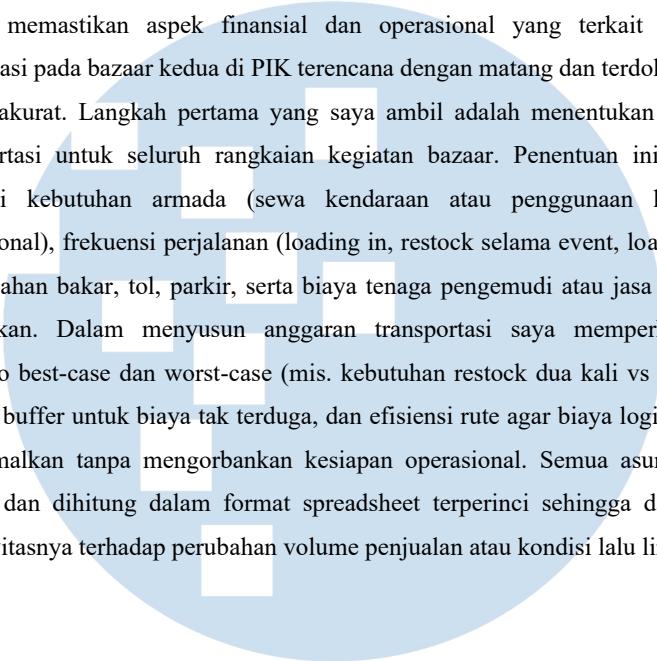
Secara keseluruhan, minggu ke-12 merupakan tahap penting dalam memantapkan fondasi finansial, operasional, dan strategi pemasaran bisnis menjelang peluncuran pada bazaar serta rencana operasional jangka panjang.

Kegiatan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada kebutuhan saat ini, tetapi juga diarahkan pada keberlanjutan bisnis agar dapat berkembang secara stabil dan terukur.

2.2.13 Pekan XIII (17 November – 23 November 2025): Budgeting transport bazaar, update laporan keuangan, DP bazaar PIK, kontrol booth, dan tanda tangan SPK

BIAYA TRANSPORT (BP JAMSOSTEK / TITIK KUMPUL MCD SINTA)	
Lalamove	Rp300.000
Parkir	Rp210.000
Bensin	Rp350.000
Tol	Rp102.000
Total	Rp962.000
Beban Amourre	Rp481.000
Beban Per Orang	Rp120.250
BIAYA TRANSPORT (PIK / TITIK KUMPUL MCD SINTA)	
Lalamove	Rp240.000
Parkir	Rp180.000
Bensin	Rp350.000
Tol	Rp102.000
Total	Rp872.000
Beban Amourre	Rp436.000
Beban Per Orang	Rp109.000

Gambar 2.2.13.1. Perencanaan Budgeting Transport



Pada minggu ke-13, fokus utama saya sebagai Chief Financial Officer adalah memastikan aspek finansial dan operasional yang terkait persiapan partisipasi pada bazaar kedua di PIK terencana dengan matang dan terdokumentasi secara akurat. Langkah pertama yang saya ambil adalah menentukan anggaran transportasi untuk seluruh rangkaian kegiatan bazaar. Penentuan ini meliputi estimasi kebutuhan armada (sewa kendaraan atau penggunaan kendaraan operasional), frekuensi perjalanan (loading in, restock selama event, loading out), biaya bahan bakar, tol, parkir, serta biaya tenaga pengemudi atau jasa kurir jika diperlukan. Dalam menyusun anggaran transportasi saya memperhitungkan skenario best-case dan worst-case (mis. kebutuhan restock dua kali vs tiga kali), alokasi buffer untuk biaya tak terduga, dan efisiensi rute agar biaya logistik dapat diminimalkan tanpa mengorbankan kesiapan operasional. Semua asumsi biaya dicatat dan dihitung dalam format spreadsheet terperinci sehingga dapat diuji sensitivitasnya terhadap perubahan volume penjualan atau kondisi lalu lintas.



NOVEMBER 2025				
No	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
6/11/25	Modal	Rp13.454		Rp13.454
6/11/25	Cetong Topping (3 Pcs)		Rp13.454	Rp0
8/11/25	Modal	Rp1.082.343		Rp1.082.343
8/11/25	Bin Topping (3 Pcs)		Rp138.256	Rp144.087
8/11/25	Lampu Sorot (4 Pcs)		Rp168.018	Rp776.069
8/11/25	Bin Cheesecake (3 Pcs)		Rp483.895	Rp292.174
8/11/25	Ice Pack (12 Pcs)		Rp139.791	Rp152.383
8/11/25	Standing Banner		Rp47.487	Rp104.896
8/11/25	Box Styrofoam		Rp95.126	Rp9.770
8/11/25	Infraseud		Rp9.770	Rp0
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp35.000		Rp35.000
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp73.000		Rp108.000
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp38.000		Rp146.000
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp35.000		Rp181.000
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp38.000		Rp219.000
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp35.000		Rp254.000
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp35.000		Rp289.000
9/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp38.000		Rp327.000
10/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp35.000		Rp362.000
10/11/25	Penjualan Pre-Order	Rp76.000		Rp438.000
10/11/25	Modal	Rp439.249		Rp877.249
10/11/25	Voya Cheesecake		Rp168.406	Rp708.843
10/11/25	Whipp Cream Cair		Rp46.742	Rp662.101
10/11/25	Lotus Biscoff		Rp71.605	Rp590.496
10/11/25	Anchor Unsalted Butter		Rp53.925	Rp536.571
10/11/25	Regal Marie (2 Pcs)		Rp41.022	Rp495.549
10/11/25	Whipp Cream Bubuk		Rp57.549	Rp438.000
11/11/25	Modal	Rp1.558.755		Rp1.996.755
11/11/25	Alat Makan		Rp60.676	Rp1.936.079
11/11/25	Packaging		Rp955.423	Rp980.656
11/11/25	Kantong Plastik		Rp92.656	Rp888.000
11/11/25	Pembayaran DP Bazaar Jamurstick		Rp400.000	Rp488.000
11/11/25	Terpal 3x3		Rp50.000	Rp438.000
11/11/25	Paritundan Bin Topping (lnkn stainless)	Rp138.256		Rp576.256
11/11/25	Modal (untuk tambah bin topping)	Rp5.244		Rp581.500
11/11/25	Pembelian Bin Topping (3 Pcs)		Rp143.500	Rp438.000

Gambar 2.2.13.2. Merekap Arus Kas Bulan November

Selanjutnya, saya melakukan rekap menyeluruh terhadap seluruh pengeluaran periode sebelumnya dan memperbarui laporan keuangan interim. Proses ini mencakup verifikasi bukti pembayaran, rekonsiliasi antara catatan kas kecil dan mutasi bank, pencocokan invoice supplier dengan penerimaan barang, serta penyesuaian jurnal yang diperlukan. Tujuan dari rekap ini adalah memastikan integritas data finansial sebelum melakukan alokasi anggaran baru; hasil rekap juga menjadi dasar untuk memutuskan apakah perlu mengalihkan dana antar pos

anggaran atau menahan beberapa pengeluaran non-kritis. Saya juga meng-update proyeksi arus kas mingguan dan bulanan setelah memasukkan komitmen DP yang baru serta perkiraan pemasukan dari pre-order dan estimasi penjualan bazaar pertama, sehingga manajemen memiliki gambaran likuiditas yang jelas menjelang event PIK.

Pada minggu ini saya juga menindaklanjuti pembayaran uang muka (DP) untuk partisipasi di event bazaar kedua di PIK. Proses pembayaran dilakukan setelah melalui pengecekan kontrak/SPK, verifikasi invoice resmi dari penyelenggara, dan validasi ketentuan (lama sewa, fasilitas yang disediakan, kebijakan pembatalan serta ketentuan tambahan seperti biaya listrik atau cleaning).

Pembayaran DP dicatat sebagai deposit/prepaid expense sampai event selesai, dan semua dokumen pendukung (kontrak, bukti transfer, email konfirmasi) dimasukkan ke folder audit projek. Sebagai bagian dari prosedur pengendalian internal, saya memastikan bahwa nomor rekening penerima sesuai dengan kontrak, bahwa nilai DP sesuai dengan kesepakatan yang tercatat, dan bahwa otorisasi pembayaran mengikuti approval matrix perusahaan.





Gambar 2.2.13.3. Mengontrol Proses Pembuatan Booth

Selain aspek keuangan, saya mengontrol proses pembuatan booth untuk bazaar, kegiatan yang memerlukan koordinasi lintas fungsi antara tim operasional, desainer booth, dan vendor pembuatan. Kontrol yang saya lakukan meliputi

pemeriksaan kesesuaian spesifikasi teknis booth dengan proposal desain (ukuran, material, branding, instalasi listrik), penjadwalan produksi dan pemasangan agar selaras dengan timeline event, serta verifikasi milestone pembayaran vendor (mis. DP pembuatan booth, termin pembayaran, bukti kerja). Saya juga meminta dokumentasi foto progres pembuatan dan draft layout pemasangan untuk memastikan hasil akhir sesuai citra brand dan aman untuk operasional penjualan. Dari sisi finansial, saya menilai apakah biaya pembuatan booth sejalan dengan anggaran yang telah disetujui serta melakukan negosiasi ulang jika ditemukan komponen biaya yang tidak efisien atau berpotensi membengkak.

Tahap akhir minggu ini adalah proses penandatanganan Surat Perjanjian Kerja (SPK) / kontrak dengan pihak penyelenggara bazaar PIK. Sebelum penandatanganan, saya memimpin review klausul-klausul penting seperti lingkup fasilitas, ketentuan force majeure, syarat pembatalan dan refund, tanggung jawab atas kerusakan, ketentuan asuransi, serta kewajiban pajak/retensi jika ada. Jika ditemukan klausul yang berisiko (mis. penalti berlebihan, klausul tanggung jawab tidak proporsional), saya mengusulkan amandemen atau mencatat mitigasi yang perlu diterapkan. Setelah SPK ditandatangani, saya memastikan bahwa salinan kontrak disimpan dalam sistem dokumentasi proyek dan bahwa schedule pembayaran (termasuk DP yang sudah diproses) tercatat dalam cashflow forecast sehingga tidak mengganggu likuiditas operasional.

Sepanjang minggu ini saya juga melakukan identifikasi risiko dan langkah mitigasinya: menyiapkan cadangan kas untuk menutup biaya tak terduga, menetapkan SOP penerimaan barang dan quality check untuk mencegah kerugian akibat barang rusak, memastikan vendor booth punya garansi kerja, dan menetapkan contact person yang jelas antara tim kami dan pihak penyelenggara. Selain itu saya menyusun daftar action items dan timeline terkait logistik, pemasangan booth, finalisasi menu dan price list untuk bazaar PIK, serta alokasi personel berdasarkan shift, semua dikomunikasikan ke tim operasional dan CMO untuk implementasi.

Sebagai output pada akhir minggu ke-13, saya menghasilkan dokumen berikut: anggaran transportasi terperinci dengan skenario sensitivitas; laporan keuangan interim yang telah direkap dan direkonsiliasi; bukti pembayaran DP yang terdokumentasi; laporan progres pembuatan booth lengkap dengan foto dan konfirmasi milestone vendor; serta salinan SPK yang telah ditandatangani beserta jadwal pembayaran yang dikonsolidasikan ke dalam proyeksi kas. Rekomendasi saya untuk minggu berikutnya meliputi finalisasi logistik loading plan, konfirmasi jadwal pemasangan booth onsite, validasi daftar barang dan stok akhir H-2 event, serta review kembali struktur harga jika ada perubahan biaya signifikan agar margin tetap terjaga.

2.2.14 Pekan XIV (24–30 November 2025): Rekap penjualan, pencatatan pengeluaran, pelaksanaan bazaar, dan penyusunan jadwal tim

Pada minggu ke-14, fokus utama saya sebagai CFO adalah melakukan pengelolaan keuangan dan pengawasan operasional terkait pelaksanaan bazaar pertama yang berlangsung di Menara Jamsostek. Kegiatan ini dimulai dengan proses loading in, yaitu mempersiapkan dan memindahkan seluruh peralatan, perlengkapan booth, bahan baku, serta sistem penjualan ke lokasi acara sesuai jadwal yang ditentukan penyelenggara. Pada tahap ini, saya memastikan bahwa biaya logistik, transportasi, dan tenaga operasional tercatat dengan baik agar seluruh transaksi yang terjadi selama proses persiapan berada dalam kontrol anggaran yang sebelumnya telah ditetapkan. Selama acara berlangsung, saya juga secara aktif memonitor pengeluaran operasional yang terjadi, seperti penambahan bahan baku, biaya transportasi tambahan, topping-up saldo e-wallet untuk kebutuhan transaksi digital, serta pengeluaran tidak terduga lainnya yang muncul selama operasional harian. Semua pengeluaran dicatat secara sistematis untuk memastikan laporan keuangan tetap akurat dan transparan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.2.14.1. Melakukan Pencatatan Laporan Penjualan

Selain mencatat pengeluaran, saya juga melakukan rekapitulasi penjualan harian untuk memantau performa penjualan dan arus kas secara real time selama bazaar berlangsung. Proses ini mencakup pencocokan data dari metode pembayaran yang digunakan, baik melalui tunai maupun pembayaran digital seperti QRIS dan e-wallet. Rekonsiliasi dilakukan untuk memastikan tidak terjadi selisih saldo, error input, ataupun transaksi yang belum tercatat. Dari data penjualan ini, saya mulai melakukan analisis awal terkait produk yang paling diminati, volume penjualan berdasarkan hari dan jadwal, serta perbandingan terhadap target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya. Informasi ini menjadi dasar evaluasi strategis untuk

pengambilan keputusan pada event bazaar berikutnya, termasuk terkait stok, harga, maupun strategi penjualan.

AMOURRE		SAB	MING	SEN	SEL	RAB	KAM	JUM	SAB	MING
No	Name	29	30	1	2	3	4	5	6	7
1	Marvel	ME	ME	OFF	OFF	ME	ME	OFF	ME	ME
2	Steve	ME	HALF	ME	OFF	OFF	OFF	ME	OFF	HALF
3	Rico	ME	ME	ME	OFF	ME	ME	OFF	ME	ME
4	Samuel	IZIN	OFF	ME	OFF	OFF	OFF	ME	OFF	OFF

Gambar 2.2.14.2. Membuat Penyusunan Jadwal Absensi untuk Bazaar

Pada tahap berikutnya, saya juga melakukan penyusunan dan penyesuaian jadwal kerja tim selama bazaar berlangsung untuk memastikan pembagian tugas berjalan seimbang, efektif, dan sesuai kapasitas setiap anggota tim. Penyusunan schedule ini memperhitungkan kebutuhan operasional di lokasi event, waktu istirahat tim, serta rotasi kerja agar operasional tetap berjalan maksimal tanpa mengurangi kualitas layanan. Proses penyusunan jadwal juga memperhitungkan waktu loading out setelah acara selesai, sehingga seluruh kegiatan mulai dari persiapan hingga pembongkaran booth dapat terlaksana secara tertib dan sesuai prosedur. Setelah acara selesai, dilakukan proses loading out yang mencakup packing peralatan, pencatatan kondisi aset, pemindahan barang kembali ke penyimpanan, serta memastikan bahwa tidak ada kerusakan atau kehilangan inventaris.

Sebagai penutup, seluruh data penjualan, pengeluaran, dokumentasi kegiatan, dan hasil operasional selama bazaar dikompilasi dan dirapikan untuk kemudian dipersiapkan masuk ke laporan resmi evaluasi event. Laporan ini akan menjadi acuan utama untuk analisis performa, pembelajaran operasional, serta perumusan strategi finansial dan eksekusi yang lebih efektif untuk event bazaar berikutnya.

MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani peran sebagai *Finance Officer* dalam pengelolaan keuangan bisnis Amourre, terdapat beberapa kendala yang mempengaruhi kelancaran pelaksanaan tugas. Salah satu kesulitan yang dihadapi adalah keterbatasan data keuangan pada awal periode kegiatan, di mana sebagian transaksi belum terdokumentasi secara teratur. Hal ini membuat proses pencatatan dan analisis keuangan memerlukan waktu lebih lama untuk memastikan data yang digunakan sudah akurat.

Tantangan lainnya muncul dalam proses penyesuaian sistem pencatatan keuangan agar sesuai dengan kebutuhan operasional bisnis. Penyesuaian ini membutuhkan koordinasi dengan divisi lain untuk menyamakan format laporan dan prosedur keuangan yang digunakan.

Selain itu, pengaturan waktu juga menjadi kendala, terutama ketika harus menyeimbangkan antara penyusunan laporan keuangan dan aktivitas operasional yang cukup padat. Meskipun demikian, berbagai kesulitan tersebut memberikan pengalaman berharga dalam meningkatkan kemampuan manajemen waktu, ketelitian dalam pencatatan keuangan, serta komunikasi dengan tim agar pengelolaan keuangan bisnis *Amourre* dapat berjalan lebih efektif.

2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul selama menjalankan peran sebagai *Finance Officer* dalam pengelolaan keuangan bisnis *Amourre*, beberapa langkah perbaikan telah dilakukan. Kendala terkait keterbatasan data keuangan

diatasi dengan melakukan pendataan ulang dan standarisasi format pencatatan agar seluruh transaksi tercatat secara konsisten dan mudah ditelusuri. Selain itu, dilakukan pembuatan arsip keuangan digital yang tersusun berdasarkan tanggal dan kategori transaksi untuk mempermudah proses pelaporan.

Dalam menghadapi kendala penyesuaian sistem pencatatan keuangan, solusi yang diterapkan adalah dengan melakukan evaluasi terhadap sistem yang sudah ada dan menyusun prosedur baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan operasional bisnis. Koordinasi rutin bersama divisi lain juga dilakukan untuk menyamakan persepsi terkait alur keuangan dan tanggung jawab masing-masing bagian.

Sementara itu, untuk mengatasi kendala pengaturan waktu dan koordinasi tim, diterapkan sistem penjadwalan kerja yang lebih terstruktur, termasuk pembagian prioritas tugas dan penetapan tenggat waktu yang realistik. Dengan langkah-langkah tersebut, proses pengelolaan keuangan menjadi lebih efisien, terorganisir, dan mampu mendukung stabilitas keuangan bisnis *Amourre* secara keseluruhan.

