

**PENGELOLAAN KUALITAS PRODUKSI MAKANAN SEHAT
PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM
MBKM WMK UC 2023**

LAPORAN MAGANG

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGAI PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA ADMINISTRASI BISNIS**



**DIAJUKAN OLEH:
CHIKA ANDIENA VISIZIA
NIM 20111008**

STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

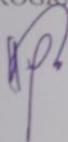
LAPORAN MAGANG

**PENGELOLAAN KUALITAS PRODUKSI MAKANAN SEHAT
PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM
MBKM WMK UC 2023**

DIAJUKAN OLEH:
CHIKA ANDIENA VISIZIA
NIM 20111008

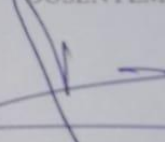
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

KETUA PROGRAM STUDI



SOEDARMANTO, SE, MM.
NIDN : 0322036902

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKLMM
NIDN : 8891880018

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
PLH. KETUA



MUDAYAT, S.Pd., MM.
NIDN: 0722017004

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**PENGELOLAAN KUALITAS PRODUKSI MAKANAN SEHAT
PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM
MBKM WMK UC 2023**

DISUSUN OLEH:

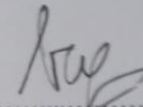
CHIKA ANDIENA VISIZIA

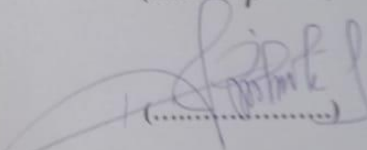
NIM 20111008

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG
PADA TANGGAL


PENGUJI

1. Dr. GUGUS WIJONARKO, MM
NIDN: 0708116501
2. JULI PRASTYORIN, S.Sos, MM
NIDN: 0708067104


(.....)


(.....)

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
PL.H. KETUA


MUDAYAT, S.Pd., MM.
NIDN : 0722017004

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Kegiatan magang Wmk Uc Tahun 2023 dengan Judul:

“PENGELOLAAN KUALITAS PRODUKSI MAKANAN SEHAT PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM MBKM WMK UC 2023“ untuk memenuhi persyaratan akademik dalam rangka menyelesaikan Magang.

Serta, Program magang ini yang dilaksanakan oleh UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA pada tanggal 09 Oktober 2023 sampai dengan 15 November 2023 dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan dari semua pihak yang bersangkutan.

Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mudayat Haqi, S.Pd., MM., selaku pelaksana harian (Plh) Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya
2. Soedarmanto, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya
3. Dr. Ir. Sumarzen Marzuki, M.MT. Selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dalam penyusunan laporan ini.
4. Bapak Dr. David S. Kodrat, MM., CPM (A)., CRME, selaku ketua dalam program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka.
5. Bapak Samuel Lie & Ibu drh Alma Erina, yang telah memberikan pengalaman pengetahuan dan motivasi selama program Wirausaha Merdeka dan memberikan bimbingan atas perkuliahan hingga program selesai.
6. Pak Abdul Latief, selaku owner Senjani Kitchen sudah mengizinkan magang disana. Serta, memberikan banyak ilmu yang didapat tentang makanan sehat.
7. Kepada Orang Tua yang selalu senantiasa mendoakan dan memberikan semangat guna untuk menyelesaikan Laporan Magang ini.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu diharapkan segala kritik dan saran yang dapat membangun untuk menjadi lebih baik lagi. Akhir kata saya mengucapkan syukur, semoga laporan ini memberikan manfaat dan pengetahuan kepada seluruh pembaca.

Surabaya, 20 November 2023

CHIKA ANDIENA VISIZIA
NIM 20111008

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang	3
1.2.1 Tujuan Magang	3
1.2.2 Manfaat Magang.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM	7
2.1 Logo Perusahaan	7
2.2 Sejarah Senjani Kitchen	7
2.3 Visi & Misi Senjani Kitchen	9
2.4 Surat Perizinan Berusaha Senjani Kitchen	10
2.5 Struktur Organisasi Senjani Kitchen	10
2.5.1 Jobdeck Jabatan Pegawai Senjani Kitchen	11
2.6 Business Model Canvas Senjani Kitchen	14
2.7 Bahan Baku Senjani Kitchen.....	14
2.8 Siklus Menu Senjani Kitchen	18
2.9 Kegiatan Umum Di Senjani Kitchen	24
BAB III LANDASAN TEORI	26
3.1 Pengertian Kualitas Produk	26
3.2 Manfaat Kualitas Produk.....	27
3.3 Konsep Kualitas Produk	28
3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	28

3.5	Indikator Kualitas Produk.....	29
3.6	Pengertian Keputusan Pembelian	30
3.7	Proses Keputusan Pembelian.....	30
3.8	Indikator Keputusan Pembelian	32
3.9	Definisi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	32
BAB IV PEMBAHASAN.....		36
4.1	Kegiatan Praktis.....	36
4.2	Metode Magang.....	36
4.3	Metode Pengumpulan Data	38
4.4	Analisis Data	39
4.5	Identifikasi Masalah	41
4.6	Sebab Dan Akibat Masalah	43
4.7	Solusi Pemecahan Masalah	47
BAB V PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		xi
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jobdesk Jabatan Pegawai Senjani Kitchen.....	11
Tabel 2.2 Bahan Baku Senjani Kitchen.....	14
Tabel 2.3 Siklus Menu Senjani Kitchen.....	18
Tabel 2.4 Jadwal Kegiatan Magang	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Senjani Tekno Boga	7
Gambar 2.2 Surat Perizinan Berusaha Senjani Kitchen	10
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Senjani Kitchen.....	10
Gambar 2.4 Business Model Canvas Senjani Kitchen	14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar *Learning Together*

Lampiran 2 Nilai MBKM WMK UC 2023

Lampiran 3 Certificate MBKM WMK UC 2023

Lampiran 4 Surat Keterangan Magang PT. Senjani Tekno Boga

Lampiran 5 Kegiatan Selama Magang di PT. Senjani Tekno Boga

Lampiran 6 Lembar Bimbingan Magang 2023

Lampiran 7 Lembar Pengajuan Judul Magang

Lampiran 8 Lembar Nilai Magang dari Perusahaan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Zulyanti, 2016), Keberhasilan suatu perusahaan dalam pengadaan bahan baku tergantung pada pemilihan bahan baku yang dipakai dalam pengolahan. Oleh sebab itu, guna menghindari cacat dalam produksi, dibutuhkan bahan keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen juga menjadi unsur pokok dalam perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menjadi dasar strategis bagi perusahaan. Dengan memahami faktor tersebut, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan untuk menciptakan pengalaman pembelian yang positif bagi konsumen. Dalam konteks kesehatan, pentingnya mengonsumsi makanan sehat tidak dapat diabaikan. Makanan sehat tidak hanya berkontribusi pada pemeliharaan kesehatan tubuh, tetapi juga mencegah berbagai penyakit tidak menular.

Makanan sehat dapat diartikan sebagai makanan yang higienis dan kaya gizi. Beberapa kriteria makanan sehat melibatkan kebersihan, kecukupan gizi, kontrol jumlah konsumsi, kandungan vitamin yang memadai, presentasi yang menarik, dan rasa yang lezat. Serta, bahan baku yang berkualitas untuk meningkatkan kualitas produksi. Peningkatan kualitas bahan baku sangat penting untuk mencukupi standar kualitas yang diharapkan dan mencapai hasil yang diharapkan.

Kualitas proses produksi mempengaruhi kualitas produksi, sehingga setiap

perusahaan dapat memprediksi proses produksi yang berjalan dengan baik dan mudah digunakan. Menurut (Endri & Emalia, 2017) proses produksinya meliputi pengolahan bahan baku yang sering dilakukan diperusahaan industri Perkembangan industri global yang berkembang pesat dalam menanggapi permintaan pelanggan yang terus meningkat, memungkinkan semua perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produknya.

Senjani Kitchen, sebuah bisnis rumahan yang terletak di Jl. Gubeng Kertajaya XIII No.7, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur 60286, menawarkan beragam paket catering untuk kebutuhan harian dan acara. Senjani Kitchen memiliki produk yang beragam, meliputi basic daily catering, reusable box, family pack, diet package, kiddy & baby meals, dan event catering. Harga yang bervariasi menyesuaikan jenis produk memungkinkan mereka bersaing dengan restoran lain di kawasan tersebut. Kunci keberhasilan operasional dapur Senjani Kitchen terletak pada pengolahan bahan mentah yang cermat dan teliti. Proses ini melibatkan pencarian bahan berkualitas tinggi dan memastikan bahwa setiap bahan dibersihkan, dipotong, dan dipersiapkan dengan seksama sebelum dimasak.

Pentingnya kontrol kualitas terhadap bahan baku menjadi ciri khas Senjani Kitchen. Setiap bahan melalui serangkaian langkah kontrol kualitas yang ketat untuk memastikan standar rasa dan kebersihan yang tinggi. Selain itu, Senjani Kitchen aktif dalam berbagai strategi pemasaran untuk memperkenalkan merek mereka dan menarik pelanggan baru. Upaya ini melibatkan kampanye media sosial, iklan online, kerjasama dengan influencer, serta partisipasi dalam festival dan acara makanan.

Tim pemasaran Senjani Kitchen bekerja sama dengan staf dapur untuk menonjolkan cita rasa dan penawaran unik yang dimiliki oleh bisnis ini. Penelitian ini akan mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana strategi pemasaran yang dioptimalkan dan pengelolaan bahan baku berkualitas tinggi berkontribusi terhadap keberhasilan Senjani Kitchen sebagai bisnis catering di Surabaya. Berdasarkan hal tersebut mengangkat judul **“PENGELOLAAN KUALITAS PRODUKSI MAKANAN SEHAT PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM MBKM WMK UC 2023 ”**

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Magang

Kegiatan magang ini bertujuan untuk melibatkan aktivitas tentang operasional bisnis, tantangan strategis, dan inovasi di industri kuliner. Mahasiswa diharapkan dapat merasakan atmosfer sehari-hari di dapur bisnis catering yang sukses ini, mengeksplorasi jobdesk berbagai jabatan, dan melibatkan diri dalam siklus menu harian. Selain itu, tujuan program magang ini adalah memberikan wawasan tentang bagaimana Senjani Kitchen mempertahankan visinya menjadi bisnis jasa boga terbesar di Indonesia dan terus berkembang melalui dedikasi, kreativitas, dan fokus pada kepuasan pelanggan.

1.2.2 Manfaat Magang

Magang di PT. Senjani Tekno Boga telah membawa banyak manfaat yang signifikan bagi mahasiswa, perguruan tinggi, bagi Stiamak dan tempat

magang itu sendiri. Bagi mahasiswa, pengalaman langsung ini memberikan wawasan mendalam tentang operasional bisnis kuliner. Mahasiswa juga memiliki kesempatan untuk mengasah keterampilan profesional dan menjalin hubungan dengan praktisi industri yang berpengalaman.

Bagi perguruan tinggi, program ini meningkatkan reputasi institusi dengan memberikan mahasiswa kesempatan untuk terlibat dalam pengalaman magang yang relevan. Dengan menyediakan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar secara langsung dari lingkungan kerja, perguruan tinggi dapat mengukur kesuksesan mereka dalam mempersiapkan mahasiswa untuk karir masa depan.

PT. Senjani Tekno Boga mendapat manfaat dari energi dan ide segar yang dibawa oleh mahasiswa. Keterlibatan mereka dapat memberikan perspektif baru terhadap operasional bisnis, memunculkan solusi kreatif untuk tantangan tertentu, dan menghadirkan gagasan inovatif. Mahasiswa juga dapat membantu dalam pengembangan proyek-proyek khusus atau peningkatan proses kerja yang dapat meningkatkan efisiensi.

Tempat magang, dalam hal ini Senjani Kitchen, mendapatkan tenaga kerja tambahan selama periode magang. Hal ini tidak hanya membantu dalam pemenuhan tugas harian, tetapi juga memberikan peluang bagi tempat magang untuk berkolaborasi dengan mahasiswa, menjadi mentor, dan berpartisipasi dalam pembentukan calon tenaga kerja yang terampil. Selain itu, keterlibatan dalam program magang semacam ini dapat meningkatkan citra sebagai tempat kerja yang peduli dan berorientasi pada pembangunan

generasi muda yang siap terjun ke dunia kerja.

Adapun manfaat yang lebih khususnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam industri makanan dan mendalami berbagai aspek bisnis, dari pengolahan bahan baku hingga strategi pemasaran. Ini memberikan peluang untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis ke dalam praktik, mengasah keterampilan profesional, dan memperluas wawasan tentang tantangan bisnis di dunia nyata.

2. Tujuan Bagi Institusi Tempat Magang

Program ini memberikan kontribusi positif terhadap reputasi perguruan tinggi dengan menciptakan kolaborasi antara dunia pendidikan dan industri. Perguruan tinggi dapat mengukur kesuksesan mahasiswa mereka di dunia kerja dan meningkatkan kurikulum dengan wawasan yang diperoleh dari pengalaman praktis ini.

3. Tujuan Bagi STIAMAK

Senjani Kitchen mendapat keuntungan dari energi segar dan ide-ide baru yang dibawa oleh mahasiswa. Keterlibatan mahasiswa dapat memberikan solusi kreatif terhadap tantangan operasional dan memperkaya lingkungan kerja dengan gagasan inovatif.

4. Bagi Tempat Magang

Senjani Kitchen mendapat tenaga kerja tambahan selama periode magang, yang dapat membantu dalam berbagai aspek operasional. Selain

itu, tempat magang memiliki kesempatan untuk menjadi mentor bagi mahasiswa dan memainkan peran dalam pembentukan calon tenaga kerja yang terampil.

BAB II

GAMBARAN UMUM

1.1 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT. Senjani Tekno Boga

1.2 Sejarah Senjani Kitchen

Era saat ini menandai perkembangan bisnis catering yang semakin meluas dan beragam. Dalam kerumitan persaingan ini, setiap pelaku usaha harus mampu menciptakan identitas unik dan membidik segmen pasar spesifik agar produk yang dihasilkan benar-benar tepat sasaran. Senjani Kitchen adalah salah satu contoh nyata dari prinsip tersebut. Berdiri sejak tahun 2018 yang didirikan oleh Abdul Latif di Kota Malang kemudian ia memiliki cabang yang bertempat tinggal di Jl. Gubeng Kertajaya XIII No.7, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya. Senjani Kitchen menyediakan paket catering untuk harian dan acara. Produk Senjani Kitchen terdiri dari basic daily catering, reusable box, family pack, diet package, kiddy dan baby

meals, dan event catering. Untuk harga sangat bervariasi tergantung jenis produk yang diinginkan.

Bisnis ini telah menghasilkan berbagai macam produk catering. Pertama-tama, ada “Daily Catering,” yaitu layanan catering harian yang sehat untuk individu, keluarga, dan bahkan kantor, dengan harga yang terjangkau. “Selanjutnya, kami juga menyediakan layanan event catering dalam bentuk bento box, snack box, serta tumpeng mini dengan keistimewaan menerima permintaan desain kemasan khusus. Senjani Kitchen juga menyediakan layanan diet catering yang disesuaikan dengan kebutuhan unik tiap klien, seperti program penurunan berat badan, diabetes melitus, program bayi tabung, dan lain-lain. Setiap harinya, Senjani Kitchen tidak hanya memproduksi makanan, tetapi juga mengantarkannya langsung ke rumah pelanggan dengan layanan pengiriman gratis.

Perjuangan membangun bisnis senjani kitchen penuh perjuangan pada dua tahun awal terutama ketika ia harus menjalankan usaha inisambil menjalani kuliah. Pemilik Abdul Latif harus menjalani kuliah delapan jam sehari, namun usaha ini juga memakan waktu hingga 10 jam sehari. Tidur terkadang sangat terbatas. Namun, kunci dari semuanya adalah konsistensi. Tidak ada langkah awal yang tidak melelahkan. Anda perlu sabar dan terus melangkah, seiring berjalannya waktu, hasil akan tiba. Terbukti, setelah 4,5 tahun konsisten dalam mengembangkan bisnis catering, akhirnya pendiri berhasil membuka cabang di kota besar lainnya. Saat ini, produk dan layanan Senjani Kitchen telah meraih apresiasi tinggi dari para pelanggan. Perusahaan ini kini telah memiliki banyak karyawan dan telah membuka tiga cabang di Malang, Surabaya, dan Yogyakarta.

Senjani Kitchen berencana untuk terus berkembang dengan membuka cabang di kota-kota besar lainnya, dengan target membuka satu cabang setiap tiga bulan. Senjani Kitchen juga telah memberikan kontribusi besar dalam penyediaan makanan untuk berbagai acara, mulai dari orientasi mahasiswa di berbagai universitas di Malang, hingga konsumsi dalam acara musik dan makan siang di perusahaan BUMN dan perusahaan swasta. Prestasi gemilang juga telah diraih oleh Senjani Kitchen. Mereka berhasil meraih gelar Juara ASMI (Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia) yang diadakan oleh Kemendikbud Ristek, Juara Youth Entrepreneur Brawijaya yang diselenggarakan oleh Universitas Brawijaya, dan Juara dalam kompetisi “Peran Mahasiswa dalam Industri 4.0” yang diadakan oleh UIN Semarang.

1.3 Visi & Misi Senjani Kitchen

1. Visi:

Senjani Kitchen yaitu ingin menjadi bisnis jasa boga terbesar di Indonesia

2. Misi:

- a. Menghadirkan produk dengan cita rasa yang berkualitas, praktis, sehat, variatif, dan higienis.
- b. Progresif dalam pengembangan inovasi dan teknologi untuk mencapai kepuasan konsumen internal maupun eksternal.

1.4 Surat Perizinan Berusaha Senjani Kitchen



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2101220022694

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : PT SENJANI TEKNO BOGA |
| 2. Alamat Kantor | : De Cluster Nirwana Pandanwangi Blok E4, Desa/Kelurahan Pandanwangi, Kec. Blimbing, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, Kode Pos: 65124 |
| No. Telepon | : 09998679773 |
| Email | : admin@senjani.id |
| 3. Status Penanaman Modal | : PMDN |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Kecil |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepabeanan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laport Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 21 Januari 2022

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**

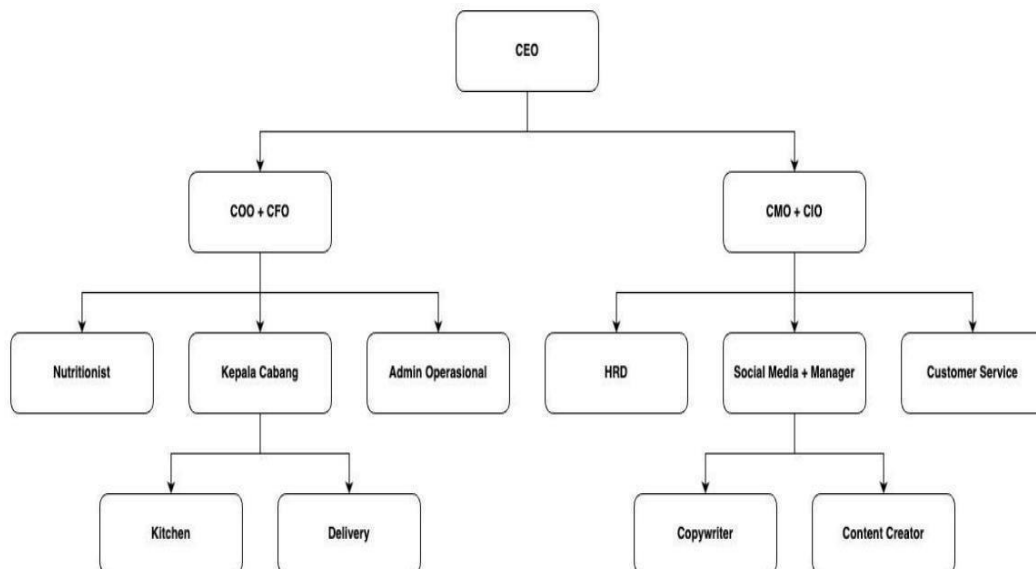


Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 21 Januari 2022

Gambar 2.2 Surat Perizinan Berusaha Senjani Kitchen

1.5 Struktur Organisasi Senjani Kitchen



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Senjani Kitchen

1.5.1 Jobdeck Jabatan Pegawai Senjani Kitchen

Tabel 2.1 Jobdesk Jabatan Pegawai Senjani Kitchen

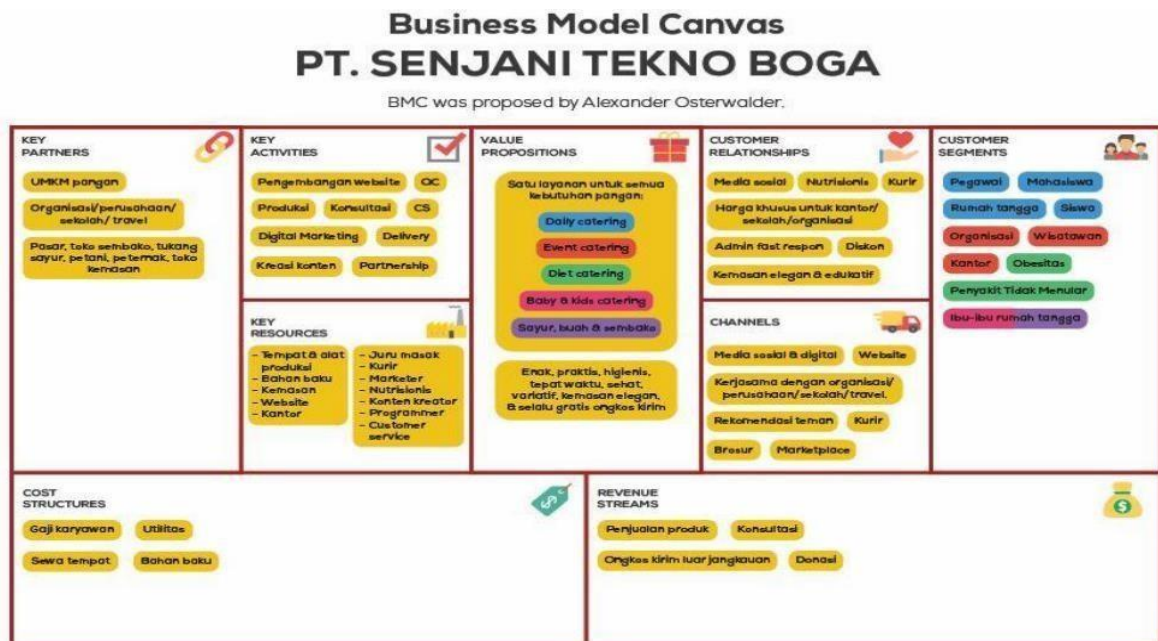
JABATAN	JOBDESK
CEO+CIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memimpin Perusahaan 2. Melakukan sistemasi bisnis
COO+CFO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan operasional berjalan dengan lancar 2. Mengelola keuangan Perusahaan
Kitchen Head	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memimpin operasional cabang 2. Menyiapkan bahan baku 3. Memproses bahan baku menjadi bahan setengah jadi 4. Memasak catering sesuai jadwal menu 5. Membersihkan lingkungan kerja
Marketing Head	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan strategi/rencana pemasaran (marketing plan) 2. Memimpin proses pemasaran, baik online (Instagram, Twitter, Tiktok, dsj) maupun offline (kerjasama dengan organisasi, dsj) 3. Mengatur anggaran pemasaran pemasaran (marketing budget) 4. Melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja pemasaran
Customer Service	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membalas pesan WhatsApp 2. Membuat rekap order harian

JABATAN	JOBDESK
Delivery Staff MLG YYK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengantarkan makanan sesuai list 2. Pengantaran hanya disimpan (tanpa bertemu) 3. Waktu delivery 5.00-7.00, 10.00-12.00 dan 14.00-17.00 (harus bisa semuanya)
Delivery Staff SBY	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengantarkan makanan sesuai list 2. Pengantaran hanya disimpan (tanpa bertemu) 3. Waktu delivery 5.00-7.00, 10.00-12.00 dan 14.00-17.00 (harus bisa semuanya)
Kitchen Staff MLG YYK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyiapkan bahan baku 2. Memproses bahan baku menjadi bahan setengah jadi 3. Memasak catering sesuai jadwal menu 4. Membersihkan lingkungan kerja
Kitchen Staff SBY	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyiapkan bahan baku 2. Memproses bahan baku menjadi bahan setengah jadi 3. Memasak catering sesuai jadwal menu 5. Membersihkan lingkungan kerja

JABATAN	JOBDESK
Delivery Administrator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rute delivery semua orang
Nutritionist	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis kebutuhan gizi klien 2. Membuat perencanaan siklus menu beserta resep dan informasi nilai gizi 3. Mengawasi proses produksi
Content Creator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat perencanaan dan eksekusi konten untuk social media 2. Membantu pemasaran offline jika dibutuhkan
HARGA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan rekrutmen karyawan 2. Mengelola data karyawan 3. Melakukan penilaian kinerja karyawan 4. Mengembangkan potensi dan skill karyawan 5. Membantu administrasi GA

JABATAN	JOBDESK
Web Developer	1. Membuat system bisnis berbasis website

1.6 Business Model Canvas Senjani Kitchen



Gambar 2. 4 Business Model Canvas Senjani Kitchen

1.7 Bahan Baku Senjani Kitchen

Table 2.2 Bahan Baku Senjani Kitchen

NO.	BAHAN	SATUAN
1.	Kacang Panjang	Kg
2.	Kangkung	Ikut
3.	Kapri	Kg
4.	Kenikir	Ikut
5.	Kentang	Kg
6.	Kubis	Kg

NO.	BAHAN	SATUAN
7.	Kubis Ungu	Kg
8.	Labu Siam (Manisa)	Kg
9.	Nangka Muda	Kg
10.	Oyong	Kg
11.	Paprika Hijau	Kg
12.	Paprika Kuning	Kg
13.	Paprika Merah	Kg
14.	Pokcoy	Kg
15.	Sawi	Kg
16.	Sawi Putih	Kg
17.	Selada (Sla)	Kg
18.	Selada air	Ikat
19.	Taoge Kecambah	Kg
20.	Taoge Pendek	Kg
21.	Terong	Kg
22.	Timun	Kg
23.	Tomat	Kg
24.	Wortel	Kg
REMPAH		
25.	Bawang Bombay	Kg
26.	Bawang Daun	Kg
27.	Bawang Merah	Kg
28.	Bawang Putih	Kg
29.	Cabe Besar Hijau	Kg
30.	Cabe Besar Merah	Kg
31.	Cengkeh	Ons
32.	Daun Jeruk	Ons
33.	Daun Salam	Ikat
34.	Jahe	Kg
35.	Jeruk Nipis	Kg
36.	Kacang Merah	Kg
37.	Kacang Tanah	Kg
38.	Kayu Manis	Ons
39.	Kelapa Parut	Pcs

NO	BAHAN	SATUAN
40.	Kemangi	Ikat
41.	Kemiri	Kg
42.	Kencur	Kg
43.	Ketumbar	Kg
44.	Kunyit	Kg
45.	Laos	Kg
46.	Merica	Kg
47.	Pala	Ons
48.	Pandan	Lembar
49.	Petis	Kg
50.	Seledri	Kg
51.	Serai	Kg
52.	Terasi	Pcs
BUAH		
53.	Alpukat	Kg
54.	Anggur	Kg
55.	Apel	Kg
56.	Buah Naga	Kg
57.	Duku	Kg
58.	Jambu Biji	Kg
59.	Jeruk	Kg
60.	Kelengkeng	Kg
61.	Kiwi	Kg
62.	Kurma	Kg
63.	Melon	Kg
64.	Pear	Kg
65.	Pepaya	Kg
66.	Pisang	Kg
67.	Rambutan	Kg
68.	Salak	Kg
69.	Semangka	Kg
KERING/FROZEN		
70.	Beras Merah	Kg
71.	Beras Putih	Kg
72.	Bihun Jagung	Pcs
73.	Cuka	Pcs
74.	Del Monte Barbeque Sauce	Pcs
75.	Del Monte Tomato Sauce	Pcs
76.	Edamame	Kg
77.	Garam	Pcs
78.	Gula Merah	Kg
79.	Gula Pasir	Kg
80.	Honey Mustard	Pcs
81.	Kacang Polong	Psc
82.	Kecap Asin	Pcs

NO.	BAHAN	SATUAN
83.	Kecap Manis	Pcs
84.	Keju	Pcs
85.	Keju Quick Melt	Pcs
PERALATAN/PACKING		
86.	Cup Jelly Tutup	Pcs
87.	Cup Saus 25 ml	Pcs
88.	Galon Isi Ulang	Pcs
89.	Gas LPG 3 Kg	Pcs
90.	Kertas Nasi KFC	Pcs
91.	Kertas Snack (Doiles Paper)	Pcs
92.	Kertas HVS 7,2 x 50 cm	Pcs
93.	Stiker Label Putih	Pcs
94.	Kresek '40	Ikat
95.	Kresek Bening '28	Ikat
96.	Machine Tape	Pcs
97.	Mangkok Foil	Pcs
98.	Mika Brownies Ukuran S	Pcs
99.	OPP 10x10 cm	Ikat
100.	Plastik Bening 12x24 cm	Ikat
101.	Sendok Plastik	Pcs
102.	Stik Es Krim	Pcs
103.	Sunlight	Lt
104.	Thinwall 1000 ml	Pcs
105.	Thinwall 200 ml (kotak)	Pcs
106.	Thinwall 250 ml	Pcs
107.	Thinwall 500 ml	Pcs
108.	Tinta Epson Biru	Pcs
109.	Tinta Epson Hitam	Pcs
110.	Tinta Epson Kuning	Pcs
111.	Tinta Epson Merah	Pcs
112.	Trash Bag	Pcs
113.	Tusuk Gigi	Pcs

1.8 Siklus Menu Senjani Kitchen

Table 2.3 Siklus Menu Senjani Kitchen

HARI	SIKLUS PAGI	SIKLUS SORE
SENIN	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ikan Bumbu Bali 3. Sayur Asem Kangkung Jagung 4. Tahu Goreng Selimut <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Orak-Arik Sayuran 3. Bakwan Sayuran <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ayam Bakar Taliwang 3. Tumis Pelangi 4. Bakwan Sayuran <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Telur Ceplok Asam Manis 3. Capcay 4. Tempe Bumbu Rujak 	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ayam Woku 3. Lodeh Sayuran 4. Tempe Mendoan <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ayam Goreng Bawang 3. Sayur Bening Jagung 4. Oseng Tahu <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih/Merah 2. Telur Ceplok Bumbu Merah 3. Urap Sayur 4. Tahu Bumbu Merah <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ayam Cabai Garam 3. Tumis Buncis Wortel Dadu 4. Bakwan Jagung

HARI	SIKLUS PAGI	SIKLUS SORE
SELASA	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Chicken Egg Roll 3. Salad Wortel Kubis Jagung 4. Nungget Tempe Tahu <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Telur Bumbu Kari Kuah 3. Oseng Sawi dan Wortel 4. Tahu Isi <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Dendeng Sapi 3. Sayur Sop Makaroni 4. Tahu Dadu Krispi <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ayam Lodho 3. Oseng Kenikir 4. Tahu Bumbu Kecap 	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Telur Orak-Arik Rica Kemangi 3. Buncis Balacan 4. Tahu Kenyol Goreng <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ikan Bumbu Rujak 3. Tumis Pelangi 4. Sempol Tahu Tempe <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ikan Pindang Serani 3. Terong Balado 4. Tempe Goreng <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Lele Goreng Tepung 3. Tumis Tauge Sawi Sosis 4. Tempe Kungpao

HARI	SIKLUS PAGI	SIKLUS SORE
RABU	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Ayam Betutu 3. Sayur Sop 4. Tahu Ungkep Goreng <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Garang Asem Ayam 3. Cay Pakcoy 4. Dadar Jagung <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Orak-Arik Telur Saus Tiram 3. Asam Manis Pakcoy dan Sosis 4. Rolade Tahu <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Pepes Ikan 3. Sayur Bening Manisan dan Bayam 4. Dadar Jagung 	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih Merah 2. Udang Goreng Saus Tiram 3. Tumis Pokcoy dan Wortel 4. Tempe Bacem <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Sate Maranggi 3. Acar Sayuran 4. Perkedel <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Ayam Goreng Ketumbar 3. Sayur Asem Betawi 4. Menjes Goreng Selimut <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Omellet Telur 3. Sup Oyong Soun dan Wortel 4. Tahu Katsu

HARI	SIKLUS PAGI	SIKLUS SORE
KAMIS	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Telur Ceplok Bumbu Kecap 3. Sayur Pecel 4. Orem-Orem Tempe Tahu <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Chicken Wings Teriyaki 3. Sup Segar 4. Mendoan <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Ayam Bumbu Pepes 3. Tumis Brokoli Wortel 4. Perkedel Tempe <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Telur Balado 3. Tumis Sawi Putih dan Jagung 4. Tempe Saus Tiram 	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ayam Wijen Saus Inggris 3. Asam Manis Sawi Putih Wortel 4. Tahu Walik <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Telur Ceplok Pesmol 3. Plecing Kangkung 4. Tahu Fantasi <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Gulai Kikil 3. Setup Buncis Baby Corn 4. Tahu Selimut Segitiga <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasih Putih / Merah 2. Ayam Bakar Kecap 3. Lalapan Sunda 4. Sate Tahu Bacem

HARI	SIKLUS PAGI	SIKLUS SORE
JUMAT	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Opor Ayam 3. Tumis Labu Wortel 4. Sambal Goreng Tempe <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Uduk / Merah 2. Ayam Suwir Bumbu Rujak 3. Sambal Goreng Labu Siam 4. Kering Tempe <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Tongkol Suwir Cabe Hijau 3. Tumis Kacang Panjang Tempe 4. Samosa <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ayam Bumbu Rujak 3. Sayur Asem Jawa 4. Tahu Dadu Krispi 	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Asam Padeh Ikan 3. Oseng Kacang Tempe 4. Bakwan Sayur <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Udang Bakar Kecap 3. Sayur Bubur Bayam 4. Pangsit Tahu <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Telur Bumbu Petis Suroboyo 3. Lodeh Sayuran 4. Kering Tempe <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih 2. Garang Asem Ikan 3. Cah Bayam Tomat 4. Mendoan

HARI	SIKLUS PAGI	SIKLUS SORE
SABTU	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Kotokan Ikan Panggang 3. Terong Balado 4. Botok Tahu <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Gelatin Telur 3. Buncis dan Wortel 4. Tahu Katsu <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Ebi Furai 3. Sayur Bening Bayam 4. Stik Tempe <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Lempah Kuning Ikan 3. Cah Kangkung 4. Tempe Goreng 	<p>SIKLUS 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Telur Pecah Kuah Asem 3. Tumis Pancawarna 4. Dadar Jagung <p>SIKLUS 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Pepes Ayam Kemangi 3. Trancam 4. Mendol Malang <p>SIKLUS 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Tongseng Ayam 3. Plecing Kangkung 4. Tahu Rambutan <p>SIKLUS 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nasi Putih / Merah 2. Telur Orak-Arik Teriyaki 3. Sup Jagung 4. Oseng Tahu

1.9 Kegiatan Umum Di Senjani Kitchen

Di Senjani Kitchen, berbagai kegiatan umum dilakukan untuk memastikan kelancaran bisnis. Kegiatan ini meliputi pengolahan bahan baku, produksi, pengemasan, pengiriman, pemasaran, manajemen karyawan, dan pengembangan menu. Mengolah bahan mentah merupakan langkah penting dalam operasi dapur. Hal ini melibatkan pencarian bahan-bahan berkualitas tinggi dan memastikan bahwa bahan-bahan tersebut dibersihkan, dipotong, dan disiapkan untuk dimasak. Bahan baku menjalani langkah-langkah kontrol kualitas yang ketat untuk menjaga standar rasa dan kebersihan yang menjadi ciri khas Senjani Kitchen. Setelah bahan baku diproses, tahap produksi pun dimulai. Koki dan staf dapur yang terampil menggunakan keahlian kuliner mereka untuk menciptakan hidangan yang lezat dan bergizi. Perhatian terhadap detail diberikan pada setiap langkah memasak, memastikan bahwa setiap hidangan disiapkan dengan sempurna. Dapur mengikuti resep dan teknik standar untuk menjaga konsistensi rasa dan kualitas.

Setelah makanan disiapkan, makanan dikemas dengan hati-hati untuk menjaga kesegaran dan citarasanya. Senjani Kitchen memastikan bahwa pelanggan menerima pesanan mereka dalam kondisi optimal. Pengantaran memainkan peran penting dalam memastikan kepuasan pelanggan. Senjani Kitchen memastikan pengiriman makanan yang cepat dan dapat diandalkan kepada pelanggannya. Baik itu pengiriman ke rumah atau catering untuk acara-acara, dapur memastikan bahwa makanan mencapai tujuannya tepat waktu dan dalam kondisi yang sangat baik. Senjani Kitchen berinvestasi dalam berbagai strategi pemasaran untuk mempromosikan merek dan menarik pelanggan baru. Ini termasuk kampanye media

sosial, iklan online, kolaborasi dengan influencer, dan berpartisipasi dalam festival dan acara makanan. Tim pemasaran bekerja sama dengan staf dapur untuk menampilkan cita rasa dan penawaran unik dari Senjani Kitchen. Manajemen karyawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan memfasilitasi produktivitas. Senjani Kitchen menghargai karyawannya dan memberi mereka kesempatan pelatihan, tempat tinggal dan budaya kerja yang mendukung. Hal ini membantu dalam membina tim yang berdedikasi dan termotivasi yang berkontribusi terhadap kesuksesan dapur.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian Kualitas Produk

Produk merupakan inti dari sebuah kegiatan pemasaran karena produk merupakan output atau hasil dari salah satu kegiatan atau aktivitas perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada dasarnya dalam membeli suatu produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk, akan tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya. Oleh karena itu, suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan di antara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, (Kotler dan Armstrong 2015:253). Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

3.2 Manfaat Kualitas Produk

Menurut Ariani (2003), terdapat beberapa manfaat yang diperoleh dengan menciptakan kualitas produk yang baik, antara lain:

1. Meningkatkan reputasi perusahaan: Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas, oleh karena itu, perusahaan atau organisasi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih di mata masyarakat.
2. Menurunkan biaya. Untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas perusahaan atau organisasi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada (customer satisfaction), yaitu dengan mendasarkan jenis, tipe, waktu, dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.
3. Meningkatkan pangsa pasar. Pangsa pasar akan meningkat bila minimasi biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.
4. Dampak internasional. Bila mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, maka selain dikenal di pasar lokal, produk atau jasa tersebut juga akan dikenal dan diterima di pasar internasional.
5. Adanya tanggung jawab produk. Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan

pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

6. Untuk penampilan produk. Kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.
7. Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting. Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan kualitas produk, hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tinggi namun dengan kualitas yang tinggi pula.

3.3 Konsep Kualitas Produk

Seorang pemasar dalam mengembangkan produk harus menetapkan kualitas tertentu bagi produknya, karena kualitas produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang internal dan eksternal. Karena dari sudut pandang pemasaran kualitas diukur dengan persepsi pembeli. Pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk berdasarkan persepsinya, suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli, (Kotler 2015:78).

3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja) : Merupakan karakteristik operasi pokok dari

produk inti (core product) yang dibeli.

2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan) : Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. *Reliability* (reliabilitas): Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) : Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (daya tahan): Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. *Serviceability*: Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. *Esthetics* (Estetika): Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

3.5 Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, keistimewaan yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan, Kotler (2012:347). Indikator untuk variabel kualitas produk sebagai berikut:

1. Daya tahan produk: Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah

pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak.

2. Keistimewaan produk: Persepsi konsumen terhadap keistimewaan atau keunggulan suatu produk.
3. Keandalan produk: Merupakan karakteristik operasi dan produk inti (core product) yang dibeli.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi: Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Estetika produk: Estetika produk yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

3.6 Pengertian Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen tidak hanya tentang apa yang dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen saja, tetapi juga dimana, bagaimana kebiasaan dan dalam kondisi macam apa produk dan jasa yang dibeli. Menurut Buchari Alma(2013:96) Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan, process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

3.7 Proses Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli suatu produk baik barang maupun jasa timbul

karena adanya dorongan emosional dari dalam diri maupun pengaruh dari luar.

Proses keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Proses keputusan pembelian model lima tahap menurut Kotler dan Armstrong (2016:176) adalah sebagai berikut:

- 1. Pengenalan masalah:** Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.
- 2. Pencarian informasi:** Sumber informasi utama di mana konsumen dibagi menjadi empat kelompok:
 - a. Pribadi:** Keluarga, teman, tetangga, rekan.
 - b. Komersial:** Iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan.
 - c. Publik:** Media massa, organisasi pemeringkat konsumen.
 - d. Eksperimental:** Penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.
- 3. Evaluasi alternative:** Beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi :
 - a.** konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
 - b.** konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
 - c.** konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

3.8 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2016:188), mengemukakan keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut:

1. Pilihan produk: Sebelum melakukan keputusan pembelian seorang konsumen selalu memilih apa nama merk dari produk tersebut dan dariman produk tersebut dibuat.
2. Pilihan penyalur: Sebelum menentukan keputusan pembelian para konsumen juga biasanya akan menilai siapa penyalur barang atau produk tersebut.
3. Waktu pembelian: Seorang konsumen akan menentukan waktu pembelian apabila barang yang dibutuhkan atau yang diinginkan ingindibeli oleh konsumen tersebut.
4. Jumlah pembelian: Konsumen akan memutuskan jumlah pembelian apabila konsumen tersebut sudah membuat keputusan pembelian suatu barang atau produk suatu perusahaan.
5. Metode pembayaran: Setiap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen uang adalah alat tukar untuk mendapatkan produk tersebut.

3.9 Definisi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangunnya hubungan pelanggan yang kuat dan menguntungkan, diperlukan strategi pemasaran yang handal. Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran di mana perusahaan berharap untuk

menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (diferensiasi dan positioning) Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan, dan memusatkan perhatian pada pelayanan dan pemuasan pelanggan dalam segmen ini (Kotler dan Armstrong, 2008: 58).

Dengan strategi pemasaran yang andal, perusahaan merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari:

1. *Product*: Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Selanjutnya, produk dalam arti luas meliputi objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas-entitas ini (Kotler dan Armstrong, 2008: 266).
2. *Price*: Harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dapat juga diartikan penentu nilai produk di benak konsumen (Nana, 20015:109).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008,346), ada dua faktor umum yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga, yaitu:

- a. Faktor internal perusahaan meliputi: tujuan pemasaran, perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya produksi.
- b. Faktor eksternal perusahaan meliputi: sifat pasar dan permintaan, adanya persaingan, kebijaksanaan dan peraturan pemerintah.

3. *Place*: Menurut Suryana (2013: 209), tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Serta, menurut (Kotler dan Armstrong, 2008: 40) saluran pemasaran sendiri yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.
4. *Promotion*: Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008: 116), Bauran promosi (promotion mix) juga disebut bauran komunikasi pemasaran (marketing communication mix) perusahaan merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan.
5. *People*: Bauran pemasaran *people* berhubungan dengan perencanaan sumber daya, job specification, job description, rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, dan motivasi kerja. Perencanaan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan fungsi yang pertama-tama harus dilaksanakan dalam organisasi.
6. *Process*: Sebuah strategi proses atau transformasi adalah sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa. Tujuan strategi proses adalah menemukan suatu cara memproduksi barang dan jasa yang memenuhi persyaratan pelanggan dan spesifikasi produk yang berada dalam batasan biaya dan manajerial lain.

7. *Physicl Evidence* (Lingkungan fisik) : adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan layout yang nampak sebagai objek.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Praktis

Kegiatan pelaksanaan program learning together ini yang dilaksanakan oleh pihak Universitas Ciputra Surabaya dalam program MBKM WMK UC 2023. Serta , program ini dimulai pada tanggal 9 Oktober 2023 – 15 November 2023 . Dan , pihak dari senjani kitchen sendiri memberikankesempatan luas bagi kami untuk berkolaborasi dan meningkatkan keterampilan dalam konteks ini kelompok kami yaitu Alayc (Helfo), untuk memutuskan dan menfokuskan perhatian pada Senjani Tekno Boga selama kegiatan tersebut. Pemilihan bisnis ini didasarkan pada adanya hubungan yang erat antara usaha kami saat ini dengan industri makanan sehat yang dikelola oleh Senjani Kitchen. Dengan memilih bisnis yang relevan, tujuan kami adalah untuk memperluas pemahaman dan pengetahuan kami tentang industri ini. Serta , mendapatkan wawasan dan pengalaman berharga yang dapat diterapkan dalam situasi dunia nyata.

4.2 Metode Magang

Metode magang yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode magang terstruktur. Metode magang terstruktur adalah metode magang yang dilakukan dengan mengikuti prosedur dan ketentuan yang ditetapkan oleh PT. Senjani Tekno Boga .

Table 2.4 Jadwal Kegiatan Magang

Hari/Tanggal	Aktivitas
2/10/23	Kunjungan pertama ke PT. Senjani Tekno Boga Surabaya untuk pengenalan perusahaan dan beradaptasi terhadap lingkungan kerja perusahaan.
9/10/2023 – 15/11/2023	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan bahan baku b. Masak catering sesuai jadwal menu. c. Memeriksa secara teratur lemari es Disarankan dalam prosedur penyimpanan ini untuk menghindari pembusukkan pada bahan baku. d. Memastikan semua peralatan memasak seperti wajan dan peralatan lainnya dibersihkan dengan benar jika sudah selesai.
15/11/23	Kegiatan Magang Selesai
20/11/23	Proses Pembuatan Laporan Magang

4.3 Metode Pengumpulan Data

Mengumpulkan data secara langsung dengan observasi di tempat kerja dan wawancara dengan pemilik usaha adalah pendekatan yang memberikan suatu wawasan mendalam tentang bisnis tersebut. Proses ini dapat dikembangkan lebih lanjut untuk memahami aspek-aspek utama , antara lain

1. Observasi di Tempat Kerja :

- a. Pemahaman Proses Operasional : Dengan melakukan observasi langsung di lingkungan kerja, peneliti data dapat mendalami bagaimana setiap tahap proses operasional dilaksanakan. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang langkah - langkah yang konkret, alur pekerjaan, dan hubungan antar bagian dalam organisasi.
- b. Identifikasi Tantangan dan Peluang : Observasi tempat kerja membuka peluang untuk mengidentifikasi tantangan yang mungkin dihadapi bisnis, seperti potensi perbaikan dalam efisiensi. Sementara itu, pengamatan juga dapat menyoroti peluang inovasi atau perbaikan proses.

2. Wawancara dengan Pemilik Usaha :

- a. Tantangan Strategis : Pemilik usaha seringkali memiliki wawasan mendalam mengenai tantangan strategis yang dihadapi bisnis, baik di tingkat industri maupun internal. Wawancara ini memberikan platform untuk memperoleh perspektif yang berharga.

- b. Persepsi terhadap Pasar dan Pelanggan : Pemilik usaha dapat memberikan wawasan tentang cara mereka memandang pasar dan persepsi mereka terhadap pelanggan. Informasi ini membantu merinci strategi pemasaran dan penargetan pasar.

3. Integrasi Data :

- a. Penyelarasan Informasi : Menggabungkan data dari observasi dan wawancara membantu menyelaraskan informasi yang diperoleh dari dua sumber yang berbeda. Hal inilah yang memberikan gambaran lebih lengkap tentang situasi bisnis.
- b. Validasi Informasi : Dengan mendapatkan data dari dua sumber yang berbeda, kita dapat melakukan validasi silang untuk memastikan keakuratan dan keandalan informasi yang diperoleh.

Pendekatan pengumpulan data melalui observasi tempat kerja dan wawancara dengan pemilik usaha bukan hanya kombinasi sederhana, tetapi juga merupakan strategi yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang seluruh ekosistem bisnis dan faktor yang mempengaruhi kinerja dan kesuksesannya.

4.4 Analisis Data

Mengumpulkan data langsung dengan menggabungkan observasi di tempat kerja dan wawancara pemilik usaha yang memberikan pemahaman mendalam tentang suatu bisnis. Observasi di tempat kerja membantu pemahaman proses operasional dan mengidentifikasi tantangan serta peluang, sementara wawancara

dengan pemilik usaha memberikan wawasan tentang visi bisnis, tantangan strategis, dan persepsi terhadap pasar serta pelanggan. Integrasi data dari kedua sumber memungkinkan penyelarasan dan validasi informasi, memberikan gambaran lengkap tentang situasi bisnis. Pendekatan ini bukan sekedar kombinasi, melainkan strategi yang memungkinkan pemahaman mendalam terhadap seluruh ekosistem bisnis dan faktor - faktor yang mempengaruhi kinerja dan kesuksesan bisnis. Hasil analisis langsung di lapangan menunjukkan bahwa beberapa aspek pada tahapan produksi menjadi fokus sorotan karena mengalami sejumlah kendala.

Tahap produksi menjadi poin sentral dalam analisis ini karena berperan sebagai landasan utama bagi kualitas dan kelancaran produksi akhir. Beberapa kendala yang berhasil teridentifikasi melibatkan :

1. Ditemukan bahwa proses produksi yang belum mencapai tingkat optimalitas yang diharapkan. Kemungkinan adanya kekurangan dalam alur kerja, atau kelemahan dalam pelaksanaan proses produksi menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kualitas dan kuantitas produksi.
2. Kendala terkait kesesuaian bahan produksi menjadi perhatian, termasuk kesulitan dalam memastikan pemilihan bahan yang optimal atau masalah kualitas bahan baku, yang berpotensi merusak hasil akhir produksi.
3. Pemeliharaan peralatan produksi mungkin belum dilakukan secara teratur atau sesuai standar. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan kinerja peralatan, berpotensi memperlambat proses produksi.

Dari ketiga permasalahan yang telah diidentifikasi, aspek yang paling mendapat sorotan adalah kualitas bahan yang digunakan dalam proses produksi.

Kualitas bahan menjadi fokus utama karena memiliki dampak signifikan terhadap hasil akhir produksi dan secara keseluruhan, reputasi perusahaan di pasaran. Penekanan pada kualitas bahan mengindikasikan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk mengevaluasi dan meningkatkan pemilihan serta manajemen bahan baku. Kualitas bahan yang rendah atau tidak memenuhi standar yang ditetapkan dapat berimbas langsung pada kualitas produksi akhir.

Penurunan nilai nutrisi, ketidakstabilan pengujian dan bahkan risiko keamanan pangan dapat muncul jika bahan yang digunakan tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Pada saat observasi banyak ditemukan bahan yang kurang segar namun masih dipakai dalam proses produksi diantaranya sayur tidak segar, ayam kurangsegar, buah yang kurang segar dan lain-lain.

4.5 Identifikasi Masalah

Terdapat beberapa masalah yang ditemukan dalam tahap produksi makanan sehat , antara lain :

1. Pemilihan Bahan Produksi Kurang Berkualitas

Isu kritis dalam tahapan produksi terfokus pada pemilihan bahan produksi yang tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Ketidaksesuaian ini bisa terkait dengan kekurangan dalam proses seleksi dan penilaian bahan baku sebelum disertakan ke dalam rangkaian produksi. Pemilihan bahan yang kurang optimal dapat menyebabkan ketidakstabilan kualitas pada produksi akhir, memberikan dampak pada ketahanan, keamanan, dan nilai gizi. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap

keamanannya.

3. Jangka Waktu Penggunaan Barang Yang Tidak Sesuai Standar

Salah satu aspek kritis dalam manajemen bahan produksi adalah ketidaksesuaian antara jangka waktu penggunaan barang dengan standar yang telah ditetapkan. Keberlanjutan produksi yang berkualitas membutuhkan pengelolaan waktu penggunaan bahan produksi dengan cermat dan sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan. Penggunaan bahan produksi melebihi batas waktu yang direkomendasikan dapat memiliki dampak serius terhadap kualitas dan keamanan produksi akhir. Penggunaan bahan produksi yang sudah melewati batas waktu rekomendasi rentan terhadap berbagai risiko. Misalnya, kualitas fisik dan pengujian bahan produksi dapat terkompromi, menyebabkan penurunan daya tarik dan nilai sensorik produksi akhir. Selain itu, dari segi keamanan, bahan yang melebihi batas waktu pemakaian dapat menjadi sumber potensial kontaminasi atau kerusakan mikrobiologis, meningkatkan risiko terhadap kesehatan konsumen.

4.6 Sebab Dan Akibat Masalah

Masalah pada kualitas bahan baku dalam suatu produksi dapat menimbulkan dampak yang signifikan pada berbagai aspek operasional dan pasar. Berikut adalah sejumlah sebab akibat dari masalah kualitas produksi bahan baku antara lain :

1. Pemilihan Bahan Produksi Kurang Berkualitas

Kurang optimalnya proses seleksi dan evaluasi bahan baku menjadi akar

permasalahan yang signifikan dalam rantai produksi. Proses ini memainkan peran penting dalam menentukan kualitas akhir produk, dan ketika tidak dilaksanakan secara efektif, berbagai akibat negatif dapat terjadi. Akibat yang paling mencolok dari kurangnya ketelitian dalam proses seleksi ini adalah menurunnya kualitas produksi akhir. Bahan baku yang tidak dipilih dengan cermat dapat menghasilkan produk dengan karakteristik yang tidak diinginkan, seperti warna yang tidak sesuai, tekstur yang kurang baik, atau rasa yang terpengaruh. Selain itu, potensi kehilangan nilai nutrisi juga menjadi dampak yang tidak dapat diabaikan. Bahan baku yang tidak dipilih dengan teliti mungkin tidak memenuhi standar gizi yang diharapkan, menyebabkan penurunan nilai nutrisi pada produk akhir. Aspek ini memiliki konsekuensi langsung terhadap nilai nutrisi yang diberikan kepada konsumen. Selanjutnya, risiko terhadap keamanan pangan juga menjadi perhatian serius. Kurangnya seleksi yang cermat dapat membuka pintu bagi masuknya bahan baku yang terkontaminasi atau tidak aman, meningkatkan potensi risiko kesehatan bagi konsumen.

2. Penyimpanan Yang Kurang Sesuai

Ketidakoptimalan dalam kondisi penyimpanan, khususnya terkait dengan suhu dan kelembaban yang tidak terjaga dengan baik, dapat menjadi akar permasalahan serius dalam rantai produksi. Kondisi penyimpanan yang tidak optimal dapat mengakibatkan sejumlah akibat negatif yang signifikan. Salah satu dampak yang dapat terjadi adalah peningkatan

risiko kerusakan bahan produksi. Suhu atau kelembaban yang tidak sesuai dengan persyaratan dapat menyebabkan perubahan fisik atau kimia pada bahan, mengakibatkan kerusakan yang dapat mempengaruhi kualitas produksi akhir. Selain itu, ketidakefektifan dalam kondisi penyimpanan juga dapat berujung pada penurunan kesegaran bahan produksi. Produk- produk yang disimpan pada suhu yang tidak tepat atau kelembaban yang tinggi dapat kehilangan karakteristik pengujian, seperti aroma dan rasa yang segar. Ini dapat memengaruhi pengalaman konsumen dan persepsi terhadap kualitas produksi. Serta, kondisi penyimpanan yang tidak optimal menciptakan potensi pertumbuhan mikroorganisme yang merugikan. Kelembaban yang tinggi atau suhu yang tidak sesuai dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bakteri, jamur, atau mikroorganisme. Hal ini tidak hanya dapat merugikan kualitas bahan produksi tetapi juga menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen.

3. Jangka Waktu Penggunaan Barang Yang Tidak Sesuai Standar

Tidak sesuai penggunaan barang dengan standar waktu yang telah ditetapkan dapat menciptakan dampak serius dalam rangkaian proses produksi dan pemasaran produk. Konsekuensi dari pelanggaran batas waktu ini mencakup beberapa aspek yang mempengaruhi kualitas akhir produksi, keamanan pangan, dan kepuasan pelanggan.

- a. Pelanggaran terhadap standar waktu penggunaan dapat mengakibatkan penurunan kualitas produksi akhir. Bahan baku yang digunakan setelah batas waktu yang direkomendasikan dapat mengalami

perubahan fisik, kimia, atau pengujian yang tidak diinginkan. Dampak ini dapat merugikan rasa, aroma, atau tekstur produk, mengurangi kualitas secara keseluruhan, dan menciptakan pengalaman kurang memuaskan bagi konsumen. Selain itu, risiko terkait keamanan pangan meningkat ketika barang digunakan melebihi batas waktu yang ditetapkan. Serta, bahan baku produksi yang sudah melewati masa pakai dapat menjadi sumber potensial pencemaran oleh mikroorganisme atau bahan berbahaya lainnya. Situasi ini dapat mengancam kesehatan konsumen dan menimbulkan masalah serius terkait dengan keamanan pangan.

- b. Potensi ketidakpuasan pelanggan juga menjadi konsekuensi yang mungkin terjadi. Bahan produksi yang tidak memenuhi harapan atau mengalami penurunan kualitas dapat menyebabkan ketidakpuasan di kalangan pelanggan. Hal ini dapat merugikan reputasi merek dan berdampak pada kesetiaan pelanggan. Konsumen yang merasa kecewa dengan kualitas produk yang tidak sesuai dengan standar waktu penggunaan mungkin mencari opsi lain, yang dapat mengancam stabilitas pangsa pasar perusahaan. Dalam keseluruhan, tiga masalah ini bersifat saling terkait dan dapat mengakibatkan penurunan efisiensi, meningkatkan biaya produksi, serta merugikan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, tindakan perbaikan keseluruhan, termasuk perubahan dalam pemilihan bahan, peningkatan sistem penyimpanan, dan kepatuhan terhadap standar waktu penggunaan,

diperlukan untuk mengatasi dampak negatif dari ketiga masalah ini dalam rantai produksi.

4.7 Solusi Pemecahan Masalah

Untuk mengatasi permasalahan dalam pemilihan bahan produksi yang kurang berkualitas, penyimpanan yang kurang sesuai, dan penggunaan barang melebihi standar waktu yang ditetapkan, perusahaan perlu menerapkan solusi yang terintegrasi. Berikut beberapa langkah yang dapat diambil:

1. Perbaikan dalam Pemilihan Bahan Produksi

a. Pemeriksaan Menyeluruh Terhadap Proses Seleksi Bahan Baku:

Menyelenggarakan seluruh tahapan proses seleksi bahan baku merupakan langkah sulit untuk memahami dan mengevaluasi efisiensi sistem yang ada. Saat melakukan pemeriksaan, perusahaan dapat mengkaji metode pengambilan keputusan, kriteria seleksi, serta dokumen terkait prosedur tersebut. Pemeriksaan secara menyeluruh dapat memberikan wawasan mendalam terhadap kelemahan yang perlu diperbaiki dan potensi perbaikan dalam memperoleh bahan baku berkualitas.

b. Meningkatkan Kerjasama Dengan Pemasok

Peningkatan kerjasama dengan pemasok menjadi kunci untuk memastikan pasokan bahan baku yang optimal. Komunikasi yang efektif dengan pemasok dapat mencakup pertemuan rutin, diskusi terbuka mengenai harapan kualitas, dan evaluasi bersama mengenai

kinerja pemasok. Dengan membina relasi yang solid, perusahaan dapat memastikan bahwa pemasok juga memahami dan berkomitmen untuk menyediakan bahan baku yang memenuhi standar kualitas yang diinginkan.

c. Menerapkan Prosedur Evaluasi Yang Lebih Ketat:

Menyempurnakan prosedur evaluasi bahan baku melibatkan implementasi standar yang lebih ketat dan metode pengujian yang lebih canggih. Ini melibatkan penerapan teknologi analisis terkini, uji laboratorium yang lebih intensif, dan peningkatan pemantauan kualitas secara real-time. Proses evaluasi yang ketat akan memastikan bahwa setiap batch bahan baku memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

2. Optimalisasi Sistem Penyimpanan

a. Menetapkan standar suhu dan kelembaban yang optimal untuk penyimpanan bahan:

Menetapkan standar suhu dan kelembaban yang optimal menjadi langkah penting untuk memastikan kualitas bahan terjaga dengan baik selama masa penyimpanan. Senjani Kitchen perlu melakukan penelitian dan kajian untuk menentukan rentang suhu dan kelembaban yang paling sesuai untuk setiap jenis bahan. Standar ini harus mencakup aspek-aspek seperti tingkat kelembaban relatif, suhu penyimpanan, dan kondisi lingkungan lainnya.

b. Menggunakan teknologi monitoring otomatis untuk pemantauan

kondisi penyimpanan:

Mengadopsi teknologi monitoring otomatis merupakan strategi proaktif untuk memantau kondisi penyimpanan secara terus-menerus. Sistem ini dapat dilengkapi dengan sensor suhu dan kelembaban yang dapat memberikan pembaruan secara real-time. Keuntungan dari teknologi ini adalah memungkinkan deteksi dini perubahan kondisi penyimpanan yang tidak diinginkan, seperti peningkatan suhu atau fluktuasi kelembaban, sehingga memungkinkan tindakan korektif yang cepat.

- c. Melakukan pelatihan karyawan terkait dengan praktik penyimpanan yang benar :

Melibatkan karyawan dalam pelatihan terkait praktik penyimpanan yang benar menjadi langkah sulit. Karyawan perlu memahami pentingnya menjaga kondisi penyimpanan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Pelatihan dapat mencakup tata cara pengaturan suhu, pemahaman terhadap peralatan monitoring otomatis, serta langkah-langkah penanganan dalam situasi darurat atau perubahan kondisi yang signifikan.

3. Manajemen Tepat Waktu Penggunaan Barang

Penerapan sistem manajemen stok yang efisien merupakan langkah penting dalam upaya menjaga kualitas produksi dan meminimalkan risiko penggunaan barang melebihi batas waktu yang ditetapkan. Dengan menerapkan sistem ini, perusahaan dapat mengoptimalkan persediaan bahan mencegah penumpukan barang yang tidak terpakai, serta menjaga rotasi barang yang lebih baik. Selain itu, mengintegrasikan sistem peringatan otomatis menjadi strategi tambahan yang sangat efektif. Sistem ini mampu memantau tanggal kadaluwarsa secara real-time, memberikan notifikasi kepada pihak terkait jika barang mendekati atau melewati batas waktu penggunaan yang direkomendasikan. Hal ini memungkinkan senjani kitchen untuk mengambil tindakan pencegahan atau penggantian tepat waktu, sehingga menghindari risiko penurunan kualitas produksi atau bahkan masalah keamanan pangan. Untuk memastikan kesuksesan implementasi kedua langkah tersebut, pelatihan karyawan menjadi unsur kunci. Dengan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada karyawan tentang manajemen stok dan batas waktu penggunaan, perusahaan dapat memastikan bahwa seluruh tim terlibat secara efisien dalam menjalankan prosedur-prosedur terkait. Pemahaman ini mencakup bagaimana menggunakan sistem manajemen stok, memahami pentingnya peringatan otomatis, dan mengenali tanda- tandabarang yang mendekati atau melewati batas waktu penggunaan.

Dengan demikian, kolaborasi antara sistem manajemen stok, peringatan otomatis, dan karyawan yang terlatih dengan baik dapat menciptakan lingkungan yang lebih teratur, efisien, dan aman dalam pengelolaan persediaan dan waktu penggunaan barang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Di Senjani Kinchen, berbagai kegiatan umum dilakukan untuk memastikan kelancaran bisnis. Kegiatan ini meliputi pengolahan bahan baku, produksi, pengemasan, pengiriman, pemasaran, manajemen karyawan, dan pengembangan menú. Namun berdasarkan hasil observasi bahwa masih terdapat beberapa masalah dalam produksi di Senjani Kitcen yaitu:

1. **Pemilihan Bahan Produksi Kurang Berkualitas:** Proses seleksi dan evaluasi bahan baku yang tidak optimal menjadi akar permasalahan utama dalam rantai produksi, menyebabkan penurunan kualitas produksi akhir dengan dampak negatif pada karakteristik warna, tekstur, dan rasa, juga berpotensi kehilangan nilai nutrisi dan risiko terhadap keamanan pangan.
2. **Penyimpanan Yang Kurang Sesuai:** Kondisi penyimpanan yang tidak optimal, khususnya terkait suhu dan kelembaban, menjadi permasalahan serius dalam rantai produksi. Dampaknya mencakup peningkatan risiko kerusakan bahan produksi dan penurunan kesegaran produk, yang memengaruhi kualitas akhir termasuk aroma dan rasa yang segar. Selain itu, kondisi penyimpanan yang tidak sesuai menciptakan potensi pertumbuhan mikroorganisme merugikan.
3. **Jangka Waktu Penggunaan Barang Yang Tidak Sesuai Standar:** Penggunaan barang setelah batas waktu yang direkomendasikan dapat

4. Menurunkan produksi akhir, meningkatkan risiko terkait keamanan pangan, dan berpotensi menyebabkan ketidakpuasan pelanggan yang dapat merugikan reputasi merek.

Dalam rangka mengatasi masalah dalam pemilihan bahan produksi, penyimpanan, dan penggunaan barang, perusahaan perlu menerapkan solusi terintegrasi, yaitu:

1. Perbaikan dalam pemilihan bahan dengan pemeriksaan menyeluruh, peningkatan kerjasama dengan pemasok, dan penerapan evaluasi yang lebih ketat.
2. Optimalisasi sistem penyimpanan mencakup menetapkan standar suhu dan kelembaban, menggunakan teknologi monitoring otomatis, dan pelatihan karyawan.
3. Manajemen tepat waktu penggunaan barang melibatkan sistem manajemen stok efisien, peringatan otomatis, dan pelatihan karyawan terkait stok.

5.2 Saran

Berikut ini saran dari kualitas produksi makanan sehat, antara lain:

1. Selalu menjaga kualitas produksi terhadap bahan bakunya seperti sayur yang segar, buah yang segar, dan yang lainnya. Agar konsumen puas dan senang. Serta, bahan makanannya sendiri harus dicuci terlebih dahulu sebelum akan dimasak.
2. Memperhatikan cara penyimpanan bahan baku, supaya bahan baku tidak terpapar oleh udara atau kondisi lain yang mengakibatkan bahan makanan membusuk dan kualitasnya menurun. Simpan bahan baku dalam suatu bungkus tertutup, atau di dalam lemari es yang mencegah bakteri maupun hewan yang merusak bahan baku.
3. Hindari meletakkan bahan baku dilantai. Bersihkan dapur dan tempat penyimpanan bahan baku dengan sabun, untuk mencegah bakteri bertumbuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Indonesia.
- Alrizal Noerpratomo (2018). “Pengaruh Persediaan Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Di Cv. Banyu Biru Connection”.
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7p) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar Di Malang.
- Handoko 2001 Analisis Sistem Baku Terhadap Efektivitas Pengelolaan Persediaan Bahan Baku.
- Herawati, H. and Mulyani, D. (2016) ‘Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada Ud.
- Mudayat, M., & Soedarmanto, S. (2023). ANALYSIS OF CONTAINER CRANE ON STEVEDORING AT NILAM MULTIPURPOSE TERMINAL. IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development).
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.
- Soedarmanto, S., & Kartika Cahya, K. (2018). The Effect of Over Workload and Role Conflicts Behavior of Tax Auditors Dysfunction with Job Stress as Mediation Factor.
- Soedarmanto, S., Kartika, C. K., & Rajonti, H. (2018). The Modification Information System Model in Indonesian Tax Information System- Conference Proceeding ICMRES.
- Soedarmanto, S., & Nisa, C. (2018). ANALISIS RASIO LIKUIDITAS, RASIO SOLVABILITAS, DAN RASIO PROFITABILITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar *Learning Together*

No : 113/UC-FEH/SKel/X/2023
Hal : Pengantar *Learning Together*

Kepada Yth.:
Bp. Abdul Latif
Senjani Kitchen Surabaya
Jl. Gubeng Kertajaya XIII No.7, Airlangga,
Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur 60286

Dengan hormat,

Bersama surat ini, kami dari Fakultas Entrepreneurship dan Humaniora Universitas Ciputra bermaksud mengajukan permohonan izin untuk mahasiswa program MBKM Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra tahun 2023 atas nama :

1. Nama : Aulia Putri Nuraini
Asal Universitas : STIA & Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon : anuraini02@mbkm.ciputra.ac.id / 089682801774
2. Nama : Alfredo Sila Fransisco Ipir
Asal Universitas : STIA & Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon : afransisco@mbkm.ciputra.ac.id / 089682102676
3. Nama : Lailatul Fadilah
Asal Universitas : STIA & Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon : lfadilah01@mbkm.ciputra.ac.id / 085218418504
4. Nama : Chika Andiena Visizia
Asal Universitas : STIA & Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon : candiena@mbkm.ciputra.ac.id / 082241332593
5. Nama : Indar Yuniarsih
Asal Universitas : STIA & Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon : iyuniarsih@mbkm.ciputra.ac.id / 085880396684

Untuk melakukan kegiatan *Learning Together* terhitung selama 8 minggu (periode menyesuaikan, dapat berbeda-beda bagi setiap mahasiswa). Adapun *Learning Together* ini bertujuan untuk memberikan kemampuan mahasiswa agar dapat mengidentifikasi peluang bisnis, membuat bisnis inovatif untuk pasar global, memvalidasi model bisnis, dan membangun kepercayaan diri dan orientasi pribadi untuk menjadi wirausaha pada mata kuliah *Sustainable Business Entrepreneurship in a Global Context*. Besar harapan kami Bapak/Ibu dapat mengabulkan permohonan ini.

Demikian surat permohonan izin ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Surabaya, 05 Oktober 2023



Dr. David Sukardi Kodrat, M.M., CPM (Asia), CRME.
Ketua Pelaksana Program Wirausaha Merdeka UC 2023

Lampiran 2 Nilai MBKM WMK UC 2023

GPA/CGPA Simulation

Active Period

Subject

Self Simulation

Grade Target Simulation

Un-uploaded Score

Scoring Type	Weight	Score
Assignment 1	25.00	<input type="text" value="79.65"/>
Assignment 2	25.00	<input type="text" value="82.00"/>
Assignment 3	35.00	<input type="text" value="89.00"/>
Final Exam	15.00	<input type="text" value="86.00"/>

Estimated Final Score	Estimated Grade
84.46	B+

Lampiran 3 Certificate MBKM WMK UC 2023



The certificate features a background with a stylized figure of a person in a dynamic pose. At the top, there are logos for Universitas Ciputra, IAIN PT UNGGUL, and LPDP. The main text is centered and includes the recipient's name, the event details, and the date of issuance. At the bottom, there are three signature lines with corresponding names and titles.

UNIVERSITAS CIPUTRA
CREATING WORLD CLASS ENTREPRENEURS

IAIN PT UNGGUL

lpdp

Wirausaha Merdeka

Komputer

CERTIFICATE OF APPRECIATION

No.: 1347/UC-SEH/CA/XII/2023

This certificate is awarded to:

Chika Andiena Visizia

In recognition of being a participant in

Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra Surabaya

“First Step to be Entrepreneur to Enter Global Market to Build Sustainable Business”

Period: 21 Agustus 2023 – 04 Desember 2023

Surabaya, 04 Desember 2023


Ir. Yohannes Somawiharja., M.Sc
Rector
Universitas Ciputra Surabaya


Dr. Trianggoro Wiradinata, S.T., M.Eng.Sc.
Dean of School of Entrepreneurship
And Humanities


Dr. David S. Kodrat, MM., CPM (A), CRME
Head of Wirausaha Merdeka
Universitas Ciputra Surabaya

Lampiran 4 Surat Keterangan Magang PT. Senjani Tekno Boga



PT. SENJANI TEKNO BOGA

De Cluster Nirwana Pandarwangi E4, Blimbing, Kota Malang

☎ 08980235444 🌐 <https://senjani.id> ✉ kitchen@senjani.id

SURAT KETERANGAN MAGANG

No. 103/2-SKet/STB/2023

Yang bertandatangan dibawah ini, CEO PT. SENJANI TEKNO BOGA menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Chika Andiena Visizia
Asal Universitas : STIA & Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon : candiena@mbkm.ciputra.ac.id/082241332593
Jabatan : CEO Associate

Adalah karyawan magang PT. SENJANI TEKNO BOGA yang memiliki kinerja dan sikap baik sejak tanggal 9 Oktober 2023 hingga 15 November 2023.

Demikian surat keterangan kerja ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Desember 2023

Chief Executive Officer,

Abdul Latif


Lampiran 5 Kegiatan Selama Magang di PT. Senjani Tekno Boga







Lampiran 6 Lembar Bimbingan Magang 2023






SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN
STIAMAK BARUNAWATI

Jl. Perak Barat 173 Surabaya
 Website : www.stiamak.ac.id


Telp. (031) 3291096
 E-mail : info@stiamak.ac.id

**LEMBAR BIMBINGAN MAGANG
TAHUN 2023**

Nama : CHIKA ANDIENA VISIZIA
 NIM : 20111008
 Tempat Magang: PT. SENJANI TEKNO BOGA
 Judul : PENGLOLAAN KUALITAS produksi MAKANAN SEHAT
PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM
MBKM WPK UC 2023
 Pembimbing : Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, MMT


No.	Hari/ Tanggal	Bimbingan	Paraf
1	Kamis / 14 Desember 2023	Revisi tulisan manfaat kurangnya, learning together harus dimiringkan	
2	Senin / 18 Desember 2023	Revisi nama harus digaris bawah, bagian label harus ada diatas bagian tulisan jabatan dan jobdesc. bahan satuan	
3	21 Desember 2023 / Kamis	Revisi daftar pustaka	

Mengetahui,
 Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis


SOEDARMANTO, SE., MM

Surabaya, 14 Desember 2020-2023

Mahasiswa


CHIKA ANDIENA VISIZIA
 NIM : 20111008

Lampiran 7 Lembar Pengajuan Judul Magang



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN STIAMAK BARUNAWATI

Jl. Perak Barat 173 Surabaya
Website : www.stiamak.ac.id

Telp. (031) 3291096
E-mail : info@stiamak.ac.id

FORMULIR PENDAFTARAN MAGANG

Kepada :
Yth. Kepala Program Studi STIAMAK Barunawati Surabaya
Di
Tempat

Kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Magang dengan keterangan sebagai berikut :


- a. Nama : CHIKA ANDIENA VISIZIA
- b. NIM : 20111008
- c. Tempat Magang : PT. SENJANI TEKNO BOGA
- d. Alamat : Jl. Gubeng Kertajaya XIII No.7, Airlangga, kec Gubeng
- e. Tanggal Pelaksanaan : 09 oktober 2023 - 15 november 2023

NO	JUDUL MAGANG
	PENGELOLAAN KUALITAS produksi MAKANAN SEHAT
	PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM
	MBKM W MK UC 2023

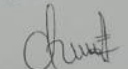
Demikian permohonan kami, atas perkenannya kami sampaikan terima kasih.

Mengetahui
KAPRODI


SOEDARMANTO, SE, MM


Dosen Pembimbing : Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, MMT

Surabaya, 14 Desember 2023


CHIKA ANDIENA VISIZIA
NO HP : 082241332593

Formulir dibuat rangkap 3 untuk :

1. Mahasiswa
2. Dosen Pembimbing
3. Arsip

Lampiran 8 Lembar Nilai Magang dari Perusahaan



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN
STIAMAK BARUNAWATI

Jl. Perak Barat 173 Surabaya
 Website : www.stiamak.ac.id

Telp. (031) 3291096
 E-mail : info@stiamak.ac.id

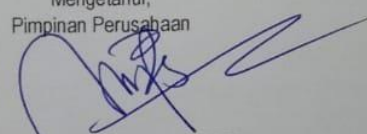
**NILAI MAGANG DI TEMPAT KERJA
 TAHUN 2023**

Nama : CHIKA ANDIENA VISIZIA
 NIM : 20111008
 Tempat Magang : PT. SENJANI TEKNO BOGA
 Alamat Instansi : Jl. Gubeng Kertabaya XIII no. 7, Airlangga, kec Gubeng,
 Judul : PENGELOLAAN KUALITAS produksi MAKANAN SEHAT
PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA DALAM PROGRAM
MEKEM WIK UC 2023

NO	Penilaian Atas Dasar	Nilai		Keterangan
		Angka	Huruf	
1	Etika dan Kedisiplinan		A	
2	Inisiatif dan Kreativitas		A	
3	Hasil Magang		A	
4	Hubungan dalam Lingkungan Kerja		A	

Keterangan : Nilai diberikan berupa angka pada interval 1-100

- 1 - 50 : E (Gagal)
- 51 - 55 : D (Kurang)
- 56 - 65 : C (Cukup)
- 66 - 70 : BC (Antara baik dan cukup)
- 71 - 75 : B (Baik)
- 76 - 80 : AB (Antara sangat baik dan baik)
- 81 - 100 : A (Sangat baik)

Mengetahui,
 Pimpinan Perusahaan


Surabaya, 22 Januari 2024
 Pembimbing Perusahaan
