

BAB II

PELAKSANAAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

Menggambarkan dan menjelaskan terkait alur aktivitas **masing-masing anggota kelompok sesuai perannya**, dimulai dari tahap perencanaan/persiapan hingga evaluasi termasuk kegiatan mentoring, diskusi, dan sebagainya.

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Prostep

| No. | Pekan | Proyek | Keterangan |
|-----|-------------------------|--------------------------------------|--|
| 1 | Pekan 1 (25–31 Agustus) | Pembentukan Struktur dan Arah proyek | Pada pekan pertama, CEO bentuk struktur proyek yang berisi pembagian peran dan tanggung jawab agar setiap anggota mengetahui posisi dan fungsi masing-masing. CEO berfokus menetapkan visi, tujuan utama, serta arah pengembangan proyek. COO mulai menyusun kerangka operasional awal, termasuk alur produksi dan kebutuhan dasar operasional. CMO bertanggung jawab merancang arah branding dan strategi pemasaran yang akan digunakan ke depan. CFO menyiapkan gambaran awal kebutuhan biaya, estimasi pengeluaran, serta sistem pencatatan keuangan proyek. Sementara itu, tim R&D dan produksi menentukan konsep produk yang akan dikembangkan, termasuk bahan baku, keunikan rasa, dan standar kualitas. |

| | | | |
|---|--------------------------|---|--|
| 2 | Pekan 2 (1–7 September) | Menata Alur Kerja Dasar & Kesiapan Produksi | <p>Pekan kedua, saya gunakan untuk memastikan alur kerja tim dan kebutuhan produksi benar-benar terstruktur dengan jelas. Saya dan tim menyusun langkah-langkah dasar yang harus dilakukan setiap kali bekerja di dapur produksi, mulai dari urutan kerja, siapa melakukan apa, bagaimana koordinasi dilakukan, hingga cara menyimpan hasil percobaan dengan benar. Kami menyiapkan peralatan yang diperlukan, menata ruang kerja agar lebih efisien, dan memastikan semua anggota tim memahami alur yang sudah kami sepakati. Selain itu, kami melakukan diskusi kecil untuk memprediksi tantangan yang mungkin muncul selama proses R&D nanti. Pekan ini esensial karena jika alurnya sudah teratur sejak awal, proses di minggu-minggu berikutnya akan jauh lebih lancar dan tidak membuang waktu</p> |
| 3 | Pekan 3 (8-14 September) | Mulai R&D Batch Pertama | <p>Pada pekan ketiga, saya dan tim memulai batch percobaan pertama. Di tahap ini, kami fokus bereksperimen dengan beberapa pendekatan produksi untuk memahami karakter sambal yang ingin kami hasilkan. Setiap kali mencoba teknik baru, kami mencatat perubahan rasa, aroma, tekstur, dan bagaimana produk bereaksi ketika dibiarkan beberapa saat. Kami juga memperhatikan respons tim internal saat mencicipi hasil percobaan. Di pekan ini, kami lebih banyak menguji dari sisi teknis: durasi pemasakan, tingkat panas, cara menggabungkan bahan, dan bagaimana perubahan kecil berdampak besar pada rasa. Pekan ketiga ini bersifat</p> |

| | | | |
|---|---------------------------|--------------------------------------|--|
| | | | eksploratif dan menjadi batu loncatan penting untuk menyempurnakan formula dasar di tahap berikutnya. |
| 4 | Pekan 4 (15-21 September) | R&D Lanjutan + Uji Coba Kemasan Awal | Masuk ke pekan keempat, proses pengembangan semakin mendalam. Saya dan tim memperbaiki formula berdasarkan catatan minggu sebelumnya. Kami mencoba beberapa variasi teknik memasak untuk melihat mana yang paling stabil dan mudah direplikasi. Selain itu, kami memulai uji awal terhadap kemasan. Kami mengecek apakah kemasan yang kami pilih aman, kuat, tidak mudah bocor, dan nyaman digunakan. Kami juga menguji bagaimana kemasan bereaksi saat dibawa bepergian atau diguncang. Semua tes ini penting karena produk kami ditujukan untuk kondisi perjalanan, sehingga kualitas kemasan adalah bagian besar dari pengalaman pengguna. Pekan ini benar-benar dipakai untuk menemukan titik keseimbangan antara rasa dan fungsionalitas. |
| 5 | Pekan 5 (22-28 September) | Mulai Produksi | Pekan kelima adalah masa transisi dari percobaan ke produksi. Formula sambal sudah mulai stabil, jadi saya dan tim mulai menguji alurnya dalam skala yang sedikit lebih besar. Kami memfinalisasi ukuran kemasan yang paling cocok untuk konsumen dan mulai menata alur kerja pengemasan supaya lebih rapi dan tidak membingungkan. Kami melihat bagaimana proses bekerja ketika kami membuat lebih dari satu batch dalam sehari—apa saja yang perlu disederhanakan, bagian mana yang |

| | | | |
|---|------------------------------------|---|---|
| | | | <p>perlu dilambatkan, dan bagaimana komunikasi antaranggota tim perlu diperkuat. Pekan ini membantu kami melihat gambaran realistis produksi kecil dalam kondisi yang lebih nyata.</p> |
| 6 | Pekan 6 (29 September - 5 Oktober) | Simulasi Produksi Kecil Berulang | <p>Di pekan keenam, saya dan tim kembali menjalankan mini produksi, namun kali ini dengan fokus pada stabilitas proses. Kami ingin melihat apakah proses yang sama bisa menghasilkan produk yang konsisten ketika diulang beberapa kali. Setiap batch dicicipi lagi dan dicek kekuatan kemasannya. Kami juga mencatat berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan satu batch, di mana biasanya terjadi hambatan, dan bagian mana yang bisa dibuat lebih efisien. Pekan ini memberikan gambaran jelas tentang kesiapan alur produksi untuk menghadapi tahap validasi konsumen.</p> |
| 7 | Pekan 7 (6-12 Oktober) | Pelaksanaan Demo day & Analisis Arah Produk | <p>Di pekan kesembilan, FGD dilaksanakan. Saya dan tim memproduksi batch khusus sesuai rencana, membawa produk ke lokasi, dan memastikan penataan produk rapi dan mudah dicoba peserta. Kami mencatat setiap komentar, respon, dan reaksi peserta secara rinci. Prosesnya membutuhkan fokus karena FGD memberi gambaran awal bagaimana konsumen memandang rasa, aroma, dan kemasan kami. Setelah sesi selesai, kami berdiskusi bersama untuk menentukan perbaikan apa yang paling mendesak.</p> |
| 8 | Pekan 8 (13-19 Oktober) | Evaluasi Hasil Demo Day | <p>Di pekan kedelapan ini, saya dan tim benar-benar fokus untuk mengevaluasi apa yang terjadi selama Demo Day. Kami mulai dengan mengumpulkan</p> |

| | | | |
|----|------------------------------------|---|--|
| | | | semua komentar, masukan, dan reaksi orang yang sempat mencoba produk kami. Tidak hanya komentar yang mereka ucapkan, tapi juga hal-hal kecil yang kami amati langsung di lokasi—misalnya bagaimana mereka membuka kemasan, ekspresi pertama saat mencicipi, sampai apakah mereka ambil sambal lebih dari sekali. Hal-hal seperti itu ternyata sangat membantu untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang masih perlu diperbaiki |
| 9 | Pekan 9 (20-26 Oktober) | R&D Ulang Berdasarkan Masukan Demo Day | Masuk ke pekan kesembilan, saya dan tim kembali masuk dapur untuk melakukan R&D ulang berdasarkan masukan yang kami terima minggu lalu. Kami mencoba memperbaiki bagian-bagian yang dianggap kurang—entah itu aroma yang kurang kuat, tingkat pedas yang perlu disesuaikan, atau tekstur yang harus dibuat lebih konsisten. Kami juga menguji kembali proses memasak untuk memastikan sambal tidak cepat berubah rasa ketika didiamkan. Selain formula, kami mengecek ulang kemasan: apakah harus diperkuat, apakah perlu diganti modelnya, atau apakah ada cara agar lebih mudah dibuka namun tetap aman. |
| 10 | Pekan 10 (27 Oktober - 2 November) | Persiapan Validasi Market (FGD, Optimistic, Grey, hingga Huge Market) | Di pekan kesepuluh, kami mulai turun ke lapangan untuk menguji produk pada kondisi nyata seperti rest area atau Pasar Modern Intermoda Bsd. Kami ingin tahu bagaimana konsumen bereaksi tanpa pengaruh formalitas seperti FGD. Kami memperhatikan cara mereka membuka kemasan, bagaimana mereka menggunakan sambal di |

| | | | |
|----|-------------------------|---|--|
| | | | <p>makanan, dan bagaimana respon spontan mereka. Setelah selesai, kami langsung menyusun catatan evaluasi untuk perbaikan lanjutan.</p> |
| 11 | Pekan 11 (3-9 November) | Pelaksanaan FGD & Evaluasi Lanjutan Sebelum Optimistic Market | <p>Di pekan kesebelas ini, saya dan tim kembali fokus pada proses <i>refinement</i> produk lewat FGD yang lebih terstruktur. Setelah R&D ulang di pekan sebelumnya, kami merasa perlu menguji kembali rasa, aroma, tekstur, dan kenyamanan kemasan secara langsung kepada sekelompok responden yang sesuai dengan target pasar kami—terutama mereka yang sering bepergian dan membutuhkan sambal praktis.</p> <p>FGD kali ini kami jalankan dengan format yang lebih mendalam. Kami tidak hanya meminta mereka mencicipi produk, tetapi juga mengamati bagaimana mereka membuka kemasan, seberapa cepat mereka memahami cara menggunakannya, serta ekspresi spontan ketika sambal pertama kali dicoba. Kami bertanya tentang apa yang menurut mereka sudah pas, apa yang kurang, dan apa yang masih membuat mereka ragu jika sambal ini dibawa bepergian.</p> <p>Dari sesi ini, kami mendapatkan masukan yang lebih jujur dan rinci, seperti tingkat pedas yang perlu disesuaikan, aroma yang harus diperkuat atau dipertajam, hingga saran tentang bentuk kemasan yang lebih nyaman dipegang. Kami juga memperhatikan reaksi konsumen terhadap tekstur sambal—apakah terlalu kasar, terlalu</p> |

| | | | |
|----|---------------------------|--|--|
| | | | lembut, atau sudah pas saat dicampur ke makanan. |
| 12 | Pekan 12 (10-16 November) | Persiapan dan Penyempurnaan Terakhir untuk Optimistic Market | <p>Di pekan kedua belas, saya dan tim mulai masuk ke tahap “penyempurnaan terakhir” sebelum turun langsung ke Optimistic Market. Setelah FGD pekan sebelumnya, kami sudah punya daftar perbaikan yang jelas, sehingga minggu ini kami gunakan untuk memastikan semua revisi sudah diterapkan dengan benar. Kami mencoba lagi beberapa batch kecil untuk mengecek apakah rasa sambal sudah setara dengan ekspektasi konsumen: aromanya cukup kuat, tingkat pedasnya stabil, dan teksturnya tidak berubah setelah penyimpanan singkat.</p> <p>Selain rasa, kami juga memperbaiki kemasan berdasarkan masukan FGD—apakah perlu penyesuaian bagian bukaan, apakah perlu ditambah sedikit kekuatan pada seal-nya, atau apakah desainnya perlu sedikit dipoles supaya terlihat lebih meyakinkan di tangan konsumen. Kami mencoba lagi beberapa cara untuk membawa produk, mengguncangnya, dan memastikan tidak ada kebocoran.</p> <p>Pekan ini benar-benar dipakai sebagai masa pemolesan. Kami ingin ketika turun ke Optimistic Market nanti, tidak ada kendala teknis yang mengganggu fokus kami untuk mengamati reaksi pasar yang sebenarnya.</p> |
| 13 | Pekan (17-23 November) | Pelaksanaan Optimistic | Pekan ketiga belas, kami benar-benar turun ke lapangan untuk melakukan |

| | | | |
|----|--------------------------|----------------------------|--|
| | | Market & Evaluasi | <p>Optimistic Market. Di sini, kami tidak hanya membawa produk untuk dicoba, tetapi juga benar-benar melihat bagaimana konsumen bereaksi dalam situasi nyata tanpa pengarahan khusus. Lokasinya bisa berupa rest area, Pasar Modern Bsd, atau tempat ramai lainnya yang sesuai dengan target pelanggan kami—yakni orang-orang yang membutuhkan sambal praktis saat bepergian atau makan di luar.</p> <p>Saya dan tim memperhatikan banyak hal penting, bagaimana konsumen membuka kemasannya, bagaimana mereka mengombinasikan sambal dengan makanan, seberapa cepat mereka tertarik untuk mencobanya, dan bagaimana kesan pertama saat aroma sambal keluar. Kami juga mencatat siapa saja yang kembali mengambil sambal untuk kedua kalinya, karena itu biasanya menjadi indikator kuat apakah produk kami “ngena” atau tidak.</p> <p>Selain itu, kami menguji cara display produk, cara menyampaikan penjelasan singkat ke konsumen, dan bagaimana mereka merespons harga percobaan atau skenario pembelian kecil. Semua data yang kami kumpulkan minggu ini menjadi gambaran awal bagaimana pasar nyata merespon sambal kami.</p> |
| 14 | Pekan 14 (4-7 Desember) | Persiapan Presentasi Akhir | <p>Di pekan terakhir ini, saya dan tim menghabiskan waktu untuk menyusun evaluasi menyeluruh dari Optimistic Market. Kami menggabungkan seluruh catatan lapangan: respons konsumen, komentar spontan, cara mereka</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | <p>menggunakan produk, hingga hambatan-hambatan kecil yang kami temui saat kegiatan berlangsung.</p> <p>Kami menganalisis apa yang membuat konsumen tertarik, apa yang membuat mereka ragu, dan faktor apa saja yang menjadi nilai tambah paling kuat. Dari sisi internal, kami juga menilai apakah alur produksi berjalan cukup cepat, apakah tim kami efektif saat menangani konsumen, dan apakah ada perbaikan teknis yang perlu dilakukan pada rasa maupun kemasan.</p> |
|--|--|--|---|

2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Operating Officer

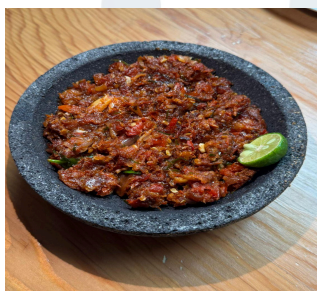
Sebagai Chief Operating Officer (COO) kelompok Lahap Rempah adalah orang yang memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan jalan lancar setiap hari. Tugasnya mengatur alur produksi dari awal sampai akhir—mulai dari beli bahan baku, memastikan proses masak atau pembuatan produk sesuai standar, sampai produk dikemas dengan rapi dan aman. COO juga memastikan kualitas produk selalu konsisten, tidak berubah rasa atau teksturnya, dan mengikuti SOP yang sudah disepakati. Selain itu, COO mengurus stok bahan, berhubungan dengan pemasok, dan memastikan tidak ada bahan yang telat datang atau berlebihan di gudang.

Dalam hal distribusi, saya memastikan produk bisa dikirim dengan cepat dan tepat, baik untuk penjualan online, reseller, maupun mitra kerja sama. dan juga bergerak cepat kalau muncul masalah, seperti harga bahan naik, mesin produksi bermasalah, atau hambatan pengiriman. saya bekerja bareng divisi lain seperti R&D, marketing, dan finance supaya semua rencana perusahaan bisa jalan sesuai kebutuhan. saya juga membimbing tim operasional, memberi arahan, dan memastikan semua orang bekerja sesuai aturan. Di akhir, saya menyusun laporan

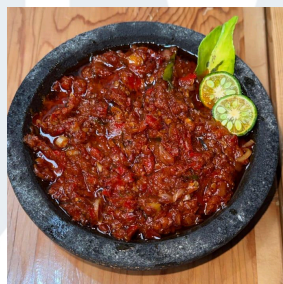
harian atau mingguan supaya manajemen tahu apa yang sudah berhasil, apa yang masih perlu diperbaiki, dan bagaimana kondisi operasional secara keseluruhan. Perannya memastikan bisnis berjalan mulus, stabil, dan siap berkembang.

2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan kegiatan produksi dan distribusi, terdapat beberapa kendala yang muncul dan berdampak pada kelancaran operasional. selama periode ini kami membuat 3 batch, untuk batch 1 hasilnya sangat memuaskan daya tahan bisa sampai 1 minggu, untuk batch 2 hasil memuaskan tetapi daya tahan masih dipikirkan lagi karena kami memasukan sambal ke packaging dengan kondisi sambal masih panas dan akhirnya membuat sambal ini cepat basi, dan batch 3 ini hasilnya sangat tidak memuaskan karena masalah operasional yaitu alat choppernya sehingga membuat tekstur sambal nya halus dan tidak sesuai standar produksi awal kami, dari segi rasa baik, daya tahan bisa sampai 2 minggu, lalu dari segi packaging, pembeli merasa agak ribet untuk menuangkan di sendok lebih terlihat berantakan dan masalah yang ditemukan lagi Salah satu yang paling terasa adalah **ketidakstabilan harga dan ketersediaan bahan baku**, terutama cabai dan rempah segar.



Hasil Rnd 1



Hasil Rnd 2



Hasil Rnd 3

Naik-turunnya harga membuat perencanaan biaya produksi kurang stabil dan membutuhkan penyesuaian cepat. Selain itu, **kualitas bahan baku yang tidak selalu konsisten** dari pemasok menyebabkan hasil akhir produk kadang perlu penyesuaian ulang agar tetap sesuai standar.

Di bagian produksi, **kendala teknis seperti keterbatasan kapasitas alat**, antrian proses memasak, atau kesalahan kecil dalam pengemasan juga sempat menghambat alur kerja. Masalah seperti kemasan bocor, seal kurang rapat, atau tekstur sambal yang berubah menjadi catatan penting yang harus diperbaiki terus-menerus.

2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk yang pertama kami akan nyicil buat beli alat dan memastikan sambal kondisi tidak panas saat ingin memasukan ke packaging kemungkinan ada pergantian packaging, kami pastikan juga terhindar matahari, Di bagian produksi, alur kerja diperbaiki dengan penyusunan SOP yang lebih jelas, peningkatan pengawasan QC, serta perbaikan metode pengemasan agar tidak terjadi kebocoran. Pada sisi logistik,, memilih mitra yang lebih andal, serta memperbaiki pencatatan stok agar proses distribusi lebih terkontrol. Sementara itu, koordinasi internal ditingkatkan melalui rapat operasional yang lebih terstruktur dan pembagian tugas yang lebih pasti,.

