

BAB II

PELAKSANAAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

Penulis bertanggung jawab sebagai *Chief Product Officer (CPO)* dalam pelaksanaan program Prostep di Universitas Multimedia Nusantara, khususnya PANIVIELAB. Dengan posisi tersebut, penulis bertanggung jawab dalam memastikan produksi roti sesuai dengan standar, melakukan uji coba produk, bekerjasama dengan Kevin Steven Kussoy selaku *Chief Operation Officer (COO)* untuk memastikan standar resep digunakan dalam produksi, mengatur inovasi *packaging* agar menarik dan relevan dengan *brand*, serta berkoordinasi dengan Maulana Rivai Mustapa selaku *Chief Executive Officer (CEO)* dan *Chief Marketing Officer (CMO)*, dan Stefany Elnick Ohello selaku *Chief Finance Officer (CFO)*.

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan
Selama Prostep

No.	Pekan	Proyek	Keterangan
<i>A. Ideating</i>			
1	1	<i>Brainstorming</i>	Penulis dan tim melakukan <i>brainstorming</i> dan saling berpendapat untuk membahas ide bisnis yang akan dijalankan
2		Eksplorasi Ide	Penulis dan tim masing-masing mengajukan ide produk yang ingin dijual kemudian melakukan <i>R&D</i> dan uji pasar sederhana dengan produk pertama
3			Penulis dan tim masing-masing mengajukan ide produk yang ingin dijual kemudian melakukan <i>R&D</i>

			dan uji pasar sederhana dengan produk kedua
4			Penulis dan tim masing-masing mengajukan ide produk yang ingin dijual kemudian melakukan <i>R&D</i> dan uji pasar sederhana dengan produk ketiga
5	2	<i>Design Thinking</i>	Penulis dan tim melakukan interview kepada beberapa pelanggan untuk mencari tahu kebutuhan dan permasalahan yang dialami pelanggan
6		<i>Finalize product</i>	Penulis dan tim membahas masalah konsumen yang ingin diselesaikan beserta solusi yang ingin diberikan melalui produk PANIVIELAB dan kemudian menentukan fokus bisnis yaitu produksi
7		<i>Prototype produk</i>	Penulis dan tim membuat versi awal produk berupa roti sehat dengan fermentasi alami sebagai bahan uji coba untuk mengecek tekstur, rasa, dan penampilan visual produk PANIVIELAB
8		MVP produk	Penulis dan tim membuat versi produk yang sederhana namun sudah dapat diuji oleh konsumen untuk mendapatkan pendapat konsumen terkait kualitas produk dan sejauh mana produk PANIVIELAB dapat diterima oleh pasar
9		Menentukan target komersial	Penulis dan tim berdiskusi untuk menentukan harga jual berdasarkan target penjualan yang ingin dicapai dalam sebulan
B. Research and Development			
1	1	Uji coba produk	Penulis melakukan riset produk sesuai dengan <i>trend</i> dalam bidang <i>Food and Beverages</i> dan melakukan uji coba produk untuk memastikan rasa, tekstur, dan tampilan produk
2	6	Desain label <i>packaging</i>	Penulis membuat desain untuk label <i>packaging</i> yang akan digunakan
3		Desain alas produk dalam <i>packaging</i>	Penulis mencari desain alas produk dalam <i>packaging</i> dan mencetaknya

			untuk menentukan desain yang cocok dengan warna dan desain label <i>packaging</i>
4	9	Uji coba produk	Penulis dan tim melakukan <i>R&D</i> produk kedua PANIVIELAB yaitu <i>sourdough</i> dengan harga yang terjangkau, namun masih belum berhasil
5	12		Penulis dan tim melakukan <i>R&D</i> produk kedua PANIVIELAB yaitu <i>sourdough</i> dengan harga yang terjangkau, namun masih dalam tahap finalisasi
C. Production and Selling			
1	4	Produksi <i>batch 1</i>	Penulis melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan kemudian dilanjutkan dengan tahap <i>baking</i>
2		Penjualan <i>batch 1</i>	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch 1</i> hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
3	6	Produksi <i>batch 2</i>	Penulis melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan kemudian adonan dibiarkan selama 4 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan sehabian di kulkas
4			Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan sehabian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i>
5		Penjualan <i>batch 2</i>	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch 2</i> hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
6		Produksi <i>batch 3</i>	Penulis melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan kemudian adonan dibiarkan selama 4 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan sehabian di kulkas
7			Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan sehabian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i>

8		Penjualan <i>batch</i> 3	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch</i> 3 hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
9		Evaluasi	Penulis memberikan evaluasi terhadap setiap produk yang dihasilkan dan turut memberikan solusi akan kendala yang dialami
10	11	<i>Feeding sourdough</i>	Penulis melakukan tahap <i>feeding sourdough</i> agar <i>sourdough</i> dapat tetap melakukan fermentasi alami dan mengembang
11		Produksi <i>batch</i> 4	Penulis melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan kemudian adonan dibiarkan selama 4 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas
12			Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan seharian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i>
13		Penjualan <i>batch</i> 4	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch</i> 4 hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
14		Produksi <i>batch</i> 5	Penulis melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan kemudian adonan dibiarkan selama 4 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas
15	12		Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan seharian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i>
16		Penjualan <i>batch</i> 5	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch</i> 5 hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
17		<i>Feeding sourdough</i>	Penulis melakukan tahap <i>feeding sourdough</i> agar <i>sourdough</i> dapat tetap melakukan fermentasi alami dan mengembang
18	13	Produksi <i>batch</i> 6	Penulis melakukan tahap <i>mixing</i> semua bahan yang digunakan hingga

			menjadi adonan kemudian adonan dibiarkan selama 5 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas sebelum proses <i>folding</i>
19		Produksi <i>batch</i> 6 dan 7	Penulis melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan kemudian adonan dibiarkan selama 4 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas dan penulis juga melakukan tahap <i>mixing</i> semua bahan yang digunakan hingga menjadi adonan kemudian adonan dibiarkan selama 5 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas sebelum proses <i>folding</i> pada <i>batch</i> selanjutnya
20			Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan seharian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i> sekaligus melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan untuk <i>batch</i> selanjutnya
21		Penjualan <i>batch</i> 6	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch</i> 6 hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
22		Produksi <i>batch</i> 7	Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan seharian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i>
23		Penjualan <i>batch</i> 7	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch</i> 7 hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
24		<i>Feeding sourdough</i>	Penulis melakukan tahap <i>feeding sourdough</i> agar <i>sourdough</i> dapat tetap melakukan fermentasi alami dan mengembang
25	14	Produksi <i>batch</i> 8	Penulis melakukan tahap <i>mixing</i> semua bahan yang digunakan hingga menjadi adonan kemudian adonan dibiarkan selama 5 jam di suhu ruang

			agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas sebelum proses <i>folding</i>
26		Produksi <i>batch</i> 8 dan 9	Penulis melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan kemudian adonan dibiarkan selama 4 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas dan penulis juga melakukan tahap <i>mixing</i> semua bahan yang digunakan hingga menjadi adonan kemudian adonan dibiarkan selama 5 jam di suhu ruang agar mengembang dan setelah itu didiamkan seharian di kulkas sebelum proses <i>folding</i> pada <i>batch</i> selanjutnya
27			Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan seharian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i> sekaligus melakukan tahap <i>folding</i> dan <i>shaping</i> adonan untuk <i>batch</i> selanjutnya
28		Penjualan <i>batch</i> 8	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch</i> 8 hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
29		Produksi <i>batch</i> 9	Penulis melakukan tahap <i>baking</i> setelah adonan didiamkan seharian di kulkas dan dilanjutkan dengan tahap mengisi <i>filling</i> ke dalam croissant yang telah dipanggang kemudian di <i>packing</i>
30		Penjualan <i>batch</i> 9	Penulis dan tim melakukan penjualan <i>batch</i> 9 hingga produk yang telah diproduksi habis terjual
D. Operational Reports			
1	4	Pembelian peralatan	Penulis membeli peralatan terutama <i>rolling pin</i> untuk kebutuhan dalam proses produksi
2	11	Pembelian bahan baku	Penulis membeli beberapa bahan yang digunakan untuk keperluan <i>feeding sourdough</i> dan pembuatan adonan, serta memastikan stok persediaan bahan tersebut

3	12	Pembelian bahan baku	Penulis membeli beberapa bahan yang digunakan untuk keperluan <i>feeding sourdough</i> dan pembuatan adonan, serta memastikan stok persediaan bahan tersebut
E. Mentoring			
1	3	Mentor internal	Penulis dan tim mengikuti sesi <i>mentoring</i> tahap 1 dengan topik “ <i>Mastering Your Entrepreneurial Finance-1</i> ” dengan Pak Arief sebagai mentor
2	4		Penulis dan tim mengikuti sesi <i>mentoring</i> tahap 2 dengan topik “ <i>Mastering Your Entrepreneurial Finance-2</i> ” dengan Pak Arief sebagai mentor
3	5		Penulis dan tim mengikuti sesi <i>mentoring</i> tahap 3 dengan topik “ <i>Mastering Your Entrepreneurial Finance-3</i> ” dengan Pak Arief sebagai mentor
4	6	Bimbingan	Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing yang membahas tentang produk, varian rasa, harga jual, target pelanggan, dan target penjualan
5	8		Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing yang membahas tentang <i>packaging</i> produk dan validasi pasar
6	10		Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing yang membahas tentang perkembangan produk, rencana <i>trial and error</i> produk baru, dan perkembangan laporan
7		Mentor eksternal	Penulis dan tim mengikuti sesi <i>mentoring</i> dengan Ibu Ilya selaku mentor eksternal PANIVIELAB yang diawali dengan pengenalan produk, <i>goals</i> yang ingin dicapai, dan <i>value</i> produk

8	11	Bimbingan	Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing yang membahas tentang perkembangan produk, rencana <i>trial and error</i> produk baru, dan perkembangan laporan
9			Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing yang membahas tentang rencana <i>trial and error</i> produk baru, perkembangan laporan, dan validasi pasar
10		Mentor eksternal	Penulis dan tim mengikuti sesi <i>mentoring</i> dengan Ibu Ilya selaku mentor eksternal PANIVIELAB yang diawali dengan menunjukkan <i>prototype</i> produk, <i>branding</i> yang menggambarkan produk, masukan terhadap produk PANIVIELAB, dan desain <i>packaging</i> PANIVIELAB
11	12	Bimbingan	Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing untuk review laporan Prostep yang difokuskan pada laporan keuangan
12		Mentor eksternal	Penulis dan tim mengikuti sesi <i>mentoring</i> dengan Ibu Ilya selaku mentor eksternal PANIVIELAB dimana pada sesi ini, Ibu Ilya meminta kami untuk mengupdate segala perkembangan bisnis kami hingga saat ini. Ibu Ilya juga memberikan beberapa masukan yang berguna untuk perkembangan bisnis kami kedepannya.
13	15	Bimbingan	Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing untuk review laporan Prostep yang difokuskan pada laporan keuangan secara keseluruhan
14			Penulis dan tim mengikuti bimbingan dengan Ibu

			Purnamaningsih selaku dosen pembimbing untuk review laporan Prostep terakhir sebagai persyaratan untuk <i>submit</i> sidang
--	--	--	---

2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja *Chief Product Officer*

2.2.1. *Ideating*

Dengan posisi sebagai *Chief Product Officer (CPO)*, penulis berperan dalam memastikan hasil produksi sesuai dengan standar. Menurut Asih dkk. (2024), manajemen produksi dalam sebuah perusahaan memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki untuk mengarahkan dan mengelola sumber daya manusia serta faktor-faktor produksi lainnya agar dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang diinginkan.

1. *Brainstorming* dan eksplorasi ide

Dalam konteks PANIVIELAB, penulis dan tim telah melakukan *brainstorming* dimana penulis dan tim saling bertukar ide dan pendapat untuk menentukan ide bisnis yang ingin dijalankan. Pada tahap ini, penulis dan tim masing-masing memberikan ide produk yang akan dijual, kemudian dari ide-ide tersebut, penulis dan tim melakukan percobaan penjualan hingga penulis dan tim memutuskan untuk menetapkan roti sebagai fokus utama bisnis yang akan dijalani dan sepakat untuk menjadikan PANIVIELAB sebagai nama *brand*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



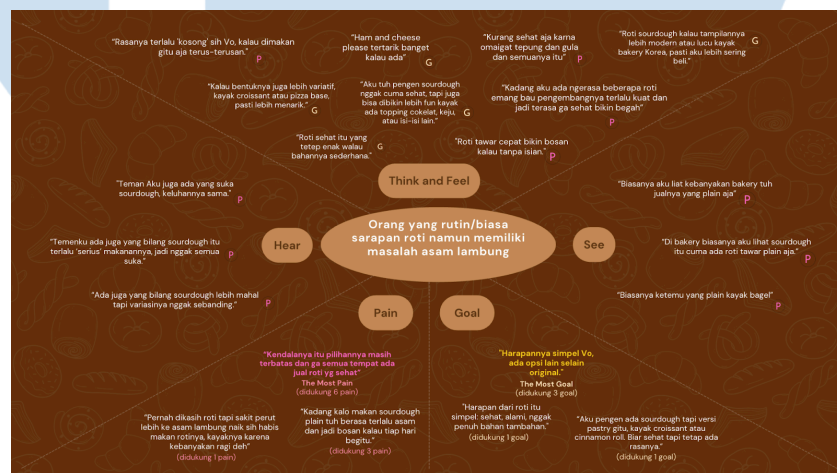
Gambar 2.1 Pertemuan perdana anggota PANIVIELAB

2. *Design Thinking*

Setelah menetapkan roti sebagai fokus utama bisnis PANIVIELAB, langkah selanjutnya yang penulis dan tim lakukan adalah melakukan survei awal untuk memahami preferensi konsumen terhadap produk roti. Penulis dan tim menyusun kuesioner menggunakan Google Form dan menyebarkannya kepada 20 responden dengan latar belakang yang beragam, agar dapat memperoleh gambaran yang lebih representatif mengenai kebutuhan dan selera pasar. Melalui survei ini, penulis dan tim berusaha mengidentifikasi berbagai aspek penting seperti jenis roti yang paling diminati, preferensi rasa dan tekstur, faktor pembelian utama, serta kebiasaan konsumsi roti sehari-hari. Hasil survei ini menjadi landasan awal bagi penulis dan tim dalam merancang strategi produk dan menentukan arah inovasi yang tepat agar roti yang kami kembangkan dapat menjawab kebutuhan konsumen secara nyata.

Setelah survei awal dilakukan, penulis dan tim melanjutkan kegiatan dengan mengelola data yang telah terkumpul sekaligus melakukan analisis mendalam untuk menentukan arah bisnis roti yang akan dikembangkan. Dari hasil pengolahan data terhadap 20 responden, penulis dan tim menemukan bahwa 65%

responden menyukai roti namun memiliki gangguan pencernaan seperti asam lambung dan GERD, sehingga mereka tidak bisa mengonsumsi sembarang jenis roti. Temuan ini menjadi *insight* penting bagi penulis dan tim bahwa ada peluang besar untuk menghadirkan produk roti yang aman dan nyaman dikonsumsi bagi penderita gangguan pencernaan. Sementara itu, 15% responden menyukai roti modern dengan tampilan menarik yang estetik dan bagus difoto, 15% lainnya menyatakan suka makan roti secara umum, dan 5% menyatakan tidak menyukai roti sama sekali. Berdasarkan hasil tersebut, penulis dan tim memutuskan untuk memfokuskan arah bisnis pada pengembangan roti sehat yang aman untuk pencernaan, namun tetap memiliki tampilan yang menarik dan sesuai dengan gaya hidup modern konsumen masa kini.



Gambar 2.2 *Empathy Map* PANIVIELAB



3. Finalize product

Berdasarkan temuan yang didapat, penulis dan tim membahas masalah konsumen yang ingin diselesaikan dan menentukan solusi yang ingin diberikan melalui produk PANIVIELAB yaitu dengan menghadirkan roti yang berbasis adonan *sourdough* yang merupakan hasil dari proses fermentasi alami ragi liar dan bakteri asam laktat tanpa tambahan ragi instan sehingga roti yang dihasilkan lebih sehat, mudah dicerna, dan bergizi dengan tekstur yang kenyal. Selain menjaga kesehatan pencernaan, roti *sourdough* juga dapat membantu mengontrol kadar

gula darah dimana proses fermentasi alami tersebut menurunkan indeks glikemik pada roti *sourdough* sehingga saat proses pencernaan, penyerapan karbohidrat menjadi lebih lambat yang tidak menyebabkan lonjakan gula darah (Alodokter, 2025).

4. *Prototype* produk

Selain masalah pencernaan, mayoritas responden juga memiliki masalah dimana responden tersebut merasa bahwa produk *sourdough* tidak bervariasi dan kurang menarik. Oleh karena itu, penulis dan tim memutuskan untuk memilih bentuk *croissant*. Hal ini dikarenakan tekstur *croissant* yang berlapis dan ringan sehingga lebih mudah dicerna dibandingkan roti konvensional. Roti dengan bentuk *croissant* juga memiliki daya tarik visual yang kuat yang identik dengan *premium bakery* dan estetika.

Your Target Customer	The WORTH Problem	Your SOLUTION Statement	Business Focus & Rationale
Orang yang rutin/biasa sarapan roti namun memiliki masalah asam lambung	Roti konvensional sering bikin begah atau asam lambung naik.	Menghadirkan roti <i>sourdough</i> dengan berbagai varian rasa, dibuat dengan fermentasi ragi, aman di perut, dan tidak bikin asam lambung	Fokus bisnis dipilih yaitu Produksi karena dengan memproduksi sendiri, kualitas bahan dan proses dapat dikontrol sepenuhnya sehingga roti yang dihasilkan benar-benar sehat, aman di perut, dan konsisten. Selain itu, produksi mandiri memberi fleksibilitas untuk menghadirkan berbagai varian rasa sesuai tren pasar, dan memperkuat diferensiasi brand.
Product Positioning: Good Grain Good Gain			
Prototype 		MVP 	

Gambar 2.3 *Prototype* dan MVP produk

5. MVP produk

Tahap selanjutnya yaitu MVP produk, dimana pada tahap ini penulis dan tim menentukan varian rasa dari produk PANIVIELAB. Penulis dan tim sepakat untuk menghadirkan 2 varian rasa yaitu *plain* dan *strawberry* dimana varian *plain* ditujukan kepada konsumen yang ingin menikmati roti *sourdough* dan memiliki fokus pada kesehatannya. Sedangkan, varian *strawberry* dipilih karena menjadi salah satu varian rasa yang telah teruji dan disukai konsumen. Berdasarkan alat

rasa Datassential (2025), stroberi berada di persentil ke-100 di antara semua makanan dan rasa, yang berarti disukai konsumen lebih dari 100% daripada semua produk lainnya.

6. Menentukan target komersial

Selanjutnya, penulis dan tim juga perlu menghitung harga pokok penjualan dan menentukan harga jual produk PANIVIELAB berdasarkan target penjualan yang ingin dicapai dalam setiap bulan. Pada tahap ini, penulis dan tim menentukan jumlah hari kerja dalam sebulan, kemudian penulis dan tim menghitung jumlah produk yang harus terjual dalam sebulan untuk mencapai target penjualan. Setelah itu, penulis dan tim membagi jumlah tersebut dalam jumlah hari kerja untuk mendapatkan jumlah produk yang harus dijual dalam sehari.

2.2.2. Research and Development

1. Uji coba produk

Setelah melewati berbagai proses, penulis dan tim masuk ke dalam proses *Research and Development* dimana penulis dan tim melakukan riset terkait produk yang sedang tren dalam pasar hingga akhirnya penulis dan tim memutuskan untuk memproduksi roti berbasis *sourdough*. Selanjutnya, penulis dan tim melakukan *interview* terhadap beberapa orang seputar roti berbasis *sourdough*. Berdasarkan hasil *interview* yang dilakukan, hampir semua responden mengatakan bahwa roti *sourdough* terasa membosankan dikarenakan roti *sourdough* yang sering ditemui di toko roti hanya memiliki varian *plain*. Oleh karena itu, penulis dan tim mencari ide agar masalah tersebut dapat diselesaikan sehingga penulis dan tim memiliki ide untuk memproduksi roti *sourdough* dalam bentuk *croissant*. Setelah itu, penulis dan tim melakukan *trial and error* produk yang ingin dijual. Pada tahap *Research and Development (R&D)* pertama dan kedua, penulis dan tim melakukan uji coba memproduksi *croissant* yang berbasis *sourdough* berdasarkan resep yang penulis dan tim peroleh dari hasil riset secara daring. Pada tahap ini, penulis dan tim mendapatkan banyak pelajaran dimana awalnya penulis dan tim

belum pernah membuat roti yang berbasis *sourdough* sebelumnya. Produk awal penulis dan tim yaitu *sourdough croissant* dengan isian *whipping cream* rasa stroberi.



Gambar 2.4 Hasil uji coba produk tahap pertama

Setelah melalui proses *Research and Development (R&D)* tahap pertama dan kedua, penulis dan tim sadar bahwa produk PANIVIELAB masih banyak kurangnya dari segi visual dimana bentuknya belum menyerupai *croissant*, matang kurang merata, dan ukurannya yang terlihat kecil. Namun, penulis dan tim tidak menyerah begitu saja. Penulis dan tim terus melakukan proses *Research and Development (R&D)* untuk mengidentifikasi penyebab dari masalah yang dihadapi serta mencari cara untuk mengatasi masalah tersebut.



Gambar 2.5 Proses *baking* adonan tahap R&D kedua

Setelah melalui berbagai proses *Research and Development*, penulis dan tim menemukan bahwa produk PANIVIELAB khususnya *sourdough croissant* memerlukan proses pembuatan *sourdough croissant* diawali dengan tahap *mixing* adonan dan harus didiamkan 1 malam di dalam lemari pendingin. Kemudian, dilanjutkan dengan proses *folding* dimana diperlukan tiga kali proses *folding* agar adonan memiliki *layer*. Setelah tahap *folding*, adonan juga perlu di diamkan di suhu ruang selama sekitar 4 sampai 5 jam agar adonan mengembang sebelum dimasukkan ke dalam lemari pendingin. Terakhir, adonan memasuki proses *baking* dengan suhu 150 hingga 180 derajat celcius dengan api atas dan bawah. Dari proses yang telah dilalui tersebut, penulis dan tim menyimpulkan bahwa diperlukan proses produksi selama 3 hari (1 hari proses *mixing* adonan, 1 hari proses *folding* dan *shaping* adonan, dan 1 hari proses *baking* dan mengisi *filling* ke dalam adonan).

Penulis dan tim juga memulai proses *Research and Development (R&D)* untuk produk kedua PANIVIELAB dengan harga yang lebih terjangkau. Penulis dan tim terus melakukan proses *Research and Development (R&D)* berkali-kali untuk mencapai hasil produk yang diinginkan. Pada tahap ini, kami mengalami beberapa kendala dimana produk kedua PANIVIELAB ini masih belum berhasil. Namun, penulis dan tim tidak menyerah akan hal tersebut dan terus berusaha mencari cara untuk mengembangkan produk tersebut. Pada proses *Research and Development (R&D)* pertama, produk yang dihasilkan agak keras dan tidak sesuai dengan hasil yang diinginkan.



Gambar 2.6 Hasil uji coba produk kedua PANIVIELAB

2. Desain label *packaging*

Selain memperbaiki visualisasi produk, penulis dan tim juga perlu menentukan *packaging* yang cocok untuk digunakan dan menggambarkan *brand* PANIVIELAB. Dimana pada tahap awal penjualan, penulis dan tim masih menggunakan stiker yang dibeli di *e-commerce* dengan desain yang bertuliskan kata “Thank You” tanpa *branding* PANIVIELAB. Selanjutnya, penulis dan tim mulai memikirkan ide desain label *packaging* yang dapat menggambarkan *brand* PANIVIELAB. Penulis juga ikut berkontribusi dalam membuat desain label *packaging brand* tersebut. Namun, penulis menyadari bahwa desain label *packaging* PANIVIELAB yang telah dibuat masih seadanya dan kurang menarik.

2.2.3. *Production and Selling*

1. Produksi

Dalam proses produksi, penulis telah menjalankan tanggung jawab dalam memastikan hasil produksi yang sesuai dengan standar dan resep produk, memastikan desain label yang digunakan menarik, cocok dengan *packaging*, dan sesuai dengan identitas *brand*, serta memastikan hasil produksi tetap konsisten dan tidak berubah terlalu signifikan. Selain itu, penulis juga melakukan *quality control* dengan memastikan kebersihan dan higienisasi saat proses produksi. Hal ini penulis lakukan dengan selalu mencuci tangan sebelum menyentuh adonan.

Tahap produksi diawali dengan proses *Research and Development (R&D)* dimana penulis dan tim melakukan uji coba produksi produk PANIVIELAB. Setelah melewati beberapa kali proses proses *Research and Development (R&D)*, penulis dan tim mulai memproduksi produk PANIVIELAB untuk dijual. Proses produksi ini terdiri dari beberapa tahapan, diantaranya tahap *mixing* adonan, *lamination*, *folding*, *shaping*, *proofing*, dan *baking* dengan total proses produksi selama 3 hari. Penulis dan tim perlu menentukan tanggal untuk menjual produk terlebih dahulu agar dapat mempersiapkan waktu untuk proses produksi.

Proses produksi sendiri dimulai dari tahap *mixing* adonan yaitu dengan menggabungkan seluruh bahan yang digunakan untuk membuat adonan. Setelah adonan sudah terbentuk, selanjutnya adonan dibiarkan di suhu ruang selama kurang lebih 5 jam kemudian dimasukkan ke dalam lemari pendingin dan dibiarkan semalaman. Pada hari kedua proses produksi, penulis dan tim melakukan tahap *lamination*, *folding*, *shaping*, dan *proofing* adonan dimana adonan yang sudah didiamkan semalaman di lemari pendingin didiamkan kembali di suhu ruang untuk masuk ke tahap *lamination*. Pada tahap *lamination*, adonan dilapisi dengan mentega. Kemudian adonan masuk ke tahap *folding* sebanyak tiga kali dengan melakukan teknik *double folding* dan *single folding*. Setelah tiga kali tahap *folding*, kemudian adonan di *rolling* secara merata sebelum masuk ke tahap *shaping* dimana pada tahap ini adonan akan dibagi menjadi beberapa bagian sama rata agar saat proses *shaping* ukuran adonan tidak berbeda-beda. Setelah membagi adonan menjadi beberapa bagian sama rata, kemudian penulis mulai melakukan tahap *shaping* dengan membentuk adonan menjadi bentuk *croissant* dan dilanjutkan ke tahap *proofing* dimana adonan didiamkan di suhu ruang selama 4 jam agar ragi alami dalam *sourdough* dapat bekerja menghasilkan gas sehingga adonan mengembang dan kemudian dimasukkan ke lemari pendingin dan didiamkan semalaman. Setelah adonan didiamkan semalaman di lemari pendingin, selanjutnya adonan masuk ke tahap *baking*. Namun sebelum itu, adonan akan dioles dengan campuran telur dan *whipping cream* dengan tujuan agar permukaan adonan roti berwarna keemasan yang cantik dan menarik secara visual.



Gambar 2.7 Proses *baking* adonan

2. *Selling*

Penulis dan tim melakukan proses penjualan dengan sistem *pre-order*. Dengan sistem ini, penulis dan tim dapat memperkirakan banyaknya jumlah *sourdough croissant* yang harus diproduksi dalam 1 *batch*. Hal ini juga berfungsi agar tidak ada produk yang terbuang dalam *batch* tersebut. Penulis dan tim juga beberapa kali melakukan penjualan dengan cara turun langsung ke beberapa tempat seperti di Universitas Multimedia Nusantara, bubaran Gereja Katolik Santa Laurensius, dan bubaran Gereja Katolik Santa Perawan Maria yang bisa menjadi target pasar PANIVIELAB.



Gambar 2.8 Penjualan produk di Universitas Multimedia Nusantara

Dari proses penjualan yang telah dilakukan, penulis dan tim juga menemukan bahwa masih banyak konsumen yang belum mengenal *sourdough*.

3. Evaluasi

4. *Feeding Sourdough*

27

kali lipat saat didiamkan di suhu ruang. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bahwa *starter sourdough* masih aktif dan dapat digunakan.

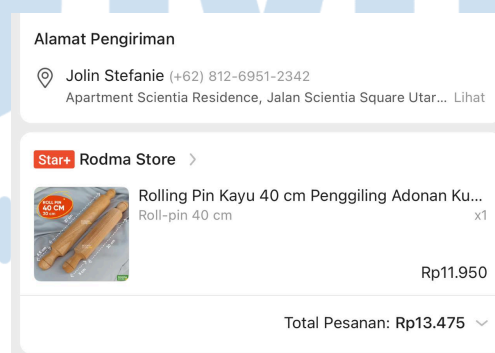


Gambar 2.10 *Starter sourdough*

2.2.4. Operational Reports

1. Pembelian peralatan

Untuk mendukung dan mempermudah proses produksi, penulis membeli peralatan yang dapat digunakan dalam jangka panjang selama proses produksi berupa *rolling pin*. Dengan adanya peralatan tersebut, diharapkan dapat mempermudah pekerjaan penulis dalam proses produksi dimana awalnya penulis hanya menggunakan peralatan yang ada untuk melakukan tahap *folding* dalam proses produksi.



Gambar 2.11 Bukti pembelian peralatan

2. Pembelian bahan baku

Pada awal bulan November, penulis turut membantu *Chief Operation Officer (COO)* dalam tahap *feeding sourdough* sehingga penulis juga membutuhkan beberapa bahan baku yang diperlukan untuk proses tersebut. Selain melakukan pembelian bahan baku untuk keperluan *feeding sourdough*, penulis juga memastikan stok persediaan bahan baku tersebut cukup untuk digunakan dan melakukan pembelian lagi ketika stok persediaan sudah hampir habis.



Gambar 2.12 Bukti pembelian bahan baku

2.2.5. Mentoring

1. Mentor internal

Selama pelaksanaan Prostep, penulis mengikuti sesi bimbingan dan *mentoring* untuk mendapatkan saran dan masukan agar bisnis PANIVIELAB dapat berkembang baik dari segi perencanaan, produksi, keuangan, dan sebagainya. Penulis meminta saran dari Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing terkait produk yang penulis dan tim jual dan *packaging* yang akan penulis dan tim gunakan. Dengan adanya saran dan masukan tersebut, penulis dan tim mendapatkan *insight* sehingga PANIVIELAB dapat semakin berkembang.

Pada pekan ketiga, penulis dan tim mengikuti *mentoring* dengan Pak Arief sebagai mentor yang menjelaskan terkait pentingnya financial planning dalam bisnis pada sesi pertama. Pada sesi ini, saya mempelajari tentang dasar-dasar keuangan dalam berbisnis seperti apa saja yang harus kita perhatikan selama berbisnis, perencanaan dan analisis keuangan, serta mengetahui manfaat dari setiap aspek keuangan dalam berbisnis. Materi yang dibawakan tersebut sangat berguna dimana penulis dan tim bisa mengimplementasikan apa yang sudah penulis dan tim pelajari ke dalam bisnis yang sedang penulis dan tim jalani.



Gambar 2.13 *Mastering Your Entrepreneurial Finance - 1*

Pada pekan keempat, penulis dan tim mengikuti *mentoring* dengan Pak Arief sebagai mentor yang menjelaskan materi terkait jenis-jenis laporan keuangan dimulai dari laporan pengeluaran dan pemasukan harian, laporan jurnal, laporan buku besar, laporan laba rugi, neraca saldo, laporan arus kas, laporan hutang, laporan inventaris, dan laporan pajak. Pada sesi ini, Pak Arief juga menjelaskan cara menyusun laporan-laporan tersebut. Dengan adanya penjelasan terkait laporan-laporan keuangan tersebut dapat memudahkan penulis dan tim dalam membuat perencanaan keuangan dalam bisnis penulis dan tim dan memantau arus

is penulis dan tim, serta dapat menentukan harga jual berdasarkan biaya produksi yang telah dihitung.



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.15 *Mastering Your Entrepreneurial Finance - 3*

2. Bimbingan

Penulis dan tim juga mengikuti sesi bimbingan dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing PANIVIELAB. Pada pertemuan pertama, penulis dan tim memperkenalkan bisnis yang sedang penulis dan tim kembangkan, mulai dari latar belakang ide, target pasar, hingga konsep produk yang telah melalui tahap riset dan *Research and Development (R&D)*. Penulis dan tim juga memaparkan secara singkat mengenai fokus bisnis penulis dan tim di bidang *Food and Beverage (F&B)*, khususnya roti sehat berbasis fermentasi alami yang ramah bagi pencernaan. Setelah itu, Bu Ning selaku pembimbing memberikan sejumlah tanggapan dan masukan yang sangat membangun. Salah satu poin penting yang beliau sampaikan adalah perlunya melakukan revisi pada bagian positioning agar lebih jelas dan relevan dengan karakter produk serta segmen pasar yang penulis dan tim tuju. Beliau menekankan bahwa positioning harus mampu mencerminkan nilai unik dari produk penulis dan tim sekaligus menjadi pembeda yang kuat dari kompetitor di industri roti. Pertemuan ini menjadi awal yang positif bagi penulis dan tim karena memberikan arah yang lebih terarah dalam menyempurnakan strategi branding dan komunikasi bisnis kedepannya.

Pada pertemuan kedua dengan Ibu Purnamaningsih selaku dosen pembimbing, penulis dan tim membahas aspek branding, dengan fokus utama pada elemen

kemasan produk (*packaging*). Dalam sesi ini, penulis dan tim membawa beberapa *prototype* desain kemasan yang telah penulis dan tim siapkan untuk diperlihatkan dan mendapatkan masukan dari Bu Ning dengan tujuan untuk memastikan bahwa desain kemasan yang dibuat mampu merepresentasikan identitas brand secara visual, terutama dalam hal pemilihan warna, tipografi, dan elemen desain lainnya. Penulis dan tim juga mendiskusikan bagaimana kemasan dapat berfungsi bukan hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang menarik perhatian konsumen dan memperkuat citra brand di pasaran. Melalui diskusi ini, penulis dan tim memperoleh *insight* berharga mengenai pentingnya kesesuaian antara warna kemasan dan positioning merek, agar keduanya saling mendukung dalam menciptakan persepsi yang konsisten di benak konsumen. Pertemuan ini membantu penulis dan tim memperjelas arah pengembangan branding sebelum melangkah ke tahap finalisasi desain kemasan.



Gambar 2.16 Bimbingan dengan dosen pembimbing

Pada pertemuan ketiga bersama pembimbing, penulis dan tim memanfaatkan sesi ini untuk melakukan sharing perkembangan dan kendala yang penulis dan tim alami selama proses pembangunan bisnis. Penulis dan tim menjelaskan perkembangan yang telah dicapai, mulai dari hasil uji produk, perbaikan

branding, hingga persiapan menuju produksi lanjutan. Selain itu, penulis dan tim juga terbuka menyampaikan beberapa kendala yang dihadapi, seperti pembagian waktu antar anggota tim, proses pengadaan bahan, serta penyesuaian strategi pemasaran yang masih perlu diperkuat. Bu Ning memberikan tanggapan dan arahan yang sangat membantu, terutama dalam hal menjaga koordinasi tim agar setiap anggota dapat berkontribusi secara optimal sesuai perannya. Pada sesi ini, penulis dan tim juga melakukan revisi proposal Bab 2, khususnya pada bagian pembagian peran masing-masing anggota tim, sesuai dengan masukan dari Bu Ning agar struktur tanggung jawab lebih jelas dan proporsional. Pertemuan ini menjadi kesempatan penting bagi penulis dan tim untuk memperbaiki aspek internal tim sekaligus memastikan proposal bisnis penulis dan tim lebih sistematis dan terarah.

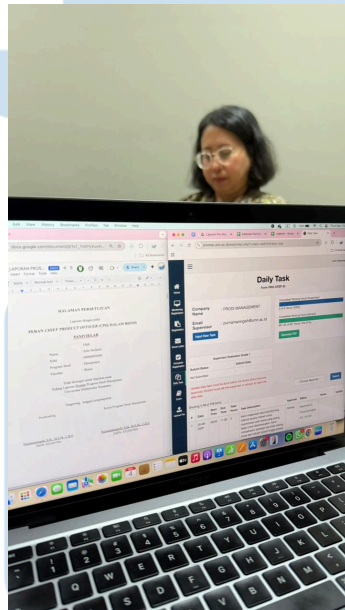
Pada pertemuan keempat bersama pembimbing, penulis dan tim membahas tentang perkembangan produk, rencana *trial and error* produk baru, dan perkembangan laporan. Pada sesi ini, penulis dan tim menceritakan proses *trial and error* produk baru PANIVIELAB yang masih belum berhasil. Selain itu, penulis dan tim juga meminta saran terkait perkembangan produk PANIVIELAB.

Pada pertemuan kelima bersama pembimbing, penulis dan tim kembali membahas tentang rencana *trial and error* produk baru dan perkembangan laporan. Selain itu, pada pertemuan ini penulis dan tim juga membahas tentang rencana validasi pasar yang akan dijalankan untuk menguji target penjualan produk PANIVIELAB.

Pada pertemuan keenam bersama pembimbing, penulis dan tim melakukan review terhadap laporan Prostep yang telah penulis dan tim buat. Namun, pada pertemuan ini, perkembangan laporan difokuskan pada laporan keuangan yang dapat dibilang cukup krusial. Dari pertemuan ini, penulis dan tim mendapat banyak revisi terkait laporan keuangan yang telah dibuat. Dengan adanya revisi tersebut, sangat membantu penulis dan tim untuk memperbaiki segala kesalahan yang telah dibuat agar PANIVIELAB dapat berkembang lebih baik lagi kedepannya.

Pada pertemuan ketujuh bersama pembimbing, penulis dan tim kembali melakukan review terhadap laporan Prostep yang telah direvisi secara keseluruhan dimana pada pertemuan ini Ibu Purnamaningsih selaku pembimbing sekaligus menilai laporan Prostep yang telah penulis dan tim buat. Selain itu, penulis dan tim juga mendapatkan beberapa masukan yang dapat diimplementasikan dalam perkembangan bisnis PANIVIELAB.

Pada pertemuan kedelapan bersama pembimbing, penulis dan tim melakukan review terakhir terhadap laporan Prostep yang telah dibuat. Pada sesi ini, Ibu Purnamaningsih selaku pembimbing menilai laporan Prostep masing-masing penulis dan tim secara keseluruhan serta melakukan *approval* dari setiap kegiatan yang telah penulis dan tim lakukan dan *submit* ke dalam Prostep sebagai bukti kegiatan yang telah dilakukan serta sebagai salah satu syarat untuk mengikuti sidang Prostep.



Gambar 2.17 Bimbingan terakhir sebelum sidang Prostep

3. Mentor eksternal

Penulis dan tim juga mengikuti sesi *mentoring* dengan Ibu Ilya selaku mentor eksternal. Pada pertemuan pertama, penulis dan tim memperkenalkan bisnis yang

sedang penulis dan tim kembangkan, mulai dari latar belakang ide, target pasar, hingga konsep produk yang telah melalui tahap riset dan *Research and Development (R&D)*, serta *value* dari produk PANIVIELAB. Namun pada pertemuan pertama ini, penulis dan tim belum membawa *prototype* produk PANIVIELAB, sehingga penulis dan tim berdiskusi dengan Ibu Ilya selaku mentor terkait gambaran besar produk dan *goals* yang ingin dicapai.



Gambar 2.18 Sesi *mentoring* bersama Ibu Ilya

2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama proses *Research and Development (R&D)*, penulis dan tim menemukan kendala berupa visualisasi yang masih kurang menarik dan ukuran produk yang tidak konsisten setelah dipanggang. Hal ini dikarenakan adonan yang tidak didiamkan selama 4 sampai 5 jam di suhu ruang setelah proses *folding* dan tebal adonan yang tidak merata saat melakukan proses *rolling* dengan alat seadanya sehingga terjadi perbedaan ukuran saat adonan dibentuk dan mengembang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.19 Visualisasi produk yang tidak didiamkan di suhu ruang

Selama proses *Research and Development (R&D)*, penulis dan tim menemukan beberapa kendala, namun penulis dan tim segera mencari cara untuk mengatasi kendala tersebut sehingga produk PANIVIELAB terus berkembang dengan baik seiring berjalannya waktu. Hal ini dapat dibuktikan dimana awalnya produk PANIVIELAB masih kurang dari segi visual, namun setelah melewati berbagai proses *Research and Development (R&D)*, visualisasi dari produk PANIVIELAB menjadi semakin bagus dan terlihat menarik.

Selain itu, terdapat juga kendala lain seperti harga jual yang tinggi sehingga produk yang penulis dan tim hasilkan agak sulit untuk dijual. Menurut konsumen, roti dengan bentuk *croissant* tidak cocok untuk dijadikan sarapan setiap hari terutama dengan harga jualnya yang cukup tinggi sehingga hanya cocok untuk dijadikan cemilan yang dibeli ketika ada keinginan saja.

2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang dialami, terdapat beberapa solusi yang penulis temukan. Penulis mengajukan ide untuk membeli *rolling pin* sebagai alat yang akan digunakan selama produksi agar dapat menghasilkan adonan yang lebih rapi dan konsisten dengan menggunakan kekuatan tenaga yang sama sehingga ketebalan adonan yang dihasilkan juga tidak berbeda jauh antar setiap potongan. Penulis dan tim juga mengidentifikasi masalah yang menjadi penyebab adonan tidak mengembang. Setelah menemukan solusinya, penulis dan tim mulai menerapkan proses adonan yang harus didiamkan selama 4 hingga 5 jam pada suhu ruang agar adonan dapat mengembang sebelum dimasukkan ke lemari pendingin. Setelah menerapkan proses tersebut, produk mengembang dengan sangat baik dan terlihat lebih menarik. Penulis juga mencari resep produk baru yang dapat dijual dengan harga terjangkau bersama *Chief Operation Officer (COO)* untuk memastikan bahan yang digunakan dapat disediakan dan melakukan *trial and error* untuk produk baru PANIVIELAB. Diharapkan dengan adanya produk baru tersebut, konsumen tetap dapat menikmati manfaat dari produk penulis dan tim yang berbasis adonan *sourdough* dengan harga yang terjangkau.



Gambar 2.20 Hasil uji coba produk yang didiamkan terlebih dahulu

Selama proses *Research and Development (R&D)*, penulis dan tim menemukan beberapa kendala, namun penulis dan tim segera mencari cara untuk mengatasi kendala tersebut sehingga produk PANIVIELAB terus berkembang dengan baik seiring berjalannya waktu. Hal ini dapat dibuktikan dimana awalnya produk PANIVIELAB masih kurang dari segi visual, namun setelah melewati berbagai proses *Research and Development (R&D)*, visualisasi dari produk PANIVIELAB menjadi semakin bagus dan terlihat menarik.



Gambar 2.21 Visualisasi produk setelah berbagai tahap uji coba