

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan adalah proses mendirikan dan menjalankan bisnis dengan menggabungkan inovasi, kesempatan, dan cara yang lebih baik untuk menciptakan nilai tambah dalam kehidupan. Ia melibatkan kreativitas, inovasi, pengambilan risiko, serta kemampuan untuk mengelola usaha secara mandiri. Pelaku kewirausahaan disebut wirausahawan, yang berperan sebagai inovator dan penggerak utama dalam menciptakan peluang bisnis baru serta menghadapi risiko usaha.

Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, Indonesia menunjukkan tren positif dalam pertumbuhan kewirausahaan. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang pada tahun 2015 tercatat sebanyak 59,26 juta unit. Jumlah tersebut terus meningkat hingga mencapai 65,5 juta unit pada tahun 2024.

UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian nasional. Sektor ini berkontribusi sebesar 61,9% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, menunjukkan bahwa mayoritas aktivitas ekonomi nasional digerakkan oleh pelaku UMKM. Selain itu, UMKM juga berperan penting sebagai penyerap tenaga kerja. Hingga tahun 2024, UMKM tercatat mampu menyerap hingga 119 juta tenaga kerja, menjadikannya salah satu pilar utama dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Minuman adalah semua jenis cairan yang dapat diminum (drinkable liquid) selain obat – obatan. Minuman mempunyai beberapa fungsi yang mendasar yaitu sebagai penghilang rasa haus, penambah tenaga, dan sarana untuk membantu proses pencernaan makanan (Ekawatiningsih, 2008). Secara umum, minuman dibedakan menjadi tiga golongan yaitu minuman ringan, air mineral dalam kemasan, dan minuman beralkohol.

Minuman ringan terdiri dari beberapa jenis diantaranya air minum dalam kemasan yang mengandung pemanis, soda, kopi, dan teh yang mengandung pemanis, sari buah dengan kemurnian $\leq 50\%$ dan mengandung pemanis, dan minuman yang mengandung susu (Minnesota Revenue, 2014) Minuman sehat adalah minuman yang memiliki kandungan yang baik, bernutrisi tinggi dan tidak mengandung bahan yang menyebabkan tubuh rusak (halodoc jurnalis, 2019)

Minuman sehat adalah minuman yang tidak mengandung gula tambahan atau gula buatan, rendah kalori, dan kaya nutrisi (American Heart Association, 2018). Sedangkan menurut Dr. Josepsh Mercola, minuman sehat adalah minuman yang dibuat dengan bahan – bahan alami dan segar, seperti sayuran, buah – buahan dan tidak mengandung bahan – bahan kimia atau pengawet (Mercola, 2018). Penjelasan dari definisi minuman sehat dapat disimpulkan bahwa minuman sehat adalah minuman yang memiliki kandungan dan khasiat baik untuk tubuh agar mencegah penyakit bagi tubuh manusia. Sehingga minuman ini dapat menjadi salah satu alternatif bagi orang yang sedang menjalankan diet atau menjaga badan agar tidak sakit. Minuman ini dapat dijual dengan bentuk variatif agar konsumen dapat menarik minat untuk mengkonsumsi minuman sehat. Dari segi manfaat yang akan dirasakan oleh konsumen, minuman sehat ini dapat menjadi salah satu peluang bisnis yang cukup menguntungkan dikarenakan orang yang sedang diet atau menjaga badannya untuk mengkonsumsi bahan yang sehat. Serta menjadi salah satu strategi bisnis yang cukup menarik di kawasan sekitar.

Sehat adalah suatu keadaan kesejahteraan fisik, mental, dan sosial yang menyeluruh. Bukan sekadar ketiadaan penyakit atau kelemahan yang mencerminkan kemampuan individu untuk berfungsi secara efektif dalam kehidupan sehari-hari dan berperan dalam lingkungan sosialnya; definisi ini menekankan bahwa kesehatan mencakup semua dimensi kesejahteraan yang saling terkait dan perlu dipahami secara holistik sebagai kondisi yang memungkinkan kehidupan yang produktif dan bermakna, meskipun konsep “complete” dalam definisi WHO juga telah dikaji dalam literatur ilmiah sebagai penegasan komprehensif terhadap elemen-elemen kesejahteraan

daripada sebagai suatu standar sempurna yang absolut, sehingga menegaskan bahwa kesehatan bukan hanya status statis tetapi juga suatu kondisi dinamis yang dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, dan biologis.

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia, suatu makanan atau minuman tidak diklasifikasikan secara absolut sebagai “sehat” atau “tidak sehat”, melainkan dinilai berdasarkan profil gizinya melalui sistem pelabelan yang memungkinkan konsumen menilai tingkat kesehatannya secara objektif; penilaian ini dilakukan melalui kewajiban Informasi Nilai Gizi (ING) yang mencantumkan kandungan energi, gula, lemak, lemak jenuh, protein, dan natrium, pemberian logo “Pilihan Lebih Sehat” bagi produk yang memenuhi kriteria gizi tertentu dalam kategorinya (misalnya kandungan gula, garam, dan lemak yang lebih rendah dibanding produk sejenis), serta penerapan pelabelan gizi bagian depan kemasan (Front-of-Pack Nutrition Labelling/FOPNL) berupa Nutri-Level yang mengelompokkan produk ke dalam tingkat tertentu (misalnya Level A–D) berdasarkan kandungan gula, garam, dan lemak per 100 g atau 100 ml; melalui mekanisme ini, BPOM menempatkan konsep “sehat” sebagai relatif, terukur, dan berbasis bukti gizi, bukan klaim sepihak produsen, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang lebih sadar dan bertanggung jawab sesuai dengan kebutuhan gizi dan batas asupan harian yang dianjurkan (BPOM RI, 2021;BPOMRI,2024).

Oleh karena itu, klaim “smoothies sehat” perlu ditinjau secara cermat. Meskipun Smoogo dapat dikategorikan sebagai smoothies yang lebih sehat karena berbasis buah, tanpa gula tambahan, serta tidak membebani metabolisme apabila dikonsumsi secara wajar, BPOM sendiri menempatkan konsep “sehat” sebagai sesuatu yang bersifat relatif, terukur, dan berbasis bukti gizi, bukan sebagai klaim sepihak dari produsen. Dengan demikian, strategi pemasaran Smoogo perlu memperhatikan penggunaan klaim “sehat” secara hati-hati agar tidak membentuk opini konsumen yang berpotensi menyesatkan atau tidak selaras dengan ketentuan regulasi.

Penulis memilih untuk membentuk Smoogo karena melihat semakin tingginya minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat, khususnya di lingkungan perkotaan. Dalam studi *Sustainable consumption in Indonesia: Health awareness, lifestyle, and trust among Gen Z and Millennials* (Agustina, Susanti & Rana, 2024) yang melibatkan 210 responden usia 18–42 tahun di Jakarta, ditemukan bahwa variabel health awareness dan lifestyle behaviour secara bersama-sama menjelaskan 65,3 % dari varians dalam pilihan makanan sehat (healthy food choices). Meski tren ini berkembang pesat, kenyataannya banyak produk minuman yang tersedia di pasaran masih mengandung gula tambahan, perasa buatan, dan bahan pengawet, sehingga tidak sejalan dengan kebutuhan konsumen yang ingin menjaga asupan sehari-hari. Kondisi inilah yang mendorong penulis untuk menghadirkan Smoogo, sebuah smoothies sehat tanpa gula tambahan yang dibuat dari 100% buah segar pilihan. Smoogo lahir sebagai solusi bagi mereka yang ingin menikmati minuman yang benar-benar alami, menyegarkan, dan bernutrisi, tanpa kompromi terhadap kesehatan. Melalui program Prostep, penulis berharap Smoogo dapat terus berkembang dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat yang menginginkan pilihan hidup sehat yang praktis dan terpercaya.

Target konsumen minuman sehat menghadapi beberapa masalah utama. Mereka suka minuman manis karena rasanya enak, tapi khawatir akan dampak kesehatannya, seperti risiko diabetes dan obesitas. Banyak yang ingin membuat minuman sehat sendiri, tetapi merasa prosesnya rumit dan memakan waktu. Di sisi lain, minuman sehat yang sudah jadi di pasaran biasanya harganya mahal, sehingga sulit dijangkau oleh semua kalangan. Selain itu, rasa minuman sehat sering dianggap kurang menggantikan rasa manis yang disukai, sehingga membuat konsumen sulit beralih sepenuhnya. Dengan demikian, konsumen mencari solusi minuman sehat yang praktis, terjangkau, dan tetap enak supaya sesuai dengan gaya hidup dan perhatian mereka pada kesehatan.

Smoogo hadir sebagai smoothies dari buah-buahan asli dan segar, serta tidak menggunakan gula dan pengawet. Namun tetap mempertahankan rasa enak dan manis. Menggunakan stevia sebagai pengganti gula alami. Stevia, khususnya dalam bentuk steviol glikosida yang diekstrak dari Stevia

rebaudiana, telah dinyatakan aman untuk dikonsumsi berdasarkan evaluasi ilmiah oleh Joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives (JECFA) dan European Food Safety Authority (EFSA), dengan penetapan Acceptable Daily Intake (ADI) sebesar 4 mg steviol per kg berat badan per hari, serta pengakuan GRAS (Generally Recognized as Safe) oleh U.S. Food and Drug Administration (FDA) untuk penggunaannya dalam makanan dan minuman; sejalan dengan standar tersebut, Smoogo menggunakan pemanis stevia merek Beeru yang terbuat dari ekstrak Stevia rebaudiana dengan kemurnian 97%, telah terdaftar di BPOM dan bersertifikat halal, serta hanya digunakan dalam jumlah sangat kecil, yaitu sekitar 2–3 tetes per porsi minuman, sehingga secara kuantitatif berada jauh di bawah batas asupan harian yang direkomendasikan, dan dengan demikian penggunaan stevia pada Smoogo dapat dinilai aman, patuh regulasi, dan berbasis bukti ilmiah, selama dikonsumsi secara wajar dan tanpa disertai klaim kesehatan yang melampaui ketentuan yang berlaku.

1.2 Maksud dan Tujuan

Dalam konteks pengembangan produk maupun pengelolaan bisnis, program ini juga dirancang untuk mendorong mahasiswa berpikir secara kreatif dan inovatif dalam menciptakan, mengembangkan, serta memasarkan produk yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai sosial bagi konsumen. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif terhadap perubahan industri yang berlangsung cepat.

Secara keseluruhan, maksud utama dari kegiatan PRO-STEP adalah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman nyata sebagai calon wirausahawan muda—mulai dari merumuskan ide bisnis, melakukan validasi pasar, hingga menilai aspek operasional dan finansial dasar—sehingga tercipta proses pembelajaran yang komprehensif antara teori dan praktik.

Sebagai peserta PRO-STEP sekaligus Chief Executive Officer (CEO) dalam startup Smoogo, penulis memiliki sejumlah tujuan pribadi dalam mengikuti kegiatan ini, antara lain:

1. Mampu mengembangkan usaha Smoogo hingga mencapai tingkat kemandirian finansial, di mana seluruh biaya operasional dapat terpenuhi dan usaha mampu menghasilkan keuntungan berkelanjutan tanpa dukungan dana pribadi.
2. Mampu merumuskan serta mengarahkan visi, misi, dan strategi keuangan Smoogo agar usaha dapat berkembang secara konsisten dan memiliki daya saing di sektor F&B.
3. Mampu melakukan analisis menyeluruh terhadap biaya produksi dan biaya operasional untuk menentukan harga jual yang ideal, sehingga margin keuntungan dapat dimaksimalkan secara realistis.
4. Mampu menyusun proyeksi pendapatan, pengeluaran, dan kebutuhan modal kerja jangka panjang sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan pendanaan usaha.
5. Mampu menyampaikan hasil analisis dan pencapaian keuangan (Key Performance Indicators/KPI) secara sistematis kepada anggota tim non-keuangan, sehingga seluruh divisi memahami implikasi finansial dari setiap keputusan yang diambil.
6. Mampu memperluas wawasan di luar materi perkuliahan melalui keterlibatan aktif dalam komunitas bisnis, mencari insight strategis, serta menjajaki peluang kolaborasi dan pendanaan untuk meningkatkan kapasitas usaha.
7. Mampu menghadapi berbagai tantangan finansial seperti fluktuasi penjualan atau keterbatasan modal kerja dengan respons yang cepat, tepat, dan terukur.

Melalui seluruh proses yang dijalani dalam PRO-STEP, penulis berharap dapat memperoleh pembelajaran yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga benar-benar aplikatif dan relevan dengan kondisi dunia usaha. Pengalaman ini diharapkan menjadi pondasi yang kuat bagi penulis dalam melanjutkan perjalanan di dunia kewirausahaan maupun karier profesional, sekaligus

memberikan kontribusi nyata melalui hadirnya Smoogo sebagai produk sehat yang inovatif, relevan, dan memberikan pengalaman positif bagi konsumennya.

1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu

Program **Professional Skill Enhancement (PRO-STEP)** diselenggarakan dengan tujuan memberikan pengalaman praktik nyata kepada mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan profesionalisme melalui proses membangun serta mengelola usaha secara mandiri. Kegiatan ini berfungsi sebagai sarana bagi mahasiswa untuk mengimplementasikan berbagai teori manajemen, inovasi, dan kepemimpinan yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam konteks kerja dan dunia bisnis yang sesungguhnya. Pelaksanaan PRO-STEP dirancang secara sistematis melalui tahapan yang terstruktur, sehingga mahasiswa terutama yang berfokus pada bidang entrepreneurship dapat mengikuti prosesnya dengan baik, mulai dari tahap perumusan ide bisnis, operasionalisasi kegiatan, hingga evaluasi akhir proyek.

Walaupun PRO-STEP secara resmi dimulai pada **25 Agustus 2025**, tim **Smoogo** telah memulai berbagai kegiatan persiapan sejak **Juni 2025**. Persiapan ini dilakukan secara mandiri sebagai wujud antusiasme dan komitmen tim untuk membangun dasar bisnis yang lebih matang sebelum program dimulai. Pada tahap pra-program tersebut, tim melaksanakan beberapa kegiatan awal seperti pembentukan tim, brainstorming konsep, eksplorasi ide produk, serta riset sederhana mengenai tren pasar dan preferensi konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa. Dengan adanya persiapan ini, tim Smoogo telah memiliki arah yang lebih jelas ketika PRO-STEP resmi berlangsung dan dapat memasuki tahap pengembangan produk serta operasional bisnis dengan lebih terstruktur.

Penulis mengikuti seluruh rangkaian kegiatan PRO-STEP selama empat bulan, mulai dari 25 Agustus 2025 hingga 24 November 2025. Selama periode tersebut, penulis mendapatkan bimbingan dari Bapak Arief Iswariyadi selaku

advisor dan dosen pembimbing internal. Selain itu, proses pembelajaran juga diperkaya dengan pendampingan dari Bapak Arief Iswariyadi sebagai mentor untuk mata kuliah keuangan *Mastering Your Entrepreneurship Finance*, serta Bapak Ismatullah sebagai mentor eksternal yang memberikan arahan praktis terkait manajemen bisnis dan pengembangan produk.

1. Tahap Pembentukan Tim dan Penetapan Peran

Tim **Smoogo** dibentuk secara mandiri oleh tiga anggota yang telah memiliki hubungan kerja yang baik sebelumnya. Pembagian struktur organisasi dilakukan berdasarkan minat dan keahlian masing-masing anggota, dengan penetapan posisi Kennyro Irawan sebagai CEO sekaligus CMO, Kennyro Irawan sebagai COO, dan Vallene Glaudensia sebagai CFO. Pada tahap awal ini, tim juga menyepakati nilai-nilai dasar kerja seperti komunikasi terbuka, kolaborasi, tanggung jawab individu, komitmen belajar, serta integritas dalam bekerja. Tahap pembentukan tim menjadi pondasi penting untuk memastikan proses kerja yang selaras sepanjang program berlangsung.

2. Tahap Ideasi dan Validasi Awal

Melalui proses brainstorming dan diskusi intensif, tim **Smoogo** memilih smoothies sehat tanpa gula tambahan sebagai produk utama. Keputusan ini didasarkan pada tren gaya hidup sehat, kemudahan akses bahan baku, dan fleksibilitas dalam eksplorasi varian rasa. Konsep inti yang diusung adalah *healthy lifestyle beverage* yang menyajikan rasa alami dari buah segar. Identitas awal Smoogo ditetapkan melalui pemilihan nama, penyusunan tagline, dan pembuatan logo sederhana.

Tahap ideasi juga diikuti oleh riset kompetitor di pasar minuman sehat, termasuk analisis beberapa merek smoothies lokal di sekitar kampus. R&D awal dilakukan untuk menciptakan base smoothies yang konsisten dan menemukan dua varian rasa yang paling diminati. Melalui rangkaian kegiatan tersebut, Smoogo memperoleh

fondasi yang kuat untuk memasuki tahap pengembangan produk yang lebih terarah.

3. Tahap Pendaftaran dan Pembekalan Awal

Tahap awal PRO-STEP menjadi momen penting untuk mengenalkan mahasiswa pada orientasi program, aturan pelaksanaan, dan sistem pelaporan yang harus dijalankan. Setelah resmi terbentuk, tim **Smoogo** segera melakukan pendaftaran, menyempurnakan pembagian peran, serta mengikuti sesi briefing dari Kaprodi Manajemen. Pada tahap ini, tim juga menerima pembekalan intensif melalui materi “Mastering Your Entrepreneurial Finance” oleh Bapak Arief Iswariyadi serta sosialisasi teknis penggunaan platform PRO-STEP.

Tahap ini menjadi pondasi bagi tim untuk memahami pentingnya manajemen waktu, pencatatan keuangan yang akurat, dan kedisiplinan dalam menjalankan setiap aktivitas bisnis yang direncanakan.

4. Tahap Research & Development (R&D) Lanjutan

Tahap ini berfokus pada penyempurnaan formula smoothies, standarisasi rasa, serta optimalisasi proses produksi. R&D dimulai dengan serangkaian uji coba bahan baku dan kombinasi buah untuk menghasilkan tekstur smoothies yang lebih halus dan stabil. Tim juga memperkuat aspek branding awal, menyusun standar kerja sederhana, serta memperbaiki sistem dokumentasi keuangan berdasarkan hasil mentoring.

Seiring meningkatnya permintaan selama masa coba jual (trial selling), tim menghadapi tantangan produksi berskala besar yang mendorong lahirnya penyusunan SOP operasional produk. Meski sempat menjajaki pengembangan varian baru, Smoogo memutuskan untuk memfokuskan kualitas pada varian utama terlebih dahulu

sebelum melakukan ekspansi rasa. Tim Smoogo juga memutuskan untuk membeli blender dan peralatan-peralatan yang dibutuhkan untuk mendorong operasional.

5. Tahap Produksi dan Validasi Pasar

Tahapan ini menjadi titik awal produksi massal dan penjualan nyata Smoogo. Dimulai dengan Mengajak teman-teman dan keluarga diberikan tester untuk mengumpulkan umpan balik, tim memperbaiki rasa, tekstur, dan tampilan produk. Setelah itu, tim menghadapi tantangan besar berupa pesanan dalam jumlah tinggi dari pelanggan kampus, yang menguji kemampuan tim dalam mengelola waktu, logistik, dan pembagian tugas antar divisi.

Pengalaman tersebut mendorong pembentukan SOP layanan pelanggan dan manajemen pesanan yang lebih profesional. Selain itu, tim terus melakukan evaluasi internal dan R&D lanjutan untuk meningkatkan kualitas rasa dan konsistensi smoothies berdasarkan hasil feedback pelanggan. Melalui tahap ini, potensi pasar Smoogo semakin terlihat dan pola kerja tim menjadi lebih terstruktur.

6. Tahap Implementasi Strategi Bisnis dan Pemasaran

Pada fase ini, fokus utama tim adalah mentransformasi Smoogo dari proyek akademik menjadi bisnis kecil yang profesional. Tim melakukan evaluasi branding, memperbarui desain logo dan konsep kemasan untuk meningkatkan daya tarik visual.

Selain itu, tim aktif mengikuti webinar eksternal, menerima dua sesi mentoring bisnis dari Bapak Ismatullah, dan mendalami strategi terkait penetapan harga, analisis biaya terselubung, konsistensi identitas visual, serta benchmarking kompetitor.

Untuk memperluas jangkauan bisnis, tim juga menyiapkan metode pembayaran digital melalui pendaftaran QRIS, menjajaki potensi maklon, dan mulai merancang kebutuhan bazaar seperti perlengkapan

booth serta akun marketplace. Validasi publik dilakukan melalui Focus Group Discussion (FGD) yang menghasilkan masukan penting terkait kemasan dan identitas merek. Tahap ini berhasil memperkuat positioning Smoogo sekaligus menyiapkan bisnis untuk tahap komersial berikutnya.

7. Tahap Evaluasi dan Penyusunan Laporan Akhir

Tahapan akhir PRO-STEP berfokus pada evaluasi menyeluruh dan penyusunan laporan akhir. Setiap anggota tim bertanggung jawab atas bagian laporan sesuai divisi masing-masing. Kegiatan penting pada fase ini meliputi revisi RAB, pengembangan dokumen produksi (SOP), persiapan FGD final, digitalisasi arsip, dan penyelesaian seluruh output program termasuk proposal bazar dan akun marketplace.

Mentoring lanjutan diberikan terkait penetapan target bisnis, innovation adoption curve, hingga benchmarking strategi. Evaluasi internal dilakukan untuk memastikan semua aspek operasional, pemasaran, dan keuangan terdokumentasi dengan baik.

Tahap ini sekaligus menjadi momentum refleksi atas perjalanan empat bulan Smoogo selama mengikuti PRO-STEP. Melalui kerja tim yang konsisten, komunikasi terbuka, dan kedisiplinan yang meningkat, tim berhasil menyelesaikan seluruh rangkaian program, memperkuat karakter profesional anggota tim, serta meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi dunia kewirausahaan setelah lulus.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apa permasalahan yang dihadapi target konsumen terkait minuman?
2. Bagaimana cara Smoogo menjalankan bisnis yang berkelanjutan?
3. Strategi pemasaran apa yang tepat untuk meningkatkan brand awareness Smoogo?

1.5 Manfaat

Pelaksanaan kegiatan dalam Professional Skill Enhancement Program (PRO-STEP) memberikan beragam nilai tambah bagi penulis, baik dalam aspek profesional, personal, maupun akademik. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan tanggung jawab perkuliahan, tetapi juga menjadi media pengembangan kapasitas diri yang relevan untuk persiapan karir dan dunia kewirausahaan setelah menempuh pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara.

Secara keseluruhan, manfaat yang diperoleh dari program ini dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori utama, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis, yang dijelaskan pada bagian berikutnya.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Melalui keikutsertaan dalam program PRO-STEP, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengaplikasikan berbagai konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan di Program Studi Manajemen, khususnya terkait kewirausahaan, kepemimpinan, dan komunikasi organisasi. Keterlibatan penulis dalam menjalankan bisnis rintisan Smoogo memberikan pengalaman langsung tentang bagaimana teori-teori tersebut diterapkan dalam situasi nyata.

Dalam proses pengelolaan usaha, penulis mempraktikkan kerangka manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling). Melalui penerapan POAC, penulis dapat melihat pentingnya perencanaan yang terarah, pengorganisasian sumber daya yang efektif, pelaksanaan kegiatan yang sesuai tujuan, serta pengawasan yang dilakukan secara berkelanjutan. Pengalaman ini memperlihatkan bahwa prinsip manajemen klasik tetap relevan dan dapat disesuaikan untuk kebutuhan pengelolaan usaha kecil secara efisien.

Selain itu, kegiatan PRO-STEP turut memperdalam pemahaman penulis mengenai bagaimana proses kewirausahaan dapat diterjemahkan menjadi strategi operasional yang lebih konkret, mulai dari tahap pencarian

ide, analisis pasar, hingga penyelenggaraan aktivitas bisnis secara langsung. Dengan demikian, program ini menjadi sarana pembelajaran yang efektif untuk menghubungkan teori dan praktik, sekaligus mempersiapkan penulis dalam menghadapi berbagai tantangan di dunia usaha yang sesungguhnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dari sisi praktis, kegiatan PRO-STEP menjadi wadah pembelajaran langsung bagi penulis dalam membangun dan menjalankan bisnis kecil secara menyeluruh dimulai dari tahap pengumpulan ide, riset dan pengembangan produk, proses produksi, validasi peran sebagai Chief Operation Officer (COO) tim Smoogo. Penulis belajar untuk menjadi pemimpin sekaligus rekan kerja yang mampu mendengarkan, memotivasi, dan menjadi penengah dalam perbedaan pendapat di dalam tim. Kegiatan ini juga melatih kemampuan berpikir kritis, pengambilan keputusan strategis, serta komunikasi interpersonal yang efektif agar kerja sama tim dapat berjalan maksimal dan berkelanjutan.pasar, hingga pelaksanaan penjualan dan strategi pemasaran. Melalui pengalaman tersebut, penulis memperoleh pemahaman konkret mengenai dinamika operasional sebuah bisnis, sekaligus mengasah kemampuan dalam menghadapi permasalahan nyata di lapangan.

Selain itu, program ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan kepemimpinan (leadership) melalui

Secara keseluruhan, PRO-STEP membantu penulis menumbuhkan sikap tangguh, adaptif, dan kolaboratif yang sangat dibutuhkan dalam dunia profesional dan kewirausahaan di masa depan. Pengalaman yang diperoleh selama program ini menjadi bekal berharga dalam membentuk karakter wirausaha muda yang kompeten, beretika, dan siap berkontribusi bagi pengembangan bisnis lokal di Indonesia.