

BAB II

PELAKSANAAN PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

Perencanaan bisnis dimulai dari proses *empathy*, kami melakukan wawancara terhadap 10 narasumber. Narasumber yang dipilih merupakan orang dengan gaya hidup sehat. Orang dengan gaya hidup sehat dinilai sesuai dengan target pasar Smoogo, maka dari itu mereka dipilih untuk menjadi narasumber.

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.

No.	Pekan	Proyek	Keterangan
1	1	Riset pasar dan strategi penjualan hingga promosi.	<p>1. CEO (Chief Executive Officer) – Riset Arah Bisnis & Strategi Utama</p> <p>CEO melakukan riset pasar secara umum untuk melihat kelayakan usaha smoothies di kalangan remaja dan dewasa muda yang memiliki minat terhadap gaya hidup sehat. Hasil riset menunjukkan bahwa minuman sehat memiliki peluang pasar yang besar karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan. Berdasarkan hal tersebut, CEO menetapkan strategi utama Smoogo sebagai brand smoothies yang menawarkan produk sehat, segar, terjangkau, dan mengikuti tren pasar.</p> <p>2. CMO (Chief Marketing Officer) – Riset Konsumen & Strategi Pemasaran</p> <p>CMO melakukan riset terhadap perilaku konsumen melalui observasi media sosial dan tren minuman kekinian. Ditemukan bahwa konsumen menyukai</p>

		<p>produk yang menarik secara visual, memiliki variasi rasa, serta aktif di platform digital. Strategi pemasaran yang diterapkan adalah promosi melalui media sosial, pembuatan konten edukasi tentang hidup sehat, pemberian promo awal, serta pemanfaatan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar.</p> <p>3. COO (Chief Operating Officer) – Riset Proses Produksi & Operasional COO melakukan riset terhadap ketersediaan bahan baku, peralatan produksi, serta alur kerja operasional. Hasil riset menunjukkan bahwa bahan baku buah segar mudah didapatkan namun memiliki masa simpan yang terbatas. Strategi operasional yang diterapkan adalah penggunaan sistem pre-order, pengaturan stok harian, serta penyusunan SOP produksi untuk menjaga kualitas, kebersihan, dan konsistensi produk Smoogo.</p> <p>4. CFO (Chief Financial Officer) – Riset Biaya & Strategi Keuangan CFO melakukan riset terhadap biaya bahan baku, alat produksi, kemasan, serta biaya operasional lainnya. Dari hasil perhitungan, ditentukan harga jual yang sesuai dengan daya beli target pasar tetapi tetap memberikan keuntungan. Strategi keuangan yang diterapkan meliputi pencatatan keuangan harian, pengendalian biaya operasional, penentuan target keuntungan, serta evaluasi arus kas secara</p>
--	--	---

	2	Riset uji produk (<i>Research and development</i>).	<p>CEO berperan dalam menetapkan arah pengembangan produk dan menentukan varian yang layak diluncurkan berdasarkan hasil uji rasa, kelayakan pasar, dan potensi keuntungan. CEO juga memimpin evaluasi akhir dan pengambilan keputusan produk unggulan Smoogo.</p> <p>CMO melakukan riset konsumen melalui uji rasa (taste test), survei preferensi rasa, harga, dan tampilan produk. Hasil riset digunakan untuk menentukan varian favorit konsumen, strategi promosi, serta penyesuaian konsep branding dan pemasaran.</p> <p>COO melaksanakan riset teknis produksi dengan melakukan uji coba resep, standarisasi takaran bahan, uji daya tahan produk (shelf life), serta penyusunan SOP produksi. Hasil R&D digunakan untuk memastikan kualitas, kebersihan, dan konsistensi produk Smoogo.</p> <p>CFO melakukan riset biaya produksi dengan menghitung HPP per varian, menentukan harga jual berdasarkan margin keuntungan, serta melakukan analisis kelayakan finansial. Hasilnya digunakan sebagai dasar penetapan harga dan pengendalian keuangan usaha.</p>
3	3	Pembuatan akun sosial media dan strategi pemasaran.	Dilakukan oleh CMO dengan persetujuan CEO , membuat akun instagram bernama @smoogo.blend dengan membuat perkenalan brand sebelum kita mempublish ke

			publik dan orang terdekat. Disini peran CFO tidak berdampak, karena belum ada pengeluaran dana dalam pembuatan dan strategi pemasaran ini.
4	4	Pengembangan identitas brand dan pembentukan visual produk.	<p>CEO berperan dalam menetapkan arah utama identitas brand Smoogo, termasuk karakter brand yang fresh, sehat, dan modern. CEO juga memberikan persetujuan akhir terhadap desain logo, konsep visual cup, menu, dan poster agar sesuai dengan visi dan citra brand yang ingin ditampilkan.</p> <p>CMO bertanggung jawab dalam pengembangan visual pemasaran, mulai dari konsep desain logo, tampilan menu, hingga poster promosi. CMO memastikan seluruh desain memiliki daya tarik visual, sesuai target pasar, serta efektif sebagai media komunikasi dan promosi brand Smoogo.</p> <p>COO berperan dalam memastikan desain cup dan kemasan bersifat fungsional, aman digunakan, serta sesuai dengan kebutuhan operasional produksi dan penyajian. COO juga menyesuaikan ukuran cup, bahan kemasan, dan kejelasan informasi produk pada menu.</p> <p>CFO berperan dalam analisis biaya pembuatan logo, pencetakan cup, menu, dan poster. CFO memastikan seluruh pengembangan visual produk tetap sesuai dengan anggaran serta efisien secara finansial tanpa mengurangi kualitas brand Smoogo.</p>

			Pengembangan identitas brand dan visual produk ini bertujuan untuk membentuk citra Smoogo sebagai brand smoothies yang profesional, menarik, dan memiliki daya saing di pasar.
5	5	Perencanaan penjualan produk.	<p>Perencanaan penjualan Smoogo dilakukan melalui tiga tahap validasi pasar untuk menguji minat konsumen, harga, dan strategi penjualan sebelum masuk ke tahap penjualan yang lebih luas.</p> <p>Pada validasi pasar pertama, CEO menetapkan target pasar awal dan tujuan penjualan sebagai tahap pengenalan produk. CMO melakukan promosi sederhana melalui media sosial dan pengenalan produk secara langsung kepada calon konsumen. COO menyiapkan produksi dalam skala kecil serta mengatur alur penyajian produk untuk uji coba. CFO melakukan pencatatan biaya produksi awal dan menghitung harga jual dasar.</p> <p>Pada validasi pasar kedua, CEO mengevaluasi hasil penjualan tahap pertama dan menetapkan perbaikan strategi. CMO meningkatkan aktivitas promosi dengan menambahkan konten digital dan penawaran promo. COO menyesuaikan jumlah produksi berdasarkan permintaan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional. CFO melakukan evaluasi keuntungan, pengendalian biaya, serta penyesuaian harga jika diperlukan.</p>

			Pada validasi pasar ketiga, CEO menetapkan strategi penjualan yang lebih matang sebagai persiapan menuju pemasaran yang lebih luas. CMO mengoptimalkan promosi secara digital dan offline untuk menjangkau lebih banyak konsumen. COO menerapkan sistem produksi yang lebih stabil dan konsisten sesuai SOP. CFO menyusun laporan keuangan akhir hasil validasi serta menentukan target keuntungan penjualan berikutnya.
6	6	Pengembangan ide konten dan promosi brand dan produk Smoogo.	<p>CEO berperan dalam menentukan arah konsep promosi dan pesan utama brand Smoogo yang ingin disampaikan kepada konsumen. CEO memastikan bahwa seluruh konten promosi, baik Instagram highlights maupun poster menu favorit, selaras dengan visi Smoogo sebagai brand smoothies yang sehat, segar, dan modern.</p> <p>CMO bertanggung jawab dalam perencanaan dan pembuatan konten promosi, mulai dari penyusunan konsep Instagram highlights, desain poster menu favorit, hingga penentuan pesan promosi yang menarik. CMO juga mengelola strategi unggahan agar konten mampu meningkatkan ketertarikan dan interaksi konsumen terhadap brand Smoogo.</p> <p>COO berperan dalam menyediakan informasi teknis produk yang ditampilkan dalam konten promosi, seperti komposisi menu, proses penyajian, serta kualitas</p>

			<p>produk. COO memastikan bahwa produk yang dipromosikan sesuai dengan kondisi nyata produksi dan siap dipasarkan.</p> <p>CFO berperan dalam mengatur dan mengawasi anggaran pembuatan konten promosi, termasuk biaya desain, percetakan poster, serta kebutuhan promosi digital. CFO memastikan kegiatan promosi berjalan efektif dan efisien sesuai dengan anggaran yang tersedia.</p> <p>Pengembangan konten melalui Instagram highlights dan poster menu favorit ini bertujuan untuk memperkuat branding, meningkatkan daya tarik visual produk, serta mendukung peningkatan penjualan brand Smoogo.</p>
--	--	--	---

2.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Finance Officer

Dalam periode kegiatan ini penulis berperan sebagai Sebagai **CFO**, penulis bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek keuangan bisnis Smoogo. Peran **CFO** memiliki fungsi strategis dalam memastikan kondisi keuangan usaha tetap sehat, stabil, dan mampu mendukung keberlangsungan serta pengembangan bisnis secara berkelanjutan. Tugas utama yang dijalankan meliputi perencanaan anggaran (budgeting), pencatatan seluruh pemasukan dan pengeluaran, pengelolaan arus kas (cash flow), serta penyusunan laporan keuangan secara berkala. Selain itu, **CFO** juga bertanggung jawab dalam menganalisis biaya produksi, menentukan titik impas (break even point), serta mengevaluasi tingkat keuntungan usaha untuk menjadi dasar pengambilan keputusan manajerial.

Dalam pelaksanaannya, **CFO** juga berperan dalam mengawasi efisiensi penggunaan dana, memastikan setiap pengeluaran sesuai dengan kebutuhan operasional, serta memberikan rekomendasi strategi keuangan yang dapat meningkatkan profitabilitas bisnis. Dengan pengelolaan keuangan yang terstruktur dan transparan, peran **CFO** menjadi pendukung utama dalam menjaga stabilitas finansial Smoogo selama kegiatan PRO-STEP berlangsung.

- Strategi pengelolaan keuangan untuk mendukung target penjualan dan produksi Selama satu semester, pengelolaan keuangan di Smoogo dilakukan dengan menyesuaikan kondisi nyata yang dihadapi di lapangan. Sebagai CFO, fokus utama adalah memastikan dana yang tersedia benar-benar cukup untuk membeli bahan baku sehingga proses produksi dapat berjalan lancar dan tidak terhenti di tengah jalan. Oleh karena itu, setiap awal periode dilakukan perhitungan kebutuhan bahan baku berdasarkan target produksi yang ingin dicapai.

Dalam praktiknya, perencanaan keuangan tidak hanya berpatokan pada angka di atas kertas, tetapi juga mempertimbangkan kondisi pasar, seperti perubahan harga bahan baku dan kemampuan penjualan. Untuk menghindari kekurangan dana, CFO mengatur prioritas pengeluaran, di mana pembelian bahan baku menjadi kebutuhan utama dibandingkan pengeluaran lain yang masih bisa ditunda. Langkah ini dilakukan agar target produksi tetap bisa tercapai sesuai rencana.

Selain itu, pemantauan arus kas dilakukan secara rutin dengan mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran. Dari hasil pencatatan tersebut, CFO dapat mengetahui kondisi keuangan Smoogo secara berkala dan mengambil keputusan dengan lebih cepat, misalnya menentukan waktu pembelian bahan baku yang paling tepat atau menyesuaikan jumlah produksi dengan kondisi keuangan yang ada. Apabila terdapat pemasukan dari penjualan, dana tersebut diutamakan untuk memutar kembali modal produksi agar kegiatan usaha dapat terus berjalan.

Melalui pengelolaan keuangan yang sederhana namun terkontrol, Smoogo berusaha menjaga keseimbangan antara pengeluaran dan pemasukan. Dengan cara ini, ketersediaan bahan baku tetap terjaga, proses produksi dapat berjalan sesuai target, dan pada akhirnya target penjualan dapat dicapai secara bertahap.

- Strategi Pendanaan (Fundraising)

Dikarenakan ini merupakan bisnis yang masih merintis dari awal , maka kedepannya kita untuk tetap berkembang , inovasi produk , Rnd dan lain lainnya pasti membutuhkan modal. Sebagai CFO tentunya dengan persetujuan CEO , kami akan mencari investor untuk menjadi partner bisnis Smoogo kami . Smoogo membuka kesempatan investasi melalui pendirian cabang baru, di mana maksimal 40% kepemilikan cabang dialokasikan untuk investor, sementara 60% tetap dimiliki oleh manajemen Smoogo sebagai pemegang saham mayoritas dengan kendali penuh atas operasional dan keputusan strategis. Porsi 40% ini bersifat tetap, sehingga berapa pun jumlah investor yang terlibat, mereka akan berbagi kepemilikan dan keuntungan hanya dari 40% tersebut, tanpa memengaruhi kepemilikan mayoritas Smoogo.

Investor akan memperoleh pembagian laba (dividen) yang berasal secara eksklusif dari cabang tempat mereka berinvestasi, sesuai dengan porsi saham masing-masing, tanpa keterlibatan dalam operasional harian dan tanpa kepemilikan atas holding company. Skema ini memberikan kejelasan struktur, kontrol bisnis yang terjaga, serta potensi imbal hasil yang terukur, baik bagi investor maupun bagi pertumbuhan Smoogo secara berkelanjutan.

- Harapan dan Tujuan Smoogo di Periode Mendatang

Pada periode mendatang, Smoogo memiliki harapan untuk dapat meningkatkan stabilitas dan kemandirian finansial perusahaan. Dari perspektif CFO, tujuan utama yang ingin dicapai adalah terciptanya sistem pengelolaan keuangan yang lebih rapi, transparan, dan berkelanjutan. Hal ini mencakup peningkatan ketepatan dalam perencanaan anggaran, pencatatan keuangan yang lebih sistematis, serta laporan keuangan yang dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan strategis.

Selain itu, CFO berharap Smoogo dapat meningkatkan efisiensi penggunaan dana sehingga keuntungan yang diperoleh dapat dialokasikan untuk pengembangan usaha, seperti peningkatan kapasitas produksi, inovasi produk, dan perluasan pasar. Dengan kondisi keuangan yang lebih sehat, Smoogo diharapkan mampu menghadapi tantangan bisnis di periode berikutnya serta terus berkembang secara berkelanjutan

- Kendala dan solusi yang di alami sebagai CFO

Sebagai CFO Smoogo, salah satu kendala utama yang dihadapi selama awal periode usaha adalah tingginya biaya bahan baku, khususnya buah-buahan. Pada tahap awal, pembelian buah dilakukan di supermarket karena pertimbangan kemudahan akses dan kualitas yang terlihat lebih terjamin. Namun, seiring berjalannya waktu, cara ini menimbulkan permasalahan pada struktur biaya karena harga buah di supermarket relatif tinggi.

Tingginya harga bahan baku tersebut membuat Smoogo kesulitan untuk menekan biaya produksi. Dampaknya, margin keuntungan menjadi lebih kecil dan ruang gerak keuangan menjadi terbatas. Kondisi ini menjadi perhatian utama bagi CFO karena jika terus berlanjut, dapat menghambat pencapaian target produksi dan penjualan yang telah ditetapkan.

Permasalahan tersebut mulai menemukan titik terang ketika Smoogo mengikuti kelas mentoring yang difasilitasi oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Dalam kegiatan tersebut, kami bertemu dengan Bapak Ismatullah selaku mentor yang memberikan banyak masukan terkait pengelolaan usaha, khususnya dalam hal efisiensi biaya bahan baku. Salah satu solusi yang diberikan adalah mencari alternatif pemasok dengan harga yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.

Berdasarkan saran tersebut, Smoogo mulai beralih membeli buah di Pasar Induk Tanah Tinggi. Langkah ini terbukti memberikan dampak positif karena harga buah di pasar induk jauh lebih murah dibandingkan supermarket. Dengan perubahan strategi pembelian ini, pengeluaran untuk bahan baku dapat ditekan secara signifikan sehingga kondisi keuangan menjadi lebih stabil dan efisien.

Melalui pengalaman ini, CFO mendapatkan pembelajaran penting bahwa pemilihan sumber bahan sangat berpengaruh terhadap kesehatan keuangan usaha. Selain itu, kegiatan mentoring juga memberikan wawasan baru dalam mengambil keputusan yang lebih tepat dan berorientasi pada efisiensi jangka panjang.

2.2.3Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan program PRO-STEP pada brand Smoogo, terdapat beberapa kendala yang ditemui dalam setiap tahapan kegiatan. Kendala-kendala tersebut berpengaruh terhadap optimalisasi pencapaian tujuan kegiatan sebagaimana telah dirumuskan pada Bab I. Seluruh kendala yang terjadi merupakan bagian dari proses pembelajaran dalam pelaksanaan kewirausahaan.

Kendala pertama terjadi pada tahap Research and Development (R&D), yaitu dalam proses pencarian dan penentuan formulasi resep produk. Tim mengalami kesulitan dalam memperoleh komposisi bahan yang menghasilkan keseimbangan rasa, tekstur, dan kualitas produk yang sesuai dengan konsep Smoogo. Proses ini memerlukan beberapa kali pengujian ulang, sehingga waktu pengembangan produk menjadi lebih panjang dari yang direncanakan.

Kendala berikutnya ditemukan pada tahap pelaksanaan penjualan, khususnya dalam penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP). Pada tahap awal, SOP belum dapat diterapkan secara optimal sehingga alur kerja (flow) masih belum tertata dengan baik. Kondisi ini menyebabkan beberapa aktivitas operasional berjalan kurang efisien dan memerlukan penyesuaian selama proses berlangsung.

Selain itu, dalam tahap evaluasi pasca penjualan, masih terdapat perbedaan pemahaman antar anggota tim dalam menyampaikan hasil evaluasi kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem komunikasi internal tim masih perlu ditingkatkan agar proses evaluasi dapat berjalan lebih terarah, sistematis, dan menghasilkan keputusan yang lebih efektif.

Kendala lainnya berkaitan dengan pengelolaan modal usaha. Perencanaan dan pengaturan modal pada tahap awal belum dilakukan secara maksimal, sehingga pada awal pelaksanaan penjualan tim mengalami keterbatasan modal. Kondisi ini menjadi pembelajaran penting bagi tim terkait pentingnya perencanaan keuangan yang lebih matang dan terstruktur.

Secara keseluruhan, berbagai kendala yang dihadapi selama pelaksanaan PRO-STEP memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran bagi tim Smoogo, khususnya dalam aspek perencanaan, operasional, komunikasi, serta pengelolaan keuangan. Kendala tersebut menjadi dasar evaluasi untuk perbaikan pelaksanaan usaha di masa yang akan datang.

2.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan berbagai kendala yang dihadapi selama pelaksanaan PRO-STEP pada brand Smoogo, tim menyusun beberapa langkah solusi dan tindak lanjut sebagai upaya perbaikan berkelanjutan agar kegiatan usaha dapat berjalan lebih optimal kedepannya.

Solusi terhadap kendala pada tahap Research and Development (R&D) dalam penentuan formulasi resep dilakukan dengan cara meningkatkan intensitas uji coba produk serta melakukan pencatatan hasil evaluasi setiap percobaan secara lebih sistematis. Tim juga mulai membandingkan referensi resep dari berbagai sumber serta menyesuaikannya dengan karakter rasa yang diinginkan. Melalui langkah ini, proses penyempurnaan resep dapat dilakukan secara lebih terarah dan efisien.

Dalam menangani kendala penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang belum optimal, tim melakukan penyempurnaan dokumen SOP secara lebih rinci dan realistik sesuai dengan kondisi lapangan. Selain itu, dilakukan pembagian tugas yang lebih jelas pada setiap anggota tim sesuai dengan peran masing-masing. Dengan adanya pembaruan SOP dan pembagian peran yang tegas, alur kerja (*flow*) operasional menjadi lebih terstruktur dan efisien.

Untuk mengatasi kendala komunikasi dalam proses evaluasi pasca penjualan, tim melakukan perbaikan sistem komunikasi internal melalui penjadwalan evaluasi rutin secara terstruktur. Setiap anggota tim diberikan kesempatan yang sama untuk menyampaikan pendapat berdasarkan data penjualan dan observasi lapangan. Dengan demikian, hasil evaluasi dapat disusun secara lebih objektif, terarah, dan menghasilkan keputusan yang lebih efektif.

Terkait dengan kendala pengelolaan modal usaha, tim melakukan perbaikan melalui penyusunan perencanaan anggaran yang lebih matang dan terperinci. Pengeluaran diklasifikasikan berdasarkan tingkat prioritas, serta dilakukan pencatatan keuangan secara lebih disiplin. Selain itu, dilakukan penyesuaian skala produksi dengan kapasitas modal yang tersedia agar kegiatan usaha tetap berjalan secara stabil.

Melalui penerapan berbagai solusi dan tindak lanjut tersebut, tim Smoogo diharapkan mampu meningkatkan kualitas perencanaan, efektivitas operasional, koordinasi antar anggota, serta pengelolaan keuangan usaha secara lebih profesional di masa yang akan datang.