

BAB II

PELAKSANAAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan
Selama Prostep

No.	Pekan	Proyek	Keterangan
1	1 (22 Agustus - 29 Agustus 2025)	Brainstorming	Ide bisnis terpilih adalah Produk Bakso Frozen Kuah. Pemilihan ini didasarkan pada penilaian bahwa produk tersebut memiliki risiko pembusukan yang lebih rendah dan segmentasi pasar yang lebih luas dibandingkan Bakso Frozen Keju Mozarella, sehingga meminimalkan kerugian dan memaksimalkan jangkauan pelanggan.
2	2 (30 Agustus - 5 September)	Initial Validation & Customer Desire	Untuk memvalidasi pasar dan mengukur keinginan konsumen, pihak Meatball Time melakukan wawancara terhadap sekitar 12 narasumber (terdiri dari pekerja dan mahasiswa). Para narasumber diberikan prototipe produk bakso (tester) dan diminta memberikan pendapat, argumen, serta preferensi mereka. Secara keseluruhan, masukan yang diterima dari narasumber rata-rata baik dan menjadi tolok ukur (benchmark) awal untuk pengembangan produk bakso Meatball Time.
3	3 (6 September 2025 - 13 September 2025)	Finance Lecture and Guest Lecture	Kelompok Meatball Time (Juan, Christopher, Archie, Dionisius) menghadiri kegiatan seminar keuangan dan Guest Lecture, memberikan kelompok gambaran awal untuk ide bisnis B2C dan B2B.
4	4 (14 September 2025 - 21 September 2025)	Initial product prototyping	Tahapan dimana Kelompok dalam proses mendesain produk awal MVP (Minimum

			Viabile Product), kelompok melakukan tes rasa bumbu, takaran bumbu, dan konsistensi rasa bakso, dan ukurannya)
5	5 (22 September 2025 - 28 September)	Packaging Design and Product positioning	Kelompok mendesain packaging product yang mencakup packaging luar, logo, plastik vakum dan alumunium foil untuk bumbu, dan menyesuaikan HPP. Selain itu, juga mendefinisikan product Meatball Time untuk bergerak pada <i>Niche Market</i> .
6	6 (29 September 2025 - 5 Oktober 2025)	Demo-day Preparation	Kelompok Meatball Time mempersiapkan kebutuhan bakso, media/alat makan, peralatan masak, dan early product untuk Demo-day product, serta mengevaluasi ulang rasa product bakso.
7	7 (6 Oktober 2025 - 12 Oktober)	Demo-day	Kelompok menghadiri Demo-day, mendapati feedback yang baik dari tester, dan <i>Tidak sama sekali</i> mendapatkan feedback kritik, mendapati saran dari dosen untuk menaikkan harga jual produk.
8	8 (27 Oktober - 2 November)	Market Test Location Survey & Organization Structurizing	Atas saran dari Dosen Pembimbing, (Ir. Dr. Yosef Budi Susanto), kelompok Meatball Time melakukan pembagian peran masing-masing anggota; Dionisius sebagai CEO, Juan sebagai CMO, Christopher sebagai COO, Archie sebagai CFO. Selanjutnya kelompok melakukan survey pasar untuk market test di Pasar Delapan Alam Sutera.
9	9 (3 November - 9 November)	FGD (Focus Group Discussion) - Preparation & Execution	Kelompok melakukan persiapan FGD dengan narasumber para ibu rumah tangga yang berdomisili di daerah Gunung Sindur, Jawa Barat. Pelaksanaan FGD dilakukan pada tanggal 8 November 2025, hasil FGD dianalisis oleh kelompok, sebagai benchmark improvisasi produk dan pembuatan varian baru produk.
10	10 (10 November - 16 November)	Booth & Multiple Locations Brainstorming	Kelompok melakukan brainstorming bagi ide pembuatan booth dagang yang mencakup desain dan harga booth. Setelahnya, kelompok Meatball Time melakukan brainstorming untuk mencari ide pasar yang ideal bagi market test optimistik, yang mencakup CFD, Bazaar, Pasar Tradisional/Modern, dan Taman Kota.
11	11 (17 November - 23 November)	Locations Acquirement &	Atas izin dua pemilik spot yang masing-masing memiliki tempat di Pasar Paramount Gading Serpong dan Pasar Delapan Alam

		Market Test Execution,	Sutera untuk memperbolehkan Kelompok menumpang berjualan di dekat tempat berdagang milik pemilik spot. Setelah mendapatkan dua spot yang sudah ditetapkan, Kelompok melakukan Kegiatan tes pasar (20 November - 23 November 2025)
12	12 (24 November - 30 November)	Gray Market Execution	Kelompok telah menetapkan dua Gray Market untuk Market Test; Whatsapp Messenger & Shopee, sebagai platform marketing dengan berbagai jenis konsumen, pelaksanaan dilakukan hingga sekarang (1 Desember 2025), hasil penjualan Whatsapp Messenger sejauh dari awal sampai sekarang menjadi penjualan tertinggi yang dilakukan Meatball Time
13	13 (1 Desember - 7 Desember)	Huge Market & Report	Kelompok meatball time melakukan survey pada beberapa frozen food, sampai sekarang masih mencari frozen food yang dapat memberikan 'deal' paling baik. Kelompok meatball time juga menyusun laporan hasil kerja selama satu semester.
14	14 (8 Desember - 14 Desember)	Final Week & Examination	Setelah seluruh rangkaian kegiatan untuk menyusun laporan, kelompok mengikuti sidang mengenai bisnis yang telah dilakukan.

2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Officer

Dalam bab ini akan berisi uraian mengenai apa saja yang dilakukan oleh penulis selama menjalani program Prostep bidang kewirausahaan dari minggu pertama sampai dengan minggu ke 12. Dalam bab ini, semua kegiatan yang ditulis oleh penulis telah disesuaikan dengan bidang yang diambil penulis. Penulis sebagai Chief Finance Officer (CFO) bertugas untuk mengurus dan memastikan seluruh keuangan dari bisnis meatball time berjalan dengan baik. Hal tersebut meliputi pengerjaan laporan keuangan, mengatur cash flow, dan ikut andil dalam pengambilan Keputusan pembelian peralatan/perlengkapan.

2.2.1. Minggu pertama - Menentukan Main Product Dan Target Customer

Sebelum program kuliah peminatan Entrepreneurship dimulai, penulis membentuk kelompok yang beranggotakan 4 orang. 4 anggota tersebut terdiri dari penulis (Archie Indra Santoso), Dionisius Rangga, Juan Ifayen, dan Christoper Nofranto. Sebelum pertemuan pertama program kuliah peminatan Entrepreneurship diadakan, kelompok melakukan brain storming untuk mencari ide bisnis apa yang bisa dirintis kedepannya. Ide pertama tercetus dari Dionius Rangga, ia memiliki ide untuk mengembangkan produk bakso. Bukan tanpa landasan, Dionius Rangga mengenal baik seorang supplier bakso dan ia juga mengetahui cukup banyak mengenai bakso. Kemudian ide kedua tercetus dari penulis (Archie Indra Santoso), pada awalnya penulis memiliki ide untuk mengembangkan brand parfum. Hal ini dilandasi oleh penulis yang menemukan beberapa supplier parfum dengan harga yang cukup bagus.

Setelah berdiskusi bersama, akhirnya penulis dan kelompok memutuskan untuk memilih produk bakso. Karena setelah penulis dan kelompok mencoba bakso dari supplier yang dikenalkan oleh Dionius Rangga, penulis dan kelompok merasa bahwa bakso tersebut memiliki potensi karena rasanya yang diatas rata-rata bakso pada umumnya. Dalam perkuliahan perdana, penulis dan kelompok menerima pembelajaran mengenai target customer dan the worth problem. Dalam menentukan target customer, penulis pada awalnya memilih pelajar sebagai target utamanya. Karena penulis peranggapan bahwa biasanya pelajar sering bingung untuk mencari makanan yang bisa dijadikan lauk saat berada di kos dan bisa dimakan kapan saja dengan cara masak yang praktis. Dan pada akhirnya penulis dan kelompok memilih nama “Meatball Time” sebagai nama bisnis yang akan dirintis selama beberapa waktu kedepan.

2.2.2. Minggu Kedua - Menentukan Main Product Dan Target Customer

Dalam minggu kedua, penulis menerima pembelajaran mengenai problem validation dari terget customer yang ingin penulis sasar. Dalam minggu kedua ini penulis memikirkan apakah produk bakso ini termasuk value, benefit, atau spesification. Sehingga penulis dan kelompok kembali melakukan brainstorming dan membedah dimana product positionin dari produk bakso ini. Setelah berdiskusi, penulis menemukan bahwa bakso frozen ini apabila dipacking dengan bumbu kuah bisa menjadi benefit, sehingga para konsumen dapat menikmati bakso kuah ini kapan saja dan dimana saja tanpa perlu memikirkan bagaimana cara menikmatinya. Dalam minggu kedua ini penulis dan kelompok juga menerima informasi bahwa ada target bulanan yang harus dicapai dalam program ini, yaitu 2.500.000 rupiah per bulannya.

Setelah mengetahui hal tersebut, penulis sebagai CFO mulai menghitung HPP dari produk yang akan dikembangkan. Setelah menghitung HPP per produknya, penulis menemukan bahwa HPP dari 1 pack produk bakso frozen isi 6 dengan bumbu ini memerlukan cost 9.000 rupiah per produknya. Dan harga jual yang paling minimalnya adalah 15.000 rupiah, tetapi harga tersebut kemungkinan

besar perlu naik apabila terdapat biaya lain dan terlalu beresiko karena marginnya tipis. Disini penulis mulai sadar, bahwa problem dari target pasar yang sering dipikirkan oleh penulis baru lapisan luar/ surfacenya saja. Sedangkan budget makan harian juga menjadi salah satu masalah utama untuk sebagian besar pelajar, sehingga hal ini membuat kebanyakan pelajar sensitif harga dan cenderung membandingkan dengan makanan lain yang dirasa lebih worth it walaupun jenisnya berbeda. Karena hal tersebut, penulis sebagai CFO kembali memutar otak untuk mencari target market yang lebih tepat. Dan pada akhirnya, penulis dan kelompok sepakat untuk mengganti target marketnya.

2.2.3. Minggu Ketiga - Menentukan Main Product Dan Target Customer

Dalam minggu ketiga, penulis mulai memvalidasi kembali apa masalah utama dari target market dan masalah apa yang ingin diselesaikan. Pada saat yang sama, Dionisius juga mengusulkan ide untuk membuat bakso berisi keju mozarella. Hal ini dilandasi karena viralnya bakso keju di tiktok. Penulis sebagai CFO pun mulai menghitung perkiraan HPP per produk untuk bakso keju. Dan penulis menemukan bahwa HPP untuk membuat 1 pack bakso keju isi 4 adalah 28.000 rupiah. Dan harga jual yang diperkirakan bisa laku di harga 40.000 – 45.000 rupiah. Penulis sebagai CFO kurang setuju dengan ide bakso ini. Hal ini dilandasi karena pasar untuk produk tersebut tidak besar dan perputarannya cenderung lambat. Selain itu keju mozarella juga rawan rusak jika penyimpanannya tidak benar. Lewat pertimbangan tersebut penulis merasa bahwa produk tersebut terlalu beresiko untuk bisnis rintisan yang cash flow nya belum matang. Karena apabila produknya tidak laku dan rusak, hal ini berkemungkinan menghambat cash flow yang perlu dipakai untuk produksi.

Pada akhirnya penulis tetap memilih bakso kuah siap saji sebagai main product, hanya saja penulis dan kelompok memutuskan untuk mengubah target marketnya dari yang awalnya adalah pelajar menjadi pekerja. Hal ini didasari oleh pekerja yang sering kali bingung mencari makanan ketika pulang kantor akibat kebanyakan tempat makan sudah tutup. Dan biasanya pekerja juga cenderung sibuk dan tidak memiliki waktu yang banyak untuk memasak, sehingga memerlukan makanan yang praktis. Selain itu, buying power dari pekerja (khususnya pekerja dengan gaji diatas UMR) cenderung lebih besar daripada pelajar. Sehingga hal ini memungkinkan kami untuk sedikit lebih leluasa menyesuaikan harganya.

2.2.4. Minggu Keempat – Menentukan Target Comercial produk

Dalam minggu keempat terdapat Guest Lecture yang diisi oleh CEO Booleet, yaitu kak Cindy. Disini penulis mendapatkan insight seperti pentingnya untuk menentukan diferensiasi produk agar bisa bersaing, bagaimana strategi penetapan harga yang baik dan sebagainya. Salah satu insight yang dirasa sangat berguna bagi

penulis adalah strategi penetapan harga, yang dimana penulis bisa mencoba menjual produk yang sama dengan harga yang berbeda di beberapa tempat untuk menemukan harga terbaik. Dalam minggu ini penulis juga mendapatkan pembelajaran mengenai konsistensi dan quality control produk. Hal ini sangat berhubungan dengan masalah penulis mengenai produk baksonya, yaitu harga daging yang cenderung berubah-ubah dan kualitas bakso yang terkadang kurang konsisten (terdapat tulang muda di dalam baksonya). Karena itu penulis sebagai CFO membuka diskusi bagaimana penulis dapat menjaga konsistensi kualitas bakso namun HPPnya tetap di harga 9000 rupiah. Setelah berdiskusi, Dionisius sebagai CEO menemukan solusi, yaitu dengan menggiling baksonya per 5 kilo agar bisa lebih halus dan meminta supplier untuk memilih bagian daging yang lebih baik.

2.2.5. Minggu Kelima – Merancang MVP Design

Dalam minggu keempat ini, penulis berfokus untuk membuat prototype dan MVP Design produk termasuk juga dari segi perhitungan keuntungannya. Dalam pembuatan MVP Design, penulis juga memutuskan untuk menjadikan kualitas bakso yang terbuat dari 90% sebagai main power untuk meningkatkan harga jual. Penulis sebagai CFO juga mulai mendiskusikan mengenai packaging yang dipakai beserta costnya. Dionisius sebagai CEO awalnya memberikan ide untuk memvakum baksonya dan untuk bumbunya menggunakan plastik zip. Namun penulis sebagai CFO memberikan saran untuk sebaiknya menggunakan aluminium sachet yang jauh lebih rapat. Hal ini didasari karena ziplock rawan bocor walaupun harganya memang jauh lebih murah. Namun setelah berdiskusi bersama, hal tersebut diputuskan untuk menjadi rencana kedepannya saja. Sehingga dalam MVP design, penulis dan kelompok masih mencoba menggunakan ziplock.

2.2.6. Minggu Keenam – Memperbaiki MVP Design dan Mempersiapkan Demo Day

Dalam minggu keenam, penulis menemukan bahwa ziplock untuk bumbu yang dicoba sebelumnya rawan kemasukan air. Sehingga penulis sebagai CFO mencoba menentukan kembali cost untuk packaging. Setelah mencari harga yang terbaik, penulis mendapati bahwa biaya yang diperlukan untuk packaging adalah 1.170 rupiah. Biaya packaging tersebut meliputi plastik vakum 10x15cm seharga 260 rupiah, standing pouch window seharga 510 rupiah, aluminium sachet seharga 150 rupiah, dan label seharga 250 rupiah. Selain itu, penulis sebagai CFO juga memperhitungkan biaya yang diperlukan untuk melakukan Demo Day. Biaya tersebut meliputi 50 pcs thinwall 50ml dengan harga 20.000 rupiah, 50 pcs sendok plastik seharga 5000 rupiah, dan bakso seberat 3kg seharga 195.000 rupiah. Setelah memperhitungkan biayanya, penulis membagi 4 secara rata pengeluaran yang ada, dan mengumpulkan kas dari masing-masing anggota yang kemudian digunakan untuk membeli perlengkapan Demo Day. Selain itu penulis bersama kelompok juga

berdiskusi bersama untuk memperbaiki MVP Design Journey. Penulis dan kelompok membahas kembali siapa target market utamanya, apa permasalahan utamanya, apa solusi yang bisa ditawarkan dan menentukan business focusnya. Penulis dan kelompok juga menentukan 3 main function dan main features dari produk bakso yang dibuat.

2.2.7. Minggu Ketujuh – Demo Day

Dalam minggu ketujuh, penulis dan kelompok melaksanakan Demo Day sebagai tugas mata kuliah Product Design and Development. Dalam Melaksanakan Demo Day, penulis juga bertugas untuk menyediakan peralatan seperti kompor portable induksi, panci dan sebagainya. Pelaksanaan Demo Day pun juga berjalan dengan baik. Bakso yang kami sajikan untuk teman-teman sekelas dan dosen mendapatkan respon yang positif. Banyak dari mereka yang mengakui kualitas baksunya bagus dan rasanya sangat enak. Bahkan kami mendapatkan masukan dari Ibu. Putu untuk menaikkan harganya agar ketika melakukan diskon, hasil penjualan yang didapat masih bisa memberikan keuntungan yang cukup besar. Setelah berjalannya Demo Day, penulis sebagai CFO menulis seluruh pengeluaran yang ada saat Demo Day dan mempersiapkan pengerjaan UTS.

2.2.8. Minggu Kedelapan – Memvalidasi Market

Dalam minggu kedelapan ini, penulis mendapatkan pembelajaran dari kelas Product Design and Development mengenai proses yang akan dilalui kedepannya dalam mata kuliah tersebut. Proses yang nantinya akan dijalani tersebut meliputi Market Validation, Focus Group Discussion, Optimistic Market, Grey Market dan Huge Market. Dalam minggu ke delapan ini, hal yang menjadi fokus penulis adalah Market Validation. Setelah berkonsultasi dengan dosen, dosen berpendapat bahwa target market yang seharusnya adalah ibu-ibu. Karena pada umumnya yang mengambil keputusan pembelian bahan makanan untuk suami dan anaknya adalah ibu-ibu. Karena itu, dalam minggu kedelapan ini penulis dan kelompok juga memulai untuk mencari 8 ibu-ibu yang bersedia untuk menjadi Narasumber dalam Focus Group Discussion. Selain itu, penulis memutuskan untuk membeli alat vakum dan beberapa perlengkapan untuk memproduksi beberapa pack bakso.

2.2.9. Minggu Kesembilan – Melaksanakan FGD

Setelah penulis dan kelompok mencari ibu-ibu yang bersedia untuk menjadi Narasumber dalam Focus Group Discussion, penulis dan kelompok memilih ibu-ibu arisan gunung sindur sebagai narasumbernya. Dalam minggu kesembilan, penulis sebagai CFO memperhitungkan estimasi biaya yang diperlukan untuk

melaksanakan FDG. Hal tersebut meliputi biaya transport, biaya bakso yang dipakai di FGD dan sebagainya. Biaya-biaya tersebut kemudian dicatat di pembukuan sebagai pengeluaran. Dalam pelaksanaan FDG di minggu kesembilan, penulis juga bertugas sebagai penyedia peralatan seperti kamera, tripod, dan sebagainya. Penulis juga bertugas sebagai narator yang akan menanyakan pertanyaan secara langsung pada ibu-ibu selama berjalannya FDG. Dan hasil dari FDG tersebut terbilang memuaskan. Banyak peserta dari FGD yang merasa bahwa kualitas dari baksonya sangat baik dan berbeda jauh dengan bakso yang biasanya mereka beli di tukang sayur. Beberapa peserta FGD juga memberikan masukan untuk membuat pack besar. Karena bagi sebagian ibu-ibu yang biasanya memasak untuk keluarga, pack kecil dirasa kurang efisien dan mereka juga tidak terlalu memerlukan bumbunya.

Setelah mendapatkan masukan dari FGD, penulis sebagai CFO mulai meriset berapa biaya yang diperlukan untuk membuat pack besar. Setelah berdiskusi bersama dengan kelompok, Penulis dan kelompok sepakat untuk mencoba membuat pack besar berisi 20 bakso. Berdasarkan perhitungan penulis, 1 pack besar isi 20 bakso membutuhkan biaya sebesar 27.000 rupiah. Hal tersebut meliputi bakso 20 pcs seharga 26.000 rupiah dan plastik vakum + stiker seharga seribu rupiah. Setelah dirasa biayanya masuk, penulis dan kelompok mencoba untuk memproduksi bakso pack besar untuk pertama kalinya.

2.2.10. Minggu Kesepuluh – Mengsurvei Tempat Untuk Pelaksanaan Optimistic Market

Dalam week kesepuluh, penulis dan kelompok diminta untuk mencari tempat yang bisa digunakan untuk optimistic market. Dalam minggu tersebut, penulis dan kelompok mencari tempat untuk pelaksanaan optimistic market. Dari hasil survei tempat, penulis dan kelompok menemukan beberapa tempat yang masih memiliki tenant booth yang kosong. Tenant tersebut adalah booth harian di pasar modern dengan harga 250.000 perhari dan tenant di pasar modern intermoda seharga 500.000 perhari. Tetapi pada akhirnya penulis dan kelompok memilih untuk menumpang di kios dapur mamee yo pasar paramount dan bakmi katana pasar 8 alam sutera sebagai tempat untuk melakukan optimistic market test selama 4 hari. Dan rencananya 2 hari pertama penulis dan kelompok berjualan di depan kios 2 hari dari jam 8.00 – 12.00, sedangkan di hari ke 4 dan ke 4 penulis rencananya berjualan didepan kios dapur mamee yo dari jam 7.00 – 11.00. Dalam minggu kesepuluh ini, penulis sebagai CFO juga mencarikan ornamen seperti banner untuk dijadikan media promosi. Setelah mencari, penulis menghitung berapa total pengeluaran yang dibutuhkan untuk berjualan. Setelah dihitung, penulis menemukan bahwa biaya yang dibutuhkan adalah 1.026.000 rupiah. Biaya tersebut meliputi HPP 12 kg bakso seharga 780.000 rupiah, packing untuk 100 pack bakso kecil seharga 120.000 rupiah, packing untuk 20 pack bakso besar seharga 20.000 rupiah, standing x banner seharga 80.000 rupiah, dan 2 poster akrilik stand seharga 26.000 rupiah.

2.2.11. Minggu Kesebelas – Melaksanakan Optimistic Market

Dalam pelaksanaan optimistic market, penulis berjualan di pasar 8 alam sutera pada hari pertama dan kedua pelaksanaan optimistic market. kami membagikan tester dan berhasil menjual 4 bakso pack besar dan 12 bakso pak kecil. Target penjualan yang diberikan adalah 37 pack bakso kecil perharinya. Sehingga jika keuntungan 1 bakso pack besar setara 2 bakso pack kecil, kurang lebih penjualan kami baru memenuhi 54% target penjualannya. Hari kedua berjualan, penjualan kami lebih rendah, kami hanya berhasil menjual 2 pack besar dan 2 pack kecil. Untuk meningkatkan efisiensi, penulis sebagai CFO memberikan saran untuk membagi 4 sebiji bakso yang digunakan untuk tester. Selanjutnya dihari ke 3 kami berjualan di pasar modern paramount. Saat itu penulis dan kelompok datang agak terlambat, yaitu dijam 7.40. Sehingga ketika sampai dan baru sempat berjualan sebentar, di jam 9.00 pasar sudah mulai sepi dan hanya berhasil menjual 1 pack besar dan 3 pack kecil. Di hari keempat pun penjualannya juga sangat buruk, penulis dan kelompok hanya berhasil menjual 3 pack besar dan 4 pack kecil.

2.2.12. Minggu Keduabelas – Melaksanakan Grey Market

Dalam minggu keduabelas, penulis dan kelompok memilih shopee dan wa sebagai media Grey Market. Dan hasilnya pun cukup memuaskan. Pertama penulis mendapat special request membuat 200 pcs bakso tanpa packaging untuk acara komsel dengan budget 300.000 rupiah. Penulis dan kelompok menerima pesanan itu dengan mengambil keuntungan 30%. Dengan begitu kami perlu membuat 200 bakso dengan hpp 210.000. Penulis sebagai CFO membuat perhitungan berapa persen ukuran bakso yang perlu diubah untuk memenuhi pesanan tersebut. Penulis berasumsi jika pada umumnya 1 pcs bakso dari 20 gram adonan memakan biaya 1.300 rupiah, berarti penulis perlu mengecilkan ukuran bakso sebesar 20%/ membuat adonannya menjadi 15 gram per baksonya untuk menekan costnya menjadi 1.050 bakso agar bisa memproduksi 200 bakso dengan hpp 210.000.

Selanjutnya penulis dan kelompok juga mendapatkan pesanan bakso untuk pengajian. Dalam pesana bakso tersebut, penulis diminta untuk membuat 50 porsi bakso dengan harga 12.000 rupiah untuk per porsi baksonya dengan ditambahkan mie. Penulis sebagai CFO kembali menghitung berapa keuntungan yang mau diambil dan berapa target HPPnya. Setelah berdiskusi, akhirnya penulis dan kelompok memutuskan untuk mengambil keuntungan sebesar 40% dan target HPP pr porsi bakso yang diperlukan adalah 7.200. Dan pada akhirnya penulis memutuskan bahwa perporsi baksonya akan dibuat sebanyak 5 buah dengan mie kuning.

2.2.13. Minggu Ketigabelas – Mencari Calon Huge Market

Dalam minggu ketigabelas, penulis dan kelompok mencari tempat untuk melaksanakan huge market ini. Berdasarkan permintaan dosen, penulis dan kelompok diminta untuk mencari toko frozen food yang mau membeli produk kami sebanyak 72 pcs dalam satu kali deal. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi penulis, karena untuk mendapatkan customer yang mau membeli produk baru dalam jumlah besar tidaklah mudah. Ditambah lagi mengingat produk penulis berbasis daging dan brandnya juga masih baru terbentuk sehingga belum dikenal banyak orang. Sehingga dalam minggu ketigabelasnini, penulis dan kelompok memutuskan untuk berpencah mencari toko frozen di daerahnya masing masing. Penulis mencari di daerah Gading serpong, Dionisius mencari di daerah Gunung Sindur, Christoper mencari di Tangerang kota, dan Juan mencari di daerah Bogor. Ketika penulis mencari beberapa toko frozen, penulis menemukan 1 toko frozen yang berpotensi, yaitu di Uarban Fresh. Karena mereka masih mau menerima produk baru yang belum punya izin untuk di konsinyasikan. Sehingga penulis mengirimkan tester dari produk bakso Meatball Time ketempat tersebut untuk dicoba.

2.2.14. Minggu Empatbelas – Menjalankan Huge Market

Dalam minggu ke empatbelas, penulis dan kelompok mencoba untuk melakukan pitcing kepada toko frozen yang menjadi target customer penulis. Penulis dalam hal ini sudah melakukan pitching kepada toko frozen disekitar gading serpong. Saat ini produk penulis sedang ditinjau oleh admin frozen food dan sedang menunggu kabarnya apakah produk tersebut dapat diterima atau tidak. Sedangkan untuk bahan presentasi kelompok dan penulis, kelompok dan penulis menggunakan hasil pitching Dionisius yang sudah di Terima oleh agen frozen food daerah FGunung Sindur.

2.3. Kendala yang Ditemukan

Dalam menjalankan bisnis bakso frozen ini, penulis juga menemukan beberapa kendala yang berpotensi mempengaruhi kelancaran operasional dan keberlanjutan bisnis. Adapun kendala-kendala utama yang dihadapi adalah sebagai berikut:

2.3.1. Menentukan Packaging yang Tepat dengan Harga yang Masuk dalam HPP

Memilih kemasan yang tepat untuk produk frozen merupakan tantangan, karena selain harus menjaga kualitas produk, kemasan juga harus memenuhi standar harga

pokok produksi (HPP) yang telah ditetapkan. Penulis pada awalnya sempat bingung dalam menentukan packaging yang bagus namun biayanya rendah. Mengingat produk yang ingin dibuat penulis segmennya bakso berkualitas tinggi, pemilihan packaging pasnya bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada awalnya penulis dan kelompok sepakat untuk menggunakan packing plastik vakum yang dimasukan ke standing pouch bening bersama bumbu sachet, sedangkan untuk logo dan komposisinya menggunakan label tempel. Tetapi setelah dilihat-lihat dan ditanyakan kepada beberapa orang, banyak yang beranggapan bahwa packaging tersebut kurang menarik dan terkesan jadul. Setelah berdiskusi kembali, CEO mengusulkan untuk memesan plastic vakum printed seperti yang digunakan mbaksoimah, sehingga tidak perlu label. Tetapi setelah dihitung hitung, plastik vakum printed tersebut memakan biaya 3.000 rupiah/pcs, sedangkan harga pokok untuk 6 dari baksonya saja sudah 7.800 dan target HPPnya adalah 9.000 rupiah.

2.3.2. Kesulitan dalam Pencatatan Barang yang Dikeluarkan oleh Tim

Ketika melakukan stok opname, penulis sebagai CFO menemukan bahwa terdapat selisih antara bakso yang terjual dan bakso yang ada. Misalnya pada saat melakukan FGD dan Optimistic Market, stok bakso awalnya ada di 12kg. Pada saat itu total bakso pack kecil dan besar yang digunakan jika dijumlahkan sekitar 10kg, namun ketika di cek ternyata stok bakso yang ada sudah habis. Dan setelah ditelusuri, ternyata ada anggota tim yang mengambil barang tetapi belum menginfokan untuk dimasukan ke pencatatan. Dan hal seperti inilah yang kadang mengakibatkan terjadinya ketidaksesuaian antara jumlah barang yang tercatat dalam inventaris dan jumlah barang yang sebenarnya tersedia. Apabila diteruskan, ketidakakuratan dalam pencatatan barang ini dapat mempengaruhi pengelolaan stok dan serta berpotensi menimbulkan kerugian atau kekurangan pasokan yang mengganggu kelancaran produksi.

2.3.3. Biaya yang Membengkak untuk Pembagian Tester

Mengingat kami adalah brand baru, terkadang target konsumen kami belum mengetahui mengenai kualitas produk kami. Karena itu, untuk mempromosikan produk bakso frozen sering kali dilakukan pembagian tester kepada konsumen. Namun, jika ukuran tester hanya satu biji, biaya untuk pembagian tester menjadi tinggi. Selain itu, perubahan ukuran bakso dapat mempengaruhi rasa dan kualitas produk, yang berdampak pada persepsi konsumen terhadap produk. Pengurangan ukuran bakso untuk tester dapat memengaruhi kesan pertama yang diterima konsumen.

2.3.4. Kendala dalam Pengaturan Produksi dan Stok

Selain masalah terkait packaging, pencatatan barang, dan biaya tester, penulis juga menemukan masalah dalam menjaga keseimbangan antara produksi dan pengaturan stok yang tepat. Mengingat bahwa produk yang dibuat oleh penulis adalah bakso frozen tanpa pengawet, masa simpan dari bakso frozen ini hanya berkisar di 1 bulan

dan untuk rasa primanya di 2-3 minggu. Sehingga produksi yang terlalu banyak atau terlalu sedikit dapat menyebabkan pemborosan atau kekurangan produk yang dapat mengganggu penjualan dan pelayanan kepada pelanggan.

2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari permasalahan yang ada, penulis dan kelompok melakukan diskusi untuk menjawab permasalahan yang ada. Dalam sub-bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai strategi yang diambil sesuai perannya sebagai CFO Meatball Time. Dan berdasarkan ide penulis, beberapa solusi yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

2.4.1. Mencari Supplier Kemasan yang Terjangkau dan Efisien

Untuk mengatasi masalah kemasan, pada akhirnya penulis dan kelompok memutuskan untuk menggunakan packing seperti sebelumnya tetapi mengganti standing pouch beningnya dengan windwow standing pouch yang diberi label. Setelah itu penulis melakukan pencarian terhadap berbagai toko packaging di marketplace tokopedia untuk mendapatkan harga yang paling terjangkau tanpa mengorbankan kualitas produk. Dan hasilnya Penulis berhasil mendapatkan stdanding pouch window seharga 510 rupiah, plastic vakum 240 rupiah, sachet untuk bumbu 150 rupiah, dan labelnya 300 rupiah. Sehingga penulis berhasil mendapatkan HPP 9.000 rupiah per produk.

2.4.2. Menerapkan Sistem Pelaporan Barang Keluar

Agar tidak terjadi kesalahan dalam pencatatan barang, penulis meminta setiap anggota tim untuk melaporkan setiap transaksi barang yang keluar, baik untuk produksi maupun distribusi. Sistem pelaporan ini diharapkan dapat meminimalisir kesalahan dan memastikan ketepatan data dalam inventaris. Hal ini juga membantu pengelolaan stok dengan lebih baik dan mencegah kehilangan atau kekurangan bahan baku.

2.4.3. Mengurangi Ukuran Tester Tanpa Mengorbankan Kualitas

Untuk mengatasi biaya yang membengkak akibat pemberian tester, penulis memutuskan untuk memotong bakso menjadi empat bagian untuk tester. Pada

awalnya CEO tidak setuju untuk memotong baksonya karena dapat merubah rasanya dan ingin membuat bakso berukuran kecil khusus tester. Namun setelah dicoba, bakso berukuran tester rasanya jauh berbeda dan banyak tulangnya. Sehingga penulis tercetus ide untuk merebus baksonya terlebih dahulu baru memotopngnya agar rasanya tetap sama. Danhal itu terbukti berhasil dan disetujui oleh semua anggota kelompok

2.4.4. Mengoptimalkan Pengaturan Produksi dan Stok

Penulis juga melakukan perbaikan dalam pengaturan produksi dan stok untuk memastikan keseimbangan antara jumlah produk yang diproduksi dan permintaan pasar. Salah satu langkah yang diterapkan adalah memperkirakan kebutuhan stokadalah dengan memproduksi bakso sesuai commercial target perminggunya dan untuk pesanan dalam jumlah banyak atau request tertentu disarankan untuk melakukan po dengan dp 30%.