

BAB II

PELAKSANAAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

Tahapan pekerjaan selama melakukan Prostep dilakukan agar setiap anggota kelompok menjalankan tugas sesuai dengan peran masing-masing sehingga seluruh kegiatan usaha Conechick bisa berjalan dengan efektif. Berikut tahapan pelaksanaan kegiatan :

1. Perencanaan Awal dan Pembagian Peran
 - Menentukan ide bisnis dan konsep produk Conechick
 - Membagi peran menjadi CEO, CMO, CFO, COO agar setiap anggota kelompok memiliki tanggung jawab yang spesifik.
 - Membuat daftar kebutuhan bisnis.
2. Produksi dan Operasional
 - Melakukan pembelian bahan baku dan alat produksi.
 - Menyiapkan SOP produksi, resep, penyajian, kebersihan dan pengemasan.
 - Melakukan proses memasak sesuai standar.
 - Melakukan R&D porsi, rasa, dan kemasan
3. Riset Pasar dan Validasi Produk
 - Melakukan Interview, FGD, Survei untuk memahami kebutuhan konsumen dan melakukan penjualan di lokasi potensial pasar untuk validasi pasar.
 - Melakukan uji coba porsi, rasa, dan kemasan.
 - Memfinalisasi resep dan varian produk.
4. Pemasaran dan Penjualan
 - Melakukan foto produk dan membuat konten untuk sosial media.

- Menjalankan strategi promosi secara digital dan offline.
- Melakukan penjualan langsung seperti, event, bazaar, kegiatan kampus.

5. Evaluasi Kinerja dan Perbaikan

- Melakukan evaluasi terkait penjualan, produksi, dan pemasaran.
- Memperbaiki rasa, visual produk, dan SOP berdasarkan feedback konsumen.

No.	Proyek	Keterangan
1	Perencanaan Bisnis & Identitas Brand	Menyusun konsep awal Conechick, visi-misi, serta menetapkan identitas brand (warna, tone, tipografi, dan arah branding) bersama CMO dan Kelompok.
2	Penyusunan SOP & Timeline Divisi	Menyusun timeline kerja untuk CMO, COO, dan CFO serta memfinalisasi SOP produksi dan operasional bersama COO
3	R&D dan Validasi Produk	Memimpin riset resep, validasi konsumen, R&D pertama, dan menentukan resep final serta kelayakan produk.
4	Pengambilan Keputusan Konten & Branding	Memimpin pembuatan content plan, mengarahkan produksi foto/video, serta memutuskan finalisasi konten pemasaran.
5	Penetapan HPP, BEP, dan Harga Jual	Menyetujui perhitungan HPP dan BEP dari CFO dan menetapkan harga jual yang sesuai dengan margin dan daya beli pasar.
6	Koordinasi Antar Divisi & Monitoring Operasional	Mengawasi tugas CMO, COO, dan CFO, memonitor produksi PO Batch 1–2 dan jualan keliling, serta memastikan kualitas produk.
7	Strategi Pre-Order & Eksekusi Penjualan	Merancang strategi PO Batch 1 & 2, menentukan kebutuhan bahan, promosi, banner/menu, serta mengawasi implementasinya.
8	Validasi Pasar dan Survei Lokasi	Memimpin FGD, interview, validasi Optimistic–Grey–Huge Market, serta menentukan lokasi strategis untuk jualan.
9	Evaluasi Penjualan & Efisiensi Operasional	Menganalisis performa penjualan PO dan keliling, serta memimpin strategi efisiensi bahan baku dan penanganan risiko operasional.
10	Perencanaan Jangka Panjang & Pengembangan Bisnis	Menyusun rencana pemasaran tahunan (dengan CMO), strategi produksi tahunan (dengan COO), dan perencanaan keuangan tahunan (dengan CFO), serta merancang arah pengembangan bisnis dan produk.

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang dilakukan selama Prostep

2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Executive Officer

Sebagai Chief Executive Officer (CEO) dalam pengembangan usaha Conechick, penulis memiliki peran utama dalam mengarahkan seluruh proses perencanaan, pengambilan Keputusan, evaluasi, mengatur arah strategis Conechick serta memastikan seluruh divisi (CMO,COO, dan CFO) bekerja secara terkoordinasi dan selaras dengan visi misi Perusahaan. Namun juga bertanggung jawab penuh dalam memastikan bahwa seluruh proses kegiatan bisnis, mulai dari tahapan pra-produksi, operasional harian, manajemen tim, hingga evaluasi kinerja, dapat berjalan dengan lancar, efisien, dan sesuai dengan standar kualitas serta target yang telah ditetapkan. Selama pelaksanaan Prostep, penulis bertanggung jawab untuk memastikan setiap tahapan kerja berjalan dengan efektif, sistematis, dan sesuai tujuan strategis yang telah ditetapkan sejak tahapan perencanaan awal.

Penulis mengambil peran pertama dalam menyusun perencanaan bisnis Conechick. Pada tahap ini, penulis menentukan konsep awal produk, merumuskan visi dan misi, serta menetapkan tujuan usaha yang ingin kelompok capai. Perencanaan ini mencakup pemetaan peluang pasar, keunikan produk, potensi kindoopetitor, serta identifikasi kekuatan internal kelompok. Perencanaan bisnis ini penulis lakukan juga bersama kelompok agar semua bisa memberikan opini dan pendapat.

Penulis juga memimpin **meeting pembagian peran divisi** dengan tujuan menciptakan struktur kerja yang jelas dan efektif. Setiap anggota kelompok ditugaskan ke dalam divisi tertentu seperti, COO, CFO, dan CMO sesuai kemampuan. Kejelasan peran sejak awal memberikan fondasi kokoh untuk sinergi antar divisi sepanjang pengembangan usaha berlangsung. Penulis juga membuatkan timeline untuk tiap divisi agar kelompok bisa berjalan dengan efisien.

Setelah pembagian peran divisi, penulis berfokus pada penetapan identitas brand. Conechick harus memiliki karakter yang menonjol dan konsisten dengan target pasarnya, yaitu anak muda yang aktif, modern, dan menyukai estetika visual yang menarik. Bersama CMO, penulis menetapkan warna utama brand, gaya

tipografi, tone komunikasi, dan karakter visual lainnya. Penulis juga berperan sebagai pengambil keputusan final terhadap identitas brand agar seluruh materi visual nantinya selaras dan memiliki kekuatan branding yang jelas, walaupun penulis sebagai pengambil keputusan final, penulis tetap membahas bersama kelompok agar tidak terjadi miskomunikasi dan tetap terbuka terhadap pendapat masing-masing anggota.

Penulis juga menyusun dan memfinalisasi **Standard Operating Procedure (SOP)** produksi dan operasional bersama COO. Penyusunan SOP ini mencakup standar kerja dapur, kebersihan, takaran bahan, waktu memasak, teknik pengolahan, serta cara penyimpanan bahan baku. SOP menjadi landasan kuat agar kualitas produk Conechick konsisten meskipun produksi dilakukan secara bertahap dan dalam jumlah yang meningkat. Penulis memulai kegiatan dengan menentukan konsep awal Conechick, Menyusun visi dan misi usaha, serta memimpin *meeting* pertama kelompok untuk menetapkan pembagian peran dan tugas masing-masing anggota. Selanjutnya, penulis juga berperan dalam Menyusun SOP produksi dan operasional bersama COO untuk memastikan proses bisnis berjalan dengan efisien dan memenuhi standar kualitas.

Setelah tahap perencanaan selesai, penulis melanjutkan proses dengan memimpin riset dan validasi produk. Pada fase ini, penulis menganalisis potensi konsumen, memimpin sesi penilaian internal, dan menentukan apakah produk dapat diterima oleh pasar. Validasi dilakukan melalui pengujian rasa, tekstur, aroma, hingga tampilan produk. Setiap masukan dari anggota kelompok dipertimbangkan, namun keputusan final tetap ditetapkan oleh penulis sebagai CEO.

Proses ini dilanjutkan dengan kegiatan R&D yang dimana penulis dan COO mengembangkan resep Conechick mulai dari resep ayam *popcorn*, *potatoballs*, *conewaffle* dan varian rasa melalui *trial and error*. Penulis bersama COO memastikan bahwa resep yang dikembangkan memiliki kualitas rasa yang konsisten, mudah diproduksi, dan tetap efisien dari segi penggunaan bahan baku. Penulis bersama COO memimpin beberapa kali uji coba hingga diperoleh resep yang layak untuk tahap produksi. Kelompok melakukan R&D sebanyak 9 kali.

Selain itu, penulis juga memimpin **validasi pasar eksternal**, seperti interview, focus group discussion (FGD), Validasi Optimistic Market, Validasi Grey Market, dan Validasi Huge Market. Penulis bertanggung jawab untuk menganalisis temuan dari lapangan, menentukan prospek penjualan, dan memberikan keputusan terkait strategi apa yang perlu kelompok lakukan selanjutnya. Tahapan validasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa produk benar-benar sesuai dengan preferensi konsumen. Kelompok memfinalisasi varian rasa dan resep untuk *ayam popcorn*, *potatoballs*, *conewaffle* dan varian rasa berdasarkan hasil wawancara, FGD dan masukan kelompok.

Pada tahap berikutnya, penulis memimpin **penyusunan strategi konten** bersama CMO. Penulis memberikan arahan mengenai gaya konten, frekuensi unggahan, strategi storytelling, serta jenis konten yang harus diproduksi untuk menjaga konsistensi brand dan meningkatkan engagement. Penulis juga terlibat langsung dalam pembuatan content plan selama satu bulan.

Selanjutnya, penulis memimpin proses **produksi konten foto dan video**. Kegiatan ini mencakup pemotretan produk, pengambilan video proses pembuatan, dan pembuatan materi promosi lain. Penulis bersama kelompok memastikan setiap konten visual menonjolkan keunggulan produk dan sesuai dengan identitas brand Conechick. Setelah konten dirancang oleh CMO, penulis kemudian memberikan **finalisasi konten**, memastikan semua hasil desain layak publikasi dan merepresentasikan brand secara tepat.

Selain itu, penulis bertanggung jawab atas **pengawasan konsistensi brand**. Hal ini dilakukan dengan memastikan bahwa semua aktivitas pemasaran, desain poster, menu, banner, maupun caption media sosial benar-benar dikelola sesuai brand guideline yang telah ditetapkan. Penulis memastikan bahwa pesan brand tetap kuat dan konsisten.

Dalam tahap pelaksanaan, penulis bekerja sama secara intens dengan seluruh divisi untuk memastikan operasional berjalan lancar.

Dengan CFO, penulis menyetujui hasil **perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi)** dan **BEP (Break Even Point)** sebagai dasar penentuan harga jual. Setelah analisis dilakukan CFO, penulis mengambil keputusan final mengenai harga jual dengan mempertimbangkan kelayakan ekonomi dan preferensi konsumen.

Penulis kemudian memimpin **penyusunan strategi Pre-Order Batch 1, Batch 2, dan Jualan Keliling (Untuk kebutuhan Validasi Pasar)**. Pada fase ini, penulis mengarahkan pembuatan poster pre-order, banner promosi, brosur, menu digital, proyeksi penjualan, serta kalkulasi kebutuhan bahan baku. Semua materi harus melewati persetujuan penulis untuk memastikan kesesuaian dengan strategi utama Conechick.

Penulis juga mengawasi langsung **monitoring produksi PO Batch 1 dan Batch 2**, bekerja bersama COO untuk memastikan bahwa kualitas produk terjaga, waktu produksi sesuai rencana, dan tidak ada hambatan dalam operasional dapur. Penulis memberikan arahan jika ditemukan kendala selama produksi serta memastikan seluruh produk memenuhi standar rasa dan presentasi.

Untuk penjualan lapangan, penulis bertindak sebagai pengambil keputusan utama dalam **penentuan lokasi jualan keliling**, strategi promosi lapangan, serta persiapan operasional keseluruhan. Selama pelaksanaan jualan keliling, penulis juga melakukan monitoring untuk memastikan kualitas produk dan kelancaran penjualan.

Selama seluruh proses berlangsung, penulis secara konsisten memimpin **koordinasi kelompok**, memastikan setiap divisi menjalankan tugas sesuai timeline, memberikan arahan perbaikan jika terjadi kendala, serta menyatukan semua divisi dalam arah strategi yang sama.

Setelah seluruh proses operasional dan pemasaran berjalan, penulis memasuki fase evaluasi. Penulis melakukan **evaluasi penjualan** dengan menganalisis laporan omzet dan profit yang disusun CFO. Penulis menilai efektivitas strategi pemasaran, efisiensi operasional, dan respons konsumen. Hasil evaluasi tersebut kemudian

digunakan untuk memperbaiki strategi yang akan diterapkan pada periode berikutnya.

Setelah seluruh kegiatan operasional dan pemasaran terlaksana, penulis memasuki tahap evaluasi. Penulis menganalisis laporan penjualan, mengevaluasi efektivitas strategi promosi, dan menilai efisiensi operasional. Dalam proses ini, penulis bekerja sama dengan CFO untuk menilai performa keuangan usaha dan menentukan tindakan perbaikan yang diperlukan. Penulis juga mengevaluasi efektivitas SOP, menilai apakah prosedur produksi berjalan sesuai standar atau memerlukan penyesuaian. Selain itu, penulis menilai kualitas konten dan efektivitas channel pemasaran yang digunakan, termasuk engagement rate, daya tarik visual, dan konsistensi brand.

Jika ditemukan kendala seperti penurunan penjualan, kurangnya respon pasar, ataupun hambatan produksi, penulis melakukan pengambilan keputusan risiko dengan mempertimbangkan berbagai alternatif seperti mengganti supplier, menambah strategi promosi, atau mengatur ulang jadwal produksi. Dalam proses ini, penulis belajar bahwa seorang CEO harus mampu mengambil keputusan cepat namun tetap rasional berdasarkan data dan kondisi lapangan.

Pada tahap akhir, penulis berfokus pada perencanaan jangka panjang. Bersama CMO, penulis menyusun **perencanaan pemasaran satu tahun ke depan**, termasuk arah branding, penguatan identitas visual, serta rencana peningkatan interaksi konsumen.

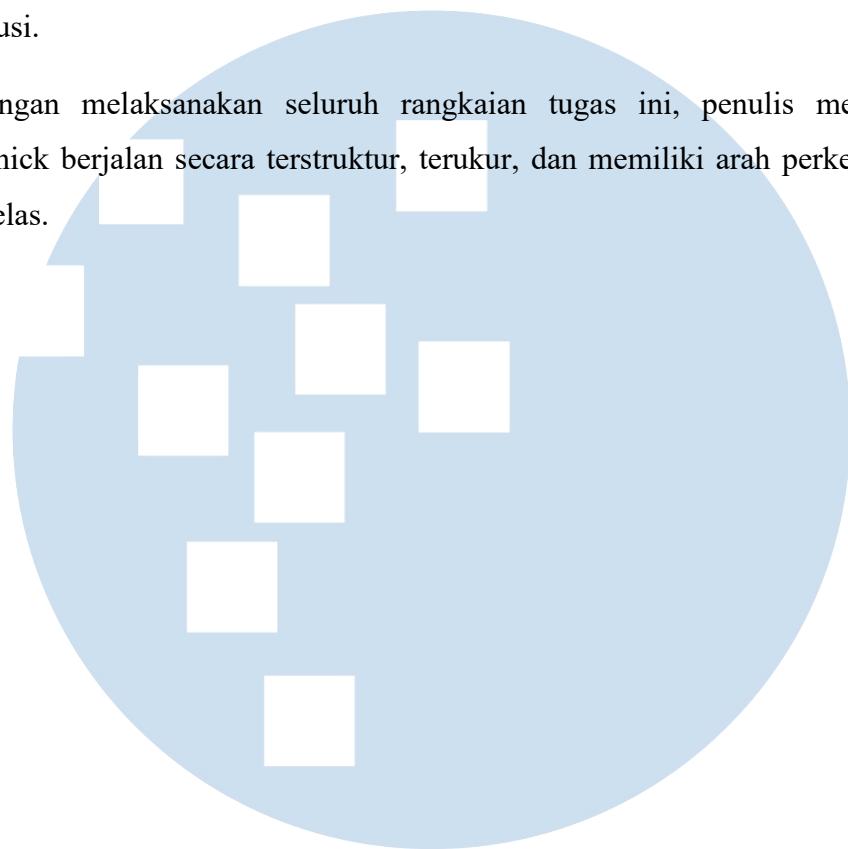
Dengan COO, penulis menyusun **strategi produksi jangka panjang** untuk meningkatkan efisiensi, mempercepat alur produksi, dan menyesuaikan skala produksi dengan permintaan pasar yang terus berkembang.

Dengan CFO, penulis menyusun **perencanaan keuangan tahunan**, termasuk proyeksi biaya, penentuan target profit, pengaturan alokasi dana, dan pertimbangan investasi yang diperlukan untuk pengembangan usaha.

Selain itu, penulis merancang **rencana pengembangan produk** dan arah pertumbuhan bisnis jangka panjang, seperti penambahan varian rasa,

pengembangan menu baru, kolaborasi potensi bisnis, dan perluasan channel distribusi.

Dengan melaksanakan seluruh rangkaian tugas ini, penulis memastikan Conechick berjalan secara terstruktur, terukur, dan memiliki arah perkembangan yang jelas.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dokumentasi :



Gambar 2 4 FGD Interview



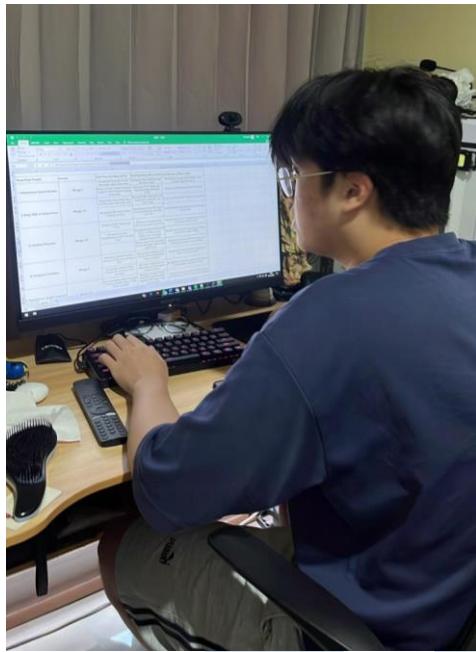
Gambar 2 2 RND Varian Rasa



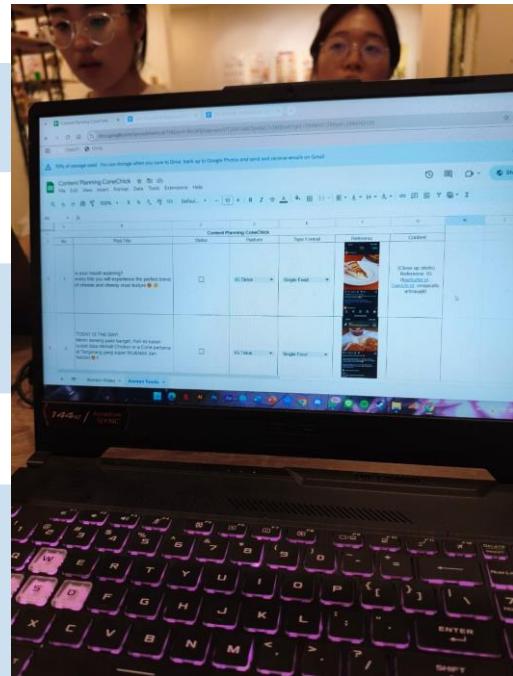
Gambar 2 3 Meeting Pertama



Gambar 2 1 RND Conewaffle



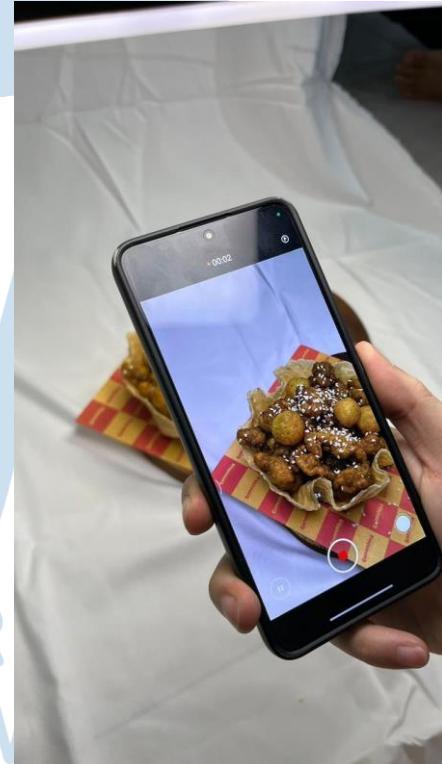
Gambar 2 5 Pembuatan Timeline



Gambar 2 6 Content Plan



Gambar 2 7 Penetapan HPP



Gambar 2 8 Produksi Konten Foto Produk

N U S A N I M A N



Gambar 2 10 Memonitor Produksi



Gambar 2 9 Jualan Keliling



Gambar 2 11 Jualan Keliling

2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan peran sebagai Chief Executive Officer (CEO), penulis menghadapi beberapa kendala yang muncul pada berbagai tahap pelaksanaan proyek. Kendala-kendala ini muncul dari aspek operasional, koordinasi tim, pengambilan keputusan, serta dinamika yang terjadi selama proses produksi dan pemasaran. Berikut adalah hambatan utama yang dihadapi penulis selama menjalankan tugas sebagai CEO:

- **Tantangan dalam Mengkoordinasikan Tiga Divisi Sekaligus (COO, CFO, CMO)**
Sebagai pemimpin, penulis bertanggung jawab memastikan seluruh divisi bergerak sesuai timeline. Namun setelah terjun langsung, terdapat perbedaan ritme kerja, prioritas divisi, serta miskomunikasi yang menyebabkan koordinasi tidak berjalan dengan mulus.
- **Ketidakpastian dalam Pengambilan Keputusan Strategis**
Beberapa keputusan penting seperti penentuan harga jual, pemilihan resep final, dan lokasi jualan keliling tidak selalu dapat ditentukan secara cepat karena memerlukan analisis data, hasil validasi, dan opini dari setiap divisi.
- **Keterbatasan Waktu dalam Penyusunan SOP dan Perencanaan Strategis**
Penyusunan SOP Produksi dan Operasional membutuhkan tingkat ketelitian tinggi. Penulis harus membagi waktu antara penyusunan SOP, memimpin R&D, membuat strategi konten, hingga mempersiapkan validasi pasar. Hal ini menyebabkan waktu penulis sering terbagi dan kurang optimal.
- **Keterbatasan Pengalaman dalam Operasional Produksi**
Walaupun peran operasional dipegang oleh COO, penulis tetap harus mengawasi proses produksi. Namun, pengalaman yang terbatas dalam teknik produksi membuat penulis membutuhkan waktu lebih lama memahami detail teknis dapur.
- **Tantangan Menjaga Konsistensi Brand di Semua Materi Konten**

Beberapa desain awal yang dibuat CMO tidak sepenuhnya sesuai dengan identitas brand yang disepakati. Penulis perlu melakukan revisi dan pengawasan lebih ketat, sehingga memakan waktu dan menunda publikasi konten.

- **Perubahan Kondisi Pasar dan Ketidakpastian di Lapangan**

Selama proses validasi Optimistic, Grey, Huge Market, penulis menghadapi kondisi lapangan yang berubah-ubah seperti jumlah calon konsumen yang tidak stabil dan hambatan dalam proses produksi.

- **Tekanan Dalam Mengambil Keputusan Cepat Saat Produksi**

Beberapa kendala tiba-tiba (bahan baku kurang, alat panas, tekstur produk berubah) menuntut penulis mengambil keputusan cepat. Kondisi ini memberikan tekanan tinggi karena keputusan yang salah bisa berdampak pada kualitas produk.

2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, penulis menerapkan sejumlah solusi strategis yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional maupun dinamika internal kelompok. Solusi-solusi berikut membantu memastikan Conechick tetap berjalan sesuai rencana dan dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

- **Meningkatkan Komunikasi dan Rapat Koordinasi Rutin**

Penulis membuat jadwal koordinasi 1 kali seminggu bersama divisi COO, CMO, dan CFO untuk memastikan setiap divisi melaporkan progres, kendala, dan kebutuhan. Hal ini memperkecil miskomunikasi dan memastikan semua divisi bergerak dalam arah yang sama.

- **Mengambil Keputusan Berdasarkan Data dan Diskusi Tim**

Untuk mengatasi ketidakpastian, penulis mengutamakan pengambilan keputusan berbasis data (hasil validasi, survei, laporan biaya, engagement konten). Penulis selalu mendengarkan masukan dari setiap divisi sebelum mengambil keputusan final agar risiko lebih terkendali.

- **Delegasi Tugas dan Pembagian Waktu yang Lebih Efisien**

Penulis mulai melakukan delegasi tugas teknis ke COO, CFO, dan CMO sehingga bisa fokus pada keputusan strategis. Penulis juga membuat timeline pribadi untuk membagi waktu antara SOP, R&D, dan evaluasi pemasaran.

- **Meningkatkan Pemahaman Operasional Dapur**

Penulis banyak melakukan observasi dan bertanya langsung kepada COO mengenai teknis dapur untuk memahami batasan produksi. Dengan ini, penulis dapat memberikan arahan yang lebih tepat selama monitoring produksi.

- **Pengawasan Ketat terhadap Proses Branding dan Konten**

Penulis terjun langsung dalam mengawasi dan memperbaiki selama proses pembuatan agar produktivitas CMO meningkat serta terarah dan konsisten dalam *branding*.

- **Adaptasi Lapangan dan Penyusunan Rencana Cadangan**

Untuk menghadapi perubahan kondisi pasar saat validasi lapangan, penulis membuat rencana cadangan terkait lokasi alternatif, strategi promosi cepat, dan pengalihan waktu produksi. Fleksibilitas ini membuat kegiatan validasi dan penjualan tetap berjalan.

- **Pengambilan Keputusan Darurat yang Terukur**

Saat terjadi kendala produksi secara mendadak, penulis perlu mempertimbangkan tiga hal yaitu, kualitas produk, waktu produksi, dan biaya operasional. Dengan ini penulis dapat mengambil keputusan cepat tanpa mengorbankan kualitas secara signifikan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA