

BAB II

PELAKSANAAN PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

No.	Pekan	Proyek	Keterangan
1	1 (25-29 Agustus 2025)	Pembahasan Tentang <i>Product Development</i> dan RnD Awal	Saya berperan memimpin diskusi menentukan konsep dasar produk dan uji coba resep awal dengan tujuan untuk mendapatkan komposisi rasa yang sesuai.
2	2 (1-5 September 2025)	Pembahasan Penentuan Target Pasar dan Diskusi Logo & Konsep	Menentukan target pasar dengan hasil wawancara (<i>Emphaty Map</i>) dan menetapkan kelompok usia sekitar 15-40 tahun dinilai memiliki daya beli yang sesuai. Tim juga melakukan diskusi konsep logo yang digunakan sebagai identitas utama <i>brand</i> .
3	3 (8-12 September 2025)	Penentuan Produk Final dan Perencanaan Desain Booth	Menetapkan resep tetap untuk produk es jagung hawaii.dan mengarahkan tim saat diskusi desain booth untuk memastikan visual sesuai dengan karakter.
4	4 (16 September 2025)	Finalisasi Logo	<i>Moodboard</i> sudah ditentukan dan finalisasi ide logo.
5	5 (22 September 2025)	Diskusi SOP Produksi	Menyusun sistem kerja yang lebih terstruktur melalui diskusi agar kualitas dapat terjaga.

6	6 (2 Oktober 2025)	Desain Kemasan	Mengarahkan tim agar desain kemasan tidak hanya menarik secara visual namun juga fungsional dan praktis.
7	7 (6 Oktober 2025)	<i>Demo Day</i>	Tim melakukan survey pasar di kelas untuk mengetahui <i>feedback</i> dari teman-teman kelas.
8	8 (13-24 Oktober 2025)	UTS	
9	9 (28-30 Oktober 2025)	Survey Supplier dan Pengembangan Produk	Melakukan survey dan menentukan supplier untuk mencari bahan baku terbaik dengan membandingkan harga, kualitas agar operasional dapat berjalan dengan aman. Saya juga mengarahkan pengembangan produk berdasarkan hasil masukan <i>demo day</i> .
10	10 (3-5 November 2025)	Penguatan Strategi Harga dan Promo Awal	Menghitung kesesuaian modal, harga jual dengan tim keuangan dan daya beli pasar sehingga dapat mengarahkan tim untuk menyusun strategi promo awal.
11	11 (4-7 November 2025)	Persiapan <i>Validation Market</i>	Berfokus mengarahkan strategi promosi dan persiapan <i>test market</i> yang sesuai dengan pasar.
12	12 (12-14 November 2025)	FGD dan Survey Lokasi Penjualan	Memimpin pelaksanaan FGD dan Ikut terlibat dalam survey lokasi untuk pelaksanaan <i>test market</i>

			dan penjualan dengan berbagai pertimbangan.
13	13 (18 - 22 November 2025)	Persiapan dan Uji Coba <i>Test Market</i>	Setelah evaluasi hasil FGD, banyak masukan yang didapatkan untuk memperkuat persiapan <i>test market</i> . Dalam pelaksanaan <i>test market</i> , saya memastikan kesiapan peralatan, bahan baku, dan pencatatan keuangan berjalan dengan baik dan terkontrol.
14	14 (26-28 November 2025)	Perbaikan Resep dan Pelaksanaan <i>Test Market</i>	Setelah mendapat masukan dari hasil uji coba, kami melakukan perbaikan resep untuk masuk ke dalam persiapan <i>test market</i> . Saya bertanggung jawab untuk mengoordinasikan seluruh rangkaian kegiatan dan pengawasan langsung saat penjualan. Saya juga turut memperhatikan respon konsumen untuk memastikan produk yang diberikan sesuai.
15	15 (2-5 Desember 2025)	Evaluasi <i>Test Market</i>	Saya memimpin proses evaluasi terhadap hasil penjualan yang mencakup jumlah produk terjual, kendala operasional, dan respon konsumen.

2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja *Chief Executive Officer*

Dalam proses pengembangan bisnis Hawaice (Es Jagung Hawaii), penulis berperan sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) yang bertanggung jawab mengarahkan jalannya bisnis dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan penjualan. Penulis berperan untuk terlibat dalam berbagai aspek bisnis yakni:

2.2.1 Pekan 1 (25–29 Agustus 2025) – *Product Development & R&D* Awal

Di minggu pertama, fokus saya sebagai CEO adalah memastikan seluruh tim memiliki pemahaman yang sama mengenai arah produk yang ingin kami kembangkan. Saya memimpin diskusi untuk merumuskan konsep dasar Es Jagung Hawaii, mulai dari cita rasa yang ingin ditonjolkan sampai ke konsep produk yang ingin ditampilkan. Setelah konsep awal disepakati, saya bersama tim melakukan R&D beberapa versi resep. Di tahap ini, peran saya adalah mengarahkan proses eksperimen, mengamati respon tim, dan membantu mengambil keputusan tentang komposisi rasa yang paling cocok.

2.2.2 Pekan 2 (1–5 September 2025) – Penentuan Target Pasar, Logo, dan Konsep

Pada pekan ini, saya menganalisis siapa yang akan menjadi konsumen utama. Saya dan tim melakukan wawancara sederhana menggunakan pendekatan *Empathy Map*. Saya memimpin analisis hasil wawancara dan menetapkan bahwa usia 15–40 tahun memiliki daya beli dan minat yang paling cocok untuk produk ini. Selain itu, saya ikut mengarahkan diskusi mengenai logo dan konsep visual yang akan menjadi identitas utama Hawaice. Peran saya adalah memastikan logo yang dirancang tidak hanya bagus secara visual, tapi juga sesuai dengan karakter brand yang ingin kami bangun.

2.2.3 Pekan 3 (8–12 September 2025) – Penetapan Produk Final & Perencanaan Desain *Booth*

Setelah beberapa kali uji coba, saya memutuskan resep final yang akan digunakan sebagai produk utama. Keputusan ini saya ambil berdasarkan diskusi dengan tim dan hasil observasi terhadap preferensi rasa. Selain itu, saya

mengarahkan tim untuk membuat desain booth. Saya memastikan desainnya mencerminkan *vibe* Hawaice: ceria, *fresh*, dan kekinian. Saya banyak memberi masukan terkait warna, bentuk, dan bagaimana booth ini bisa menarik perhatian target pasar.

2.2.4 Pekan 4 (16 September 2025) – Finalisasi Logo

Pada minggu ini, saya memimpin proses finalisasi *moodboard* dan ide logo. Tugas saya adalah memberikan arahan yang jelas tentang visual apa yang cocok dengan Hawaice sehingga logo yang dipilih benar-benar merepresentasikan produk dan brand secara keseluruhan.

2.2.5 Pekan 5 (22 September 2025) – Diskusi SOP Produksi

Sebagai CEO, saya ingin operasional tim berjalan rapi sejak awal. Oleh karena itu, saya menyusun SOP produksi bersama tim. Saya menjelaskan alur kerja, pembagian tugas saat produksi, standar kebersihan, dan cara menjaga konsistensi rasa. Peran saya adalah memastikan SOP mudah dipahami, realistis, dan dapat diterapkan oleh semua anggota tim.

2.2.6 Pekan 6 (2 Oktober 2025) – Desain Kemasan

Saat membahas desain kemasan, saya tidak hanya mempertimbangkan estetika, tetapi juga fungsi. Saya mengarahkan tim agar kemasan memiliki visual yang menarik, mudah dibawa, tidak mudah bocor, dan tetap aman untuk makanan. Saya juga mengevaluasi beberapa contoh desain sebelum memutuskan mana yang paling cocok digunakan.

2.2.7 Pekan 7 (6 Oktober 2025) – Demo Day

Di *Demo Day*, saya mengoordinasikan kegiatan survey pasar di kelas. Peran saya adalah memastikan setiap masukan dari teman-teman dicatat dan dapat dijadikan bahan evaluasi untuk *final product*.

2.2.8 Pekan 8 (13–24 Oktober 2025) – UTS

Pada periode ini, kegiatan proyek berjalan lebih pelan karena tim fokus pada UTS. Peran saya hanya memastikan komunikasi tetap berjalan agar *timeline* tidak mundur terlalu jauh.

2.2.9 Pekan 9 (28–30 Oktober 2025) – *Survey Supplier & Pengembangan Produk*

Saya memimpin proses survey beberapa supplier untuk mencari bahan baku terbaik. Saya membandingkan harga, kualitas, dan konsistensi pasokan agar operasional Hawaice bisa berjalan lancar. Selain itu, saya mengevaluasi hasil *Demo Day* lalu mengarahkan pengembangan rasa agar produk lebih sempurna sebelum masuk ke *test market*.

2.2.10 Pekan 10 (3–5 November 2025) – *Strategi Harga & Promo Awal*

Saya bekerja bersama tim keuangan untuk menghitung modal, menentukan harga jual, dan memastikan harga tersebut cocok dengan daya beli pasar. Setelah itu, saya mengarahkan penyusunan promo awal, terutama promo yang efektif untuk menarik konsumen pertama dan membangun awareness.

2.2.11 Pekan 11 (4–7 November 2025) – *Persiapan Validation Market*

Pada minggu ini, fokus saya adalah mengatur strategi promosi dan persiapan test market. Saya memimpin pembuatan konten, menentukan konsep cara berkomunikasi dengan target pasar, serta memastikan tim memahami perannya masing-masing saat test market berlangsung.

2.2.12 Pekan 12 (12–14 November 2025) – *FGD & Survey Lokasi*

Saya memimpin FGD untuk mengumpulkan insight lebih dalam mengenai produk, desain, dan strategi promosi. Selain itu, saya ikut terjun langsung dalam survey lokasi penjualan untuk mencari tempat yang paling strategis. Saya mempertimbangkan arus pengunjung, potensi penjualan, dan kenyamanan operasional tim.

2.2.13 Pekan 13 (18–22 November 2025) – *Persiapan & Uji Coba Test Market*

Setelah FGD dievaluasi, saya memperbaiki berbagai hal yang perlu ditingkatkan sebelum test market dimulai. Saya memastikan semua alat, bahan

baku, dan SOP sudah siap. Saya juga mengawasi pencatatan keuangan agar lebih rapi dan mudah dipantau. Selama uji coba, saya aktif memastikan semua berjalan sesuai rencana.

2.2.14 Pekan 14 (26–28 November 2025) – Perbaikan Resep & Pelaksanaan *Test Market*

Setelah menerima masukan dari uji coba awal, saya memimpin perbaikan resep agar rasa Hawaice semakin kuat. Saat *test market* berlangsung, saya turun langsung untuk memantau proses penjualan, mengoordinasikan peran tim, dan mengamati respon konsumen. Saya memastikan pengalaman konsumen positif dan produknya konsisten.

2.2.15 Pekan 15 (2–5 Desember 2025) – Evaluasi *Test Market*

Pada tahap akhir, saya memimpin evaluasi hasil test market. Saya meninjau jumlah penjualan, kendala yang dialami tim, efektivitas strategi promosi, dan respon konsumen. Dari situ, saya menarik beberapa insight untuk menentukan langkah pengembangan Hawaice ke depan.

2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan peran sebagai CEO dalam pengembangan bisnis Hawaice, penulis mengalami beberapa kendala, baik yang berasal dari internal tim maupun dari faktor eksternal. Kendala-kendala tersebut menjadi bagian dari proses pembelajaran dalam menjalankan sebuah usaha.

1. Kendala dalam Pengambilan Keputusan

Sebagai CEO, penulis sering dihadapkan pada situasi yang mengharuskan untuk mengambil keputusan dengan cepat, sementara informasi yang dimiliki masih terbatas. Misalnya dalam menentukan harga jual, memilih lokasi penjualan, dan menentukan strategi promosi. Kekhawatiran terbesar adalah keputusan yang diambil kurang tepat dan berdampak pada penjualan atau keuangan usaha.

2. Kendala Modal dan Pengelolaan Keuangan

Keterbatasan modal awal juga menjadi tantangan bagi penulis sebagai CEO. Modal yang terbatas membuat penulis harus lebih selektif dalam menentukan jumlah produksi, membeli bahan baku, serta menyusun strategi promosi agar tetap efektif dengan biaya yang minimal. Selain itu, pada tahap awal pencatatan keuangan masih belum terlalu rapi sehingga menyulitkan dalam proses evaluasi.

3. Kendala Pemasaran dan Daya Tarik Konsumen

Pada awal penjualan, brand Hawaice masih belum dikenal oleh banyak orang. Hal ini menyebabkan respon pasar yang masih belum stabil. Beberapa kali penjualan belum sesuai dengan target karena promosi yang belum maksimal serta tingkat kepercayaan konsumen yang masih rendah terhadap produk baru yang masih asing.

4. Kendala Manajemen Waktu antara Kuliah, Bisnis, dan Organisasi

Sebagai mahasiswa, penulis mengalami kesulitan dalam membagi waktu antara tanggung jawab perkuliahan dan pengelolaan bisnis. Terkadang jadwal produksi atau penjualan berbenturan dengan jadwal kuliah dan organisasi, sehingga penulis harus pandai mengatur prioritas agar keduanya tetap bisa berjalan dengan baik.

2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Sebagai CEO, penulis dituntut dapat berpikir tentang solusi yang bisa dilakukan untuk menghadapi kendala yang dialami. Hal tersebut dilakukan dengan berbagai cara.

1. Solusi atas Kendala dalam Pengambilan Keputusan

Untuk mengatasi keterbatasan informasi dalam pengambilan keputusan, penulis mulai menerapkan kebiasaan melakukan riset kecil sebelum menentukan

langkah penting, seperti melakukan survei harga kompetitor, mengamati lokasi penjualan yang ramai, serta melihat respon pasar melalui uji coba penjualan skala kecil.

Selain itu, penulis juga melakukan diskusi dengan anggota tim sebelum mengambil keputusan akhir. Dengan adanya pertimbangan dari berbagai sudut pandang, keputusan yang diambil menjadi lebih matang dan risiko kesalahan dapat diminimalisir.

2. Solusi atas Kendala Modal dan Pengelolaan Keuangan

Untuk mengatasi keterbatasan modal, penulis menerapkan sistem produksi bertahap sesuai dengan kemampuan modal yang dimiliki, sehingga tidak terjadi penumpukan stok atau pemborosan bahan baku. Penulis juga lebih selektif dalam memilih supplier dengan harga yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.

Dalam hal pengelolaan keuangan, penulis mulai membuat pencatatan keuangan yang lebih rapi dan terstruktur. Setiap pemasukan dan pengeluaran dicatat secara rutin agar kondisi keuangan usaha dapat dipantau dengan jelas. Dengan cara ini, penulis dapat mengetahui posisi untung atau rugi secara lebih akurat.

3. Solusi atas Kendala Pemasaran dan Daya Tarik Konsumen

Untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Hawaice, penulis dan tim mulai memperkuat strategi promosi melalui media sosial, seperti membuat konten yang lebih menarik, memanfaatkan promo harga di awal penjualan, serta mengajak konsumen untuk memberikan testimoni.

Penulis juga menerapkan strategi word of mouth dengan memaksimalkan peran teman, relasi, dan pelanggan awal untuk membantu memperkenalkan produk kepada lingkungan sekitar. Selain itu, penulis melakukan inovasi pada tampilan produk dan kemasan agar terlihat lebih menarik dan kekinian, sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen.

4. Solusi atas Kendala Manajemen Waktu antara Kuliah, Bisnis, dan Organisasi

Untuk mengatasi benturan jadwal antara perkuliahan, bisnis, dan organisasi, penulis mulai menyusun jadwal kegiatan secara lebih terencana. Penulis menetapkan prioritas pekerjaan harian dan mingguan agar semua tanggung jawab tetap bisa berjalan dengan baik.

Selain itu, penulis juga belajar untuk memberikan beberapa tugas kepada anggota tim yang lebih siap di waktu tertentu, terutama saat penulis harus fokus pada kegiatan tertentu. Dengan adanya pembagian tugas dan komunikasi yang baik, kegiatan bisnis tetap dapat berjalan meskipun penulis tidak selalu hadir secara langsung.

2.5. Dokumentasi

