

**AKTIVITAS OPERASIONAL PRODUKSI LAMPU AROMATERAPI
PADA UD.NABILA ART GALLERY
DI DALAM PROGRAM MBKM WMK UC 2023**

LAPORAN MAGANG

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



**DIAJUKAN OLEH:
RANIA HASNA SARI
NIM 20111086**

STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN MAGANG

**AKTIVITAS OPERASIONAL PRODUKSI LAMPU AROMATERAPI
PADA UD.NABILA ART GALLERY
DI DALAM PROGRAM MBKM WMK UC 2023**

DIAJUKAN OLEH:
RANIA HASNA SARI
NIM 20111086

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

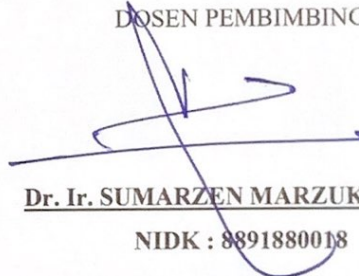
KETUA PROGRAM STUDI



SOEDARMANTO. SE, MM.

NIDN : 0322036902

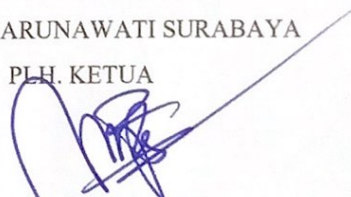
DOSEN PEMBIMBING



Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, M.MT

NIDK : 8891880018

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
PLH. KETUA



MUDAYAT, S.Pd., MM.

NIDN : 0722017004

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**AKTIVITAS OPERASIONAL PRODUKSI LAMPU AROMATERAPI
PADA UD.NABILA ART GALLERY
DI DALAM PROGRAM MBKM WMK UC 2023**

DISUSUN OLEH:

RANIA HASNA SARI

NIM 20111086

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG
PADA TANGGAL 27 JANUARI 2024

PENGUJI

1. **Dr.GUGUS WIJONARKO, MM**

NIDN : 0708116501


(.....)

2. **JULI PRASTYORINI,S.Sos,MM**

NIDN : 0708067104


(.....)

MENGETAHUI,

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

PLH. KETUA


MUDAYAT, S.Pd., MM.

NIDN : 0722017004



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Laporan Kegiatan Magang judul “Aktivitas Operasional Produksi Lilin Aromaterapi Pada UD.Nabila *Art Gallery* Di Dalam Program MBKM WMK UC 2023”. Adapun tujuan dari penulisan laporan magang ini untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam rangka menyelesaikan Magang yang dimana wajib bagi Para Mahasiswa dari Program studi Administrasi Bisnis Kepelabuhan di STIAMAK Barunawati Surabaya.

Program Magang yang dilaksanakan di UD.Nabila *Art Gallery* terhitung sejak tanggal 9 Oktober sampai dengan 16 November 2023 dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan dari semua pihak yang bersangkutan, baik dari pihak Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya maupun dari pihak perusahaan dan juga kampus Univesitas Ciputra Surabaya sebagai kampus pelaksana program. Tanpa bantuan dan bimbingan yang telah diberikan dari awal hingga akhir, tentunya penulis tidak membuahakan hasil seperti yang diharapkan. Oleh karena itu penulis 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 Kepelabuhan 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 Magang di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;

4. Bapak Dr. David S.Kodrat, MM., CPM (A)., CRME, selaku ketua dalam program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka.
5. Bapak Samuel Lie dan Ibu Alma Erina, yang telah membimbing dan memberikan pengalaman, pengetahuan dan motivasi terkait dunia bisnis selama melaksanakan program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka hingga program berakhir.
6. Bapak Pius Budi selaku mitra kerja sama *Learning Together* yang telah memberikan masukan, saran sehingga dapat terciptanya produk yang baik, pada saat mengikuti program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka.
7. Kedua orang tua yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan semangat guna menyelesaikan Laporan Magang dengan baik.
8. Rekan- rekan Tim Romand dalam melaksanakan program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka, sehingga dapat menerima penghargaan *Best Both* dalam *Event Lauching Day* pada waktu itu.

Surabaya, 18 November 2023

RANIA HASNA SARI

NIM 20111086

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang	3
1.2.1 Tujuan Utama Magang	3
1.2.2 Manfaat Magang.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG	5
2.1 Sejarah Perusahaan.....	5
2.2 Deskripsi Perusahaan dan Produk	6
2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	7
2.4 Struktur Organisasi Perusahaan : Tugas dan Tanggung Jawab	8
2.4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	8
2.4.2 Tugas dan Tanggung Jawab	8
2.4.3. Kegiatan Perusahaan	10
BAB III LANDASAN TEORI	11
3.1 Pengertian Bisnis.....	11
3.2 Pengertian UMKM.....	12
3.3 Lampu Aroma Terapi.....	12
3.4 Ruang Lingkup Operasional	13
3.5 Manajemen Operasional.....	14
3.5.1 Pengertian Manajemen Operasional	14
3.5.2 Tujuan Manajemen Operasional	15
3.5.3 Manfaat Manajemen Operasional	16

3.5.4 Fungsi Manajemen Operasional.....	17
3.5.5 Strategi Manajemen Operasional	18
BAB IV PEMBAHASAN.....	21
4.1 Kegiatan Praktis	21
4.1.1 Tempat dan Waktu Magang	21
4.2 Proses Pembuatan Produk Berbahan Dasar PVC dan Jati Belanda	23
4.3 Pengumpulan Data	25
4.4 Identifikasi Masalah	26
4.5 Sebab & Akibat Masalah	27
4.5.1 Sebab Masalah	27
4.5.2 Akibat Masalah	27
4.6 Solusi Pemecahan Masalah	27
4.7 Tata Cara Penggunaan Lampu Aromaterapi	28
4.8 Proses Pengiriman Produk	28
4.9 Proses Distribusi Produk.....	29
4.10 Kegiatan Produksi.....	32
BAB V PENUTUP.....	334
5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan Magang	21
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan	8
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Magang

Lampiran 2 Surat Persetujuan Magang

Lampiran 3 Surat Foto Kegiatan Magang

Lampiran 4 Lembar Nilai Magang

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan dalam pandangan ekonomi makro memiliki peranan yang penting dalam perekonomian suatu Negara, yaitu dalam mengambil peran sebagai penggerak roda ekonomi, sehingga akan meningkatkan total produksi sebuah Negara. Kegiatan untuk mendukung hasil produksi, tidak lepas dari kegiatan operasional perusahaan itu sendiri, aktivitas operasi (*operating activities*) mengacu pada aktivitas usaha utama yang berhubungan langsung dengan penyediaan barang atau jasa contohnya adalah aktivitas manufaktur, distribusi, pemasaran, dan penjualan produk atau jasa. Sedangkan secara mikro perusahaan mempunyai kegiatan utama yaitu melakukan proses bisnis dalam rangka mendapatkan keuntungan secara ekonomi dengan beragam aktifitas, mulai dari perencanaan, proses produksi barang dan jasa, pengelolaan personalia, manajemen keuangan, proses pembelian bahan baku dan bahan kemasan dan pendistribusian hasil-hasil produksi, kegiatan-kegiatan tersebut berguna dalam pencapaian tujuan dari suatu perusahaan Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan harus melaksanakan aktivitasnya dengan lancar cepat dan hemat biaya, sehingga dapat memenuhi selera konsumen dan mendapat kepercayaan yang tinggi sebagai salah satu modal yang sangat vital. Dengan adanya kepercayaan dari konsumen maka dapat dipastikan bahwa produk yang dibuat akan dimanfaatkan oleh mereka. Untuk menjamin kebutuhan-kebutuhan konsumen akan produk yang diproduksi oleh

perusahaan maka perusahaan perlu mengontrol persediaan yang ada agar siap menjawab kebutuhan konsumen setiap saat tepat pada waktunya, oleh karena itu perusahaan hendaklah menerapkan suatu sistem atau metode yang efektif guna merespon masalah-masalah yang ada. Pada perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan yang menghasilkan barang jadi, proses produksi merupakan kegiatan inti dari perusahaan tersebut. Produksi bisa berjalan dengan lancar apabila bahan baku yang merupakan input dari proses produksi tersedia sesuai dengan kebutuhan. Tersedianya bahan baku tidak lepas dari perencanaan *planning* dan pengendalian *controlling*. Perencanaan bahan baku bermanfaat untuk menjaga kelangsungan proses produksi yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan dan untuk mengantisipasi pada setiap permintaan konsumen yang datang secara tidak terduga. Dengan adanya persediaan bahan baku maka perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen. Selanjutnya untuk produksi dengan memperhitungkan juga biaya-biaya yang akan timbul akibat dari persediaan, seperti biaya pemesanan dan biaya penyimpanan.

Tata letak pabrik atau tata letak fasilitas merupakan cara pengaturan fasilitas-fasilitas pabrik untuk menunjang kelancaran proses produksi Wignjosoebroto, S., 1996. Tata letak pabrik ini meliputi perencanaan dan pengaturan letak mesin, peralatan, aliran bahan dan orang-orang yang bekerja pada masing-masing stasiun kerja. Jika disusun secara baik, maka operasi kerja menjadi lebih efektif dan efisien. Dalam proses produksi tersebut, aliran bahan material handling terlihat bolak-balik. Hal ini mengakibatkan proses produksi terganggu atau akan berhenti, karena material handling akan sejalan dengan pelaksanaan proses produksi. Perencanaan

layout yang cermat tanpa diimbangi perencanaan material handling yang baik, akan sia-sia untuk diterapkan. Sebab akan terjadi kesulitan pemindahan bahan, arus bahan baku sampai produk akhir terganggu, akibat lebih jauh tingkat produktivitas perusahaan menurun. Oleh karena itu perlu sekali dilakukan perencanaan tata letak fasilitas dan perencanaan material handling. Hal ini dapat dilakukan dengan metode penyusunan layout yang tepat yang akan menghasilkan perencanaan layout fasilitas baru yang terbaik.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Utama Magang :

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan Magang, yaitu :

1. Memahami secara rinci bagaimana aktivitas operasional produksi pada perusahaan berlangsung.
2. Mengetahui bagaimana operasional dan produksi yang baik dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan kualitas produk.
3. Mengidentifikasi potensi perbaikan dalam proses operasional dan memberikan saran untuk meningkatkan efisiensi.

1.2.2 Manfaat Magang

Adapun beberapa manfaat yang didapat dalam kegiatan magang, sebagaimana berikut ini :

1. Bagi Akademi:

Dengan adanya kegiatan magang ini diselenggarakan perguruan tinggi tempat mahasiswa melakukan kegiatan magang akan meningkatkan keterampilan praktis. Termasuk keterampilan komunikasi, pemecahan masalah, dan manajemen waktu yang tidak dapat dipelajari di lingkungan akademis.

2. Bagi Praktisi:

Dengan adanya kegiatan magang ini, pihak praktisi tempat magang dapat memperoleh pemahaman mengenai aktivitas operasional yang baik, ide dan perspektif baru dalam pengembangan produk dan kualitas produk dalam perusahaan tersebut. Yang dapat memberikan nilai tambah kepada perusahaan dalam hal inovasi dan pemikiran kreatif.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan

Nabila Art Gallery berdiri sejak tanggal 12 Juni Tahun 2016. Dengan bermodal hanya Rp. 250.000. UMKM tersebut dapat memulai usaha, dan memiliki impian yang besar dalam menjalankan bisnis. Usaha ini didirikan, berawal dari hobi sang pemilik, kemudian di dorong oleh bakat serta kemampuan yang bisa membuat usaha ini optimis untuk nantinya bisa menjadi perusahaan yang besar. Hal tersebut tak hanya di upayakan oleh pendiri awal usaha hanya semata-mata mendirikan usaha, namun melalui komitmen pemilik tersebut pada proses bisnis ini, pemilik memberdayakan sumber daya manusia, pemilihan bahan baku sampai dengan pelestarian lingkungan sekitar lokasi usaha. Melalui profil bisnis lestari ini pun pemilik berkomitmen untuk memperbaiki setiap proses bisnis secara berkesinambungan dan menuliskannya didalam laporan berkelanjutan untuk periode mendatang. Dalam perkembangannya Nabila Art Gallery turut bergabung dalam komunitas bisnis, pada tahun 2017 usaha tersebut bergabung dalam UMKM Kabupaten Sidoarjo. Sejak bergabung dalam UMKM Kabupaten Sidoarjo, perusahaan ini mulai sedikit berkembang dan di kenal oleh berbagai kalangan lokal.

Dengan berjalannya waktu sedikit demi sedikit, perusahaan ini mulai mengembangkan sayapnya dan mempunyai 4 karyawan, kemudian pada tahun 2018, perusahaan ini mulai berkolaborasi dan menjalin kemitraan kerja dengan beberapa UMKM, dan pada tahun 2019 perusahaan ini mengembangkan produk

dengan kreasi terbatu yaitu Lampu Aromaterapi. Pada pertengahan tahun 2019 perusahaan ini tidak hanya mengejar omset saja, namun berusaha menyisipkan sebagian keuntungan untuk kegiatan sosial yaitu memberikan pelatihan gratis dan pemberian bahan baku serta alat kerja kepada masyarakat sekitar dan para pelaku UMKM pemula yang memulai usaha khususnya di bidang kerajinan kreatif. Sampai saat ini perusahaan masih tetap berupaya memberikan beberapa pelatihan pada lingkungan sekitar agar bisa bersinergi dengan perusahaan atau berwirausaha dan membuka lapangan pekerjaan yang bisa menambah nilai ekonomi keluarga dan lingkungan sekitar. Dari hasil pemberdayaan kegiatan kolaborasi dan kemitraan, produk yang dihasilkan perusahaan tidak hanya Lampu Aromaterapi saja, untuk produk lain yang dihasilkan perusahaan mempunyai produk turunan hampir 30 item produk kerajinan kreatif. Untuk produk perusahaan ini sudah diminati pasar lokal, nasional bahkan sudah export di beberapa negara.

2.2 Deskripsi Perusahaan dan Produk

Nabila Art Gallery merupakan perusahaan dengan fokus usaha dibidang kerajinan industri creative lampu aromaterapi berbahan dasar limbah meubel. Perusahaan ini memiliki tujuan untuk mengurangi limbah meubel kayu untuk diolah kembali menjadi produk yang bernilai. Untuk produk yang dihasilkan yaitu Lampu Aromaterapi yang pada dasarnya desain dari produk itu sendiri merupakan ukiran tangan yang dikerjakan oleh pemilik usaha ini berawalkan dari hobi. Dalam bentuk produk sendiri, tersedia berbagai macam variasi model dan ukuran.

Kemudian bahan untuk pembuatan produk adalah berbahan dasar PVC, Jati Belanda.

Produk yang dimiliki perusahaan ini, termasuk produk yang ramah lingkungan, pengguna produk sangat mudah walaupun menggunakan listrik, namun produk Lampu Aromaterapi ini tetap hemat pada penggunaannya sehingga aman dalam pemakaian. Untuk produk yang akan dibuat biasanya pemilik usaha menyediakan jasa custom produk, jadi calon customer bisa memilih sendiri untuk produk yang diinginkan.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

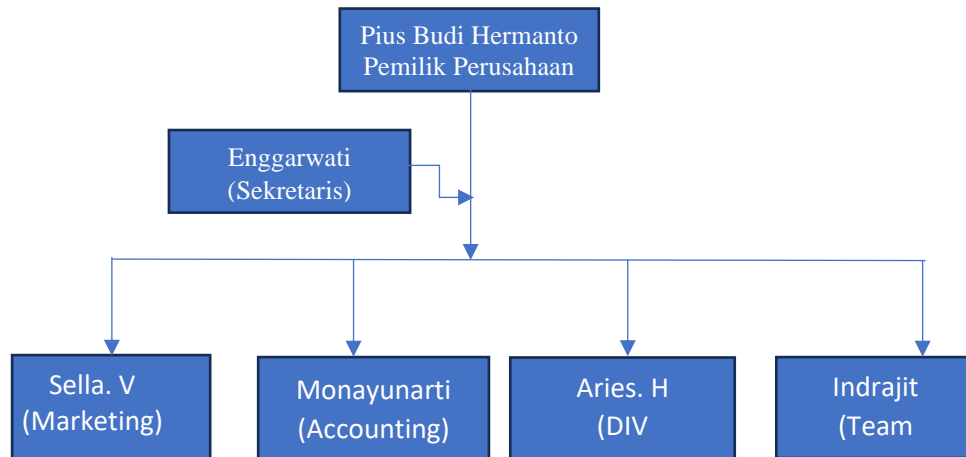
Memberikan suasana *rilex*, nyaman dan tenang tanpa harus biaya mahal.

2. Misi

- a. Memberdayakan masyarakat sekitar lingkungan usaha dan para calon pengusaha muda untuk mengembangkan usaha creativenya..
- b. Bersinergi dan berkolaborasi dengan mitra kerja binaan.
- c. Menjalin rasa kekeluargaan di dalam perusahaan.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan : Tugas dan Tanggung Jawab

2.4.1 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber UD.Nabila Art Gallery

2.4.2 Tugas dan Tanggung Jawab

1. Pemilik Usaha

Betugas untuk menentukan visi jangka panjang perusahaan, menetapkan misi yang menggambarkan tujuan perusahaan, mengambil keputusan strategis untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang, menilai resiko dan peluang bisnis, mengelola keuangan perusahaan dan menetapkan anggaran. Berinteraksi dengan pihak-pihak terkait, termasuk pemegang saham, karyawan, dan pelanggan, membangun hubungan yang baik dengan komunitas dan mitra bisnis.

2. Sekretaris

Bertugas untuk memastikan tercapainya peningkatan citra Perusahaan melalui pengelolaan komunikasi perusahaan dengan pihak internal dan eksternal, mengadministrasikan dokumen perusahaan; membina hubungan antar lembaga, mengelola arsip.

3. Divisi *Marketing*

Bertugas dalam memasarkan produk, jasa, atau layanan perusahaan kepada konsumen sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari setiap produk yang terjual. Selain itu, melakukan riset pasar dan konsumen terhadap minat produk perusahaan.

4. *Accounting*

Bertugas memeriksa dan melakukan verifikasi transaksi keuangan perusahaan, melakukan pencatatan dan dokumentasi, serta bertugas menyusun laporan keuangan secara akurat.

5. Divisi Kolaborasi

Bertugas mengumpulkan para pembisnis atau UMKM untuk saling bertukar saran dan masukan kemudian, menjalin kerjasama produk guna berkembangnya perusahaan.

6. Tim Produksi

Bertugas merencanakan sekaligus melakukan kontrol terhadap proses produksi berjalan lancar pada tingkat output yang dibutuhkan sambil memenuhi perencanaan biaya serta kualitas akhir.

2.4.3. Kegiatan Perusahaan

Kegiatan usaha di UD.Nabila *Art Gallery* adalah memproduksi Lampu Aromaterapi dan juga menyediakan jasa untuk pembuatan produk lain selain Lampu Aromaterapi. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri kerajinan kreatif UD. Nabila *Art Gallery* menjalin kerjasama dengan beberapa UMKM di Kota Sidoarjo dan sudah memiliki 30 item produk kerajinan. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini sudah dinikmati oleh pasar lokal, nasional maupun luar negeri. Adapun kegiatan pada UD.Nabila *Art Gallery* yaitu memberikan pelatihan gratis dan memberikan bahan baku serta alat kerja kepada masyarakat sekitar dan para pelaku UMKM pemula yang akan memulai bisnis khususnya dibidang kerajinan.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian Bisnis

Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau entitas dengan tujuan mendapatkan keuntungan melalui produksi, distribusi, atau penjualan barang atau jasa. Dalam konteks bisnis, keuntungan dapat diartikan sebagai selisih antara pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa dengan biaya produksi dan operasional yang dikeluarkan.

Menurut Mahmud Machfoedz bisnis merupakan usaha perdagangan yang dilakukan sekelompok orang yang sudah terorganisasi untuk bisa mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual suatu barang atau jasa. Hal itu bertujuan untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Griffin dan Ebert, bisnis adalah segala aktivitas yang berlangsung dan terkait dalam penyediaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kegiatan bisnis dapat dilakukan oleh suatu organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, badan usaha, ataupun perorangan. Bahkan kegiatan bisnis juga dapat dilakukan oleh perorangan yang tidak memiliki badan hukum sama sekali, misalnya pedagang kaki lima, warung biasa, dan usaha lainnya

Berdasarkan definisi-definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu, kelompok orang, atau entitas dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan.

Keuntungan dalam konteks bisnis diukur sebagai selisih positif antara pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa dengan biaya produksi dan operasional yang dikeluarkan. Dengan demikian, bisnis tidak hanya melibatkan aspek produksi dan distribusi, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Pemahaman terhadap berbagai definisi bisnis membantu menggambarkan keragaman sifat dan ruang lingkupnya dalam konteks ekonomi dan sosial.

3.2 Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Menurut Undang-Undang, di Indonesia, UMKM diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut Undang-Undang ini, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria omset usaha tahunan dan jumlah aset.

3.3 Lampu Aroma Terapi

Lampu aromaterapi adalah perangkat yang dirancang khusus untuk digunakan dalam praktek aromaterapi. Fungsi utama dari lampu aromaterapi adalah untuk menghasilkan cahaya dan memanaskan minyak esensial, sehingga aroma yang dihasilkan dapat menyebar ke sekitarnya. Aromaterapi sendiri adalah bentuk terapi alternatif yang menggunakan bau atau aroma dari minyak esensial tumbuhan untuk meningkatkan kesejahteraan fisik dan mental.

3.4 Ruang Lingkup Operasional

Ruang lingkup manajemen operasional mencakup sejumlah kegiatan dan tanggung jawab yang dirancang untuk mengelola operasi harian dan mencapai tujuan operasional organisasi. Berikut adalah beberapa elemen kunci dalam ruang lingkup manajemen operasional :

1. Perencanaan

Ruang lingkup pertama adalah perencanaan. Ruang lingkup perencanaan akan berusaha semaksimal mungkin menghasilkan jasa atau barang yang sesuai dengan harapan konsumen baik dari segi kualitas, harga, keuntungan, dan lain sebagainya.

2. Pengendalian

Ruang lingkup pengendalian sendiri berhubungan dengan pengendalian rencana produksi. Tujuannya supaya tujuan perusahaan bisa tercapai maksimal.

3. Sistem informasi produksi

Ruang lingkup satu ini akan menuntut manajemen operasional untuk memberikan, mengolah berbagai informasi di perusahaan dengan tepat, cepat, dan akurat. Sistem informasi kemudian dibagi menjadi 3 sistem. Yakni informasi internal, pasar, dan pelanggan.

4. Fungsional

Aspek fungsional sangat erat kaitannya dengan organisasi atau kegiatan manajerial seluruh komponen. Sementara interaksinya akan disebut sebagai 'aspek fungsional'. Kegiatan ini mencakup perencanaan, pengendalian, penerapan, hingga perbaikan.

5. Struktural

Struktural berkaitan dengan pengaturan komponen di sebuah perusahaan.

Adapun tujuannya adalah untuk membangun sebuah sistem manajemen yang terintegrasi, dan juga bisa berinteraksi antara satu dengan lainnya.

6. Lingkungan

Lingkungan juga menjadi salah satu ruang lingkup yang harus diperhatikan.

Karena manajemen operasional meski bisa melihat potensi sekitar demi meningkatkan produksi.

3.5 Manajemen Operasional

3.5.1 Pengertian Manajemen Operasional

Manajemen Operasional adalah bagian dari manajemen suatu organisasi atau perusahaan yang fokus pada perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan kegiatan sehari-hari yang berkaitan dengan produksi barang atau penyediaan. Menurut Ambarwati & Supardi (2020, hlm. 19) pengertian manajemen operasional adalah suatu usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi, mulai dari sumber daya manusia (SDM), mesin, peralatan (*tools*), bahan mentah (*raw material*), dan faktor produksi lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa.

3.5.2 Tujuan Manajemen Operasional

Tujuan manajemen operasional dalam konteks UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional sehari-hari dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Berikut adalah beberapa tujuan khusus dari manajemen operasional dalam UMKM:

1. Meningkatkan Efisiensi Operasional, upaya untuk mengurangi pemborosan waktu, tenaga dan sumber daya untuk meningkatkan produktivitas.
2. Optimasi Sumber Daya, dengan cara efektif termasuk manusia, mesin, dan material. Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia agar sesuai dengan tujuan perusahaan.
3. Peningkatan Kualitas Produk dan Jasa.
4. Pengendalian Biaya, untuk meningkatkan profitabilitas ini melibatkan pengelolaan biaya-biaya seperti bahan baku, tenaga kerja, *overhead*, dan biaya operasional lainnya.
5. Peningkatan Kapasitas Produksi, hal ini melibatkan peningkatan infrastruktur, investas dalam teknologi baru atau pengembangan keterampilan karyawan.
6. Peningkatan Keandalan dan Ketepatan Waktu.
7. Inovasi Proses, untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing, ini dapat melibatkan penerapan teknologi baru, pengembangan metode kerja yang lebih efisien atau perbaikan terus-menerus.

8. Pemeliharaan Lingkungan Berkelanjutan, termasuk dalam pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan keberlanjutan dalam rantai pasokan.

3.5.3 Manfaat Manajemen Operasional

Manajemen Operasional yang baik memiliki sejumlah manfaat yang signifikan bagi perusahaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Berikut adalah beberapa manfaat khusus yang dapat dirasakan oleh UMKM melalui penerapan manajemen operasional yang efektif :

1. Peningkatan Efisien Operasional

Manajemen Operasional yang baik membantu UMKM meningkatkan efisiensi dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, mulai dari produksi hingga pelayanan pelanggan. Efisiensi operasional dapat membantu mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas.

2. Menekan Biaya Produksi

Untuk mengurangi biaya produksi sejalan dengan manfaat sebelumnya, pertimbangan yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan efektivitas produksi secara langsung juga mengurangi biaya yang dikeluarkan. Dengan begitu, manfaat yang di peroleh perusahaan menjadi lebih optimal.

3. Peningkatan Kualitas Produksi

Kegiatan pemeriksaan dan manajemen yang dilakukan oleh manajemen operasional akan menjadi barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan telah mempertahankan kualitas. Bahkan ruang, untuk

meningkatkan kualitas produksi perusahaan juga akan lebih mudah dilihat oleh manajemen perusahaan.

4. Mengurangi Lama Waktu

Pengawasan dan pengolahan manajemen produksi memungkinkan perusahaan memiliki durasi produksi yang lebih pendek. Akibatnya, biaya efektivitas, dan efisiensi perusahaan akan lebih baik daripada mereka yang tidak memiliki manajemen operasional.

3.5.4 Fungsi Manajemen Operasional

Manajemen operasional juga memiliki berbagai fungsi yang tentu dapat memberikan kemampuan perusahaan untuk bergerak lebih efektif. Dikelompokkan berdasarkan tugasnya, fungsi manajemen operasional dapat dibagi menjadi empat, sebagai berikut :

1. Fungsi Perencanaan

Fungsi perencanaan ini menentukan tujuan subsistem operasi organisasi perusahaan dan mengembangkan program yang sudah dimiliki. Tidak hanya itu, kebijakan dan prosedur untuk mencapai tujuan perusahaan juga dapat dikembangkan melalui manajemen operasional. Contoh dari fungsi perencanaan dari manajemen operasional ini mencakup penentuan peran dan fokus operasi Perusahaan.

2. Fungsi Pengorganisasian

Fungsi pengorganisasian di mana manajemen operasional dapat menentukan struktur individu, kelompok, suku cadang, divisi, dan

departemen di perusahaan. Manajemen operasional mampu menyatukan subsistem operasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam mengatur fungsi, manajemen operasional akan memberikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

3. Fungsi Pengendalian

Manajemen operasional juga memiliki fungsi kontrol. Manajemen operasional dapat meningkatkan standar dan jaringan komunikasi perusahaan sehingga organisasi korporasi dapat bergerak sesuai dengan rencana yang telah dibuat.

3.5.5 Strategi Manajemen Operasional

Strategi manajemen operasional untuk perusahaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat bervariasi tergantung pada jenis usaha, industri dan kondisi bisnis yang spesifik. Namun, ada beberapa strategi umum yang dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Berikut beberapa strategi manajemen operasional yang diterapkan oleh perusahaan UMKM:

1. Teknologi Terjangkau

Memanfaatkan teknologi yang terjangkau untuk meningkatkan efisiensi operasional. Ini bisa melibatkan penggunaan perangkat lunak manajemen inventaris, aplikasi penjualan, atau *platform e-commerce*.

2. **Produksi *Just-In-Time* (JIT)**

Mengadopsi pendekatan *Just-In-Time* untuk mengurangi biaya penyimpanan dan pemborosan. Dengan memproduksi hanya ketika ada pesanan. UMKM dapat mengelola inventaris dengan lebih efektif.

3. **Pengelolaan Stok Yang Efisien**

Untuk menghindari *overstock* atau *understock*. Hal ini dapat membantu mengoptimalkan siklus pemesanan dan memastikan ketersediaan produk saat dibutuhkan.

4. **Kerjasama Dengan Pemasok Lokal**

Untuk memastikan pasokan bahan baku yang andal dan efisien. Kerjasama yang baik dengan pemasok dapat membantu mengurangi risiko dan meningkatkan efisiensi rantai pasok.

5. **Pengembangan Keterampilan Karyawan**

Untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja. Karyawan yang terampil dapat memberikan kontribusi lebih besar terhadap operasional perusahaan.

6. **E-Commerce dan Pemasaran Digital**

Mengadopsi *platform e-commerce* dan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk dan jasa. Hal ini dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas.

7. Penggunaan Media Sosial

Untuk membangun hubungan dengan pelanggan, mempromosikan produk dan mendapatkan umpan balik, media sosial menjadi alat paling efektif untuk berkomunikasi dengan *audiens* target.

8. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kualitas yang baik dapat membantu membangun reputasi yang positif.

9. Penerapan Praktik Ramah Lingkungan

Jika memungkinkan, mempertimbangkan praktik operasional yang ramah lingkungan seperti penggunaan bahan ramah lingkungan, manajemen limbah yang baik dan upaya efisiensi energi.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Praktis

4.1.1 Tempat dan Waktu Magang

UD.Nabila *Art Gallery* berada di Kota Sidoarjo tepatnya dijalan Kavling Ketegan Blok C, No.16 Tanggulangin Sidoarjo, Jawa Timur. Dengan letak yang strategis dengan beberapa UMKM menjadikan usaha ini dengan mudah melakukan aktivitas produksi. Kegiatan magang dilakukan setiap hari Senin-Rabu dimulai pada pukul 09.00 – 14.00 WIB terhitung sejak tanggal 9 Oktober sampai dengan 15 November 2023.

Tabel 4 1 Kegiatan Magang

Hari/Tanggal	Aktivitas <i>Learning Together</i>	Hal Yang Di Pelajari
Minggu Ke- 1	Melakukan <i>Brainstorming</i> Bersama Pak Pius Budi Hermanto	<ol style="list-style-type: none">1. Bertukar pikiran mengenai produk seperti apa yang bagus2. Pemilihan bahan baku yang tepat untuk produk
Minggu Ke- 2	Melakukan Proses Pembuatan Produk.	<ol style="list-style-type: none">1. Belajar memproduksi sesuai dengan takaran-takaran yang telah ditetapkan2. Membuat produk sesuai prosedur operasional pembuatan produk
Minggu Ke- 3	Mengikuti Kegiatan <i>WorkShop Export</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Memperluas pasar potensial, membuka peluang baru dalam pengiriman produk ke beberapa tempat secara menyeluruh.

Hari/ Tanggal	Aktivitas Learning Together	Hal Yang Dipelajari
		2. Dapat membantu perusahaan mengurangi risiko dengan diversifikasi pasar, sehingga tidak terlalu bergantung pada kondisi ekonomi atau persaingan pasar domestik.
Minggu Ke – 4	Penggunaan Teknik Transfer Gambar pada Produk	1. Membuat desain gambar untuk bentuk packaging produk 2. Mempromosikan produk dengan visual yang menarik
Minggu Ke- 5	Pembentukan Inovasi Produk Yang Baru.	1. Penambahan bentuk produk agar lebih banyak. 2. Penambahan aroma pada produk.
Minggu Ke-6	Melakukan Proses Produksi Menggunakan Desain Baru	1. Dapat mengikut perkembangan minat konsumen 2. Pendekatan baru terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan.

4.2 Proses Pembuatan Produk Berbahan Dasar PVC dan Jati Belanda

Proses pembuatan produk berbahan dasar PVC (*Polyvinyl Chloride*) dan Jati Belanda (Jenis Kayu) dapat berbeda karena sifat dan karakteristik masing-masing bahan. Berikut adalah gambaran umum dari proses pembuatan produk berbahan dasar PVC dan Jati Belanda produk Lampu Aromaterapi :

1. Proses Pembuatan Produk Berbahan Dasar PVC :

a. Ekstraksi Bahan Baku

PVC dibuat dari klorin dan etilena yang diekstraksi dari minyak bumi atau gas alam.

b. Polimerasi

1) Etilena diubah menjadi diklorida dalam reaktor polimerasi

2) Proses polimerasi menghasilkan PVC dalam bentuk butiran atau serpihan

c. Modifikasi dan Stabilisasi

1) PVC sering dimodifikasi dengan menambahkan bahan tambahan untuk meningkatkan kekuatan, kekerasan atau keuletan

2) Stabilisator ditambahkan untuk mencegah degradasi PVC selama proses produksi

d. Pencampuran dan Pewarnaan

1) PVC dicampur dengan aditif seperti pewarna dan penguat

2) Pewarna ditambahkan untuk memberikan warna pada produk PVC

e. Pembentukan

PVC dapat dibentuk menjadi berbagai produk melalui proses pengecoran, pengukiran atau injeksi sesuai dengan desain produk yang di gunakan.

f. Pengeringan dan Pemeraman

Produk PVC kemudian dikeringkan dan di temper untuk menghilangkan sisa pelarut atau kelembaban yang mungkin ada.

g. Inspeksi dan Pengemasan

1) Setelah proses produksi selesai, produk PVC diperiksa untuk memastikan kualitas

2) Produk yang lolos inspeksi kemudian dikemas untuk dikirim ke pasar

2. Proses Pembuatan Produk Berbahan Dasar Jati Belanda :

a. Pemilihan dan Penebangan Kayu

1) Pohon jati belanda dipilih dan ditebang sesuai standar keberlanjutan

2) Penebangan dapat dilakukan secara manual atau dengan menggunakan alat mekanis

b. Pengupasan dan Pengeringan

1) Kulit kayu dikupas untuk mendapatkan kayu yang bersih

2) Kayu kemudian dikeringkan secara alami atau dengan menggunakan alat khusus untuk mengurangi kadar air

c. Pemotongan dan Pembentukan

1) Kayu dipotong dan dibentuk sesuai dengan produk yang diinginkan

2) Proses ini dapat melibatkan penggunaan mesin pemotong (Gergaji)

d. Penghalusan dan *Finishing*

1) Kayu dihaluskan untuk mendapatkan permukaan yang halus

2) Proses *finishing*, seperti pewarnaan atau pengaplikasian pelapis pelindung, dapat dilakukan untuk meningkatkan penampilan dan melindungi kayu dari kerusakan

e. Perakitan

Jika produk melibatkan beberapa bagian kayu, maka dengan cara dirakut bersama menggunakan perekat kayu atau paku

f. Pengemasan

1) Produk jati belanda diperiksa untuk memastikan kualitasnya

2) Setelah lulus inspeksi, produk dikemas dengan aman untuk pengiriman.

4.3 Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis melakukan beberapa alternatif pengambilan data. Adapun alternatif tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Menggunakan teknik observasi merupakan kegiatan yang meliputi pengamatan yang dilakukan responden terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Menurut Arifin (2011) observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif dan rasional mengenai berbagai fenomena dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan. Dalam hal ini penulis mengamati aktivitas kegiatan atau situasi yang ada pada perusahaan khususnya pada UD.Nabila Art Gallery seperti kegiatan operasional mulai dari proses pembuatan produk, penggunaan produk sampai dengan proses distribusi produk.

2. Menggunakan teknik wawancara dengan bertemu secara langsung kemudian memberikan beberapa pertanyaan. Dalam hal ini penulis dan responden berhadapan langsung agar mendapatkan informasi secara lisan yang bertujuan mendapat data yang dapat menjelaskan permasalahan.
3. Menggunakan dokumentasi, metode tersebut pengumpulan data yang dilakukan dalam bentuk arsip gambar, angka. Dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis yaitu mengumpulkan gambar-gambar pada saat kegiatan magang.
4. Menggunakan *searching* metode tersebut mencari data seperti gambar, artikel dan karya tulis.

4.4 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang terjadi pada saat pelaksanaan *Learning Together* pada UD.Nabila Art Gallery ini di ambil dari praktek kerja sehingga penulis dapat menyimpulkan masalah yang terjadi, yaitu :

1. Proses produksi yang kurang efektif didalam perusahaan dan Kurangnya jumlah karyawan di dalam perusahaan
2. Dalam proses produksi tidak menerapkan SOP (*Standar Operasional Prosedur*) yang bertujuan untuk memastikan kualitas produk dan kepuasan pelanggan terjaga dengan baik.
3. Kurang luasnya tempat produksi, dalam jumlah pesanan yang banyak dan belum tersedianya tempat penyimpanan barang jadi setelah produksi produk

4.5 Sebab & Akibat Masalah

4.5.1 Sebab Masalah

1. Kurangnya produktivitas kinerja karyawan dalam memproduksi suatu produk.
2. Kurangnya kontrol proses produksi dan manajemen yang efektif.
3. Tidak tersedianya tempat yang lebih luas untuk tempat produksi, termasuk pembatasan kapasitas produksi.

4.5.2 Akibat Masalah

1. Potensi kehilangan pelanggan dan reputasi yang buruk karena perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan.
2. Mengakibatkan penurunan kualitas produk dan ketidakpuasan pelanggan
3. Terganggunya aktivitas operasional produksi barang, dan tidak dapat menerima pesanan dalam kapasitas yang banyak.

4.6 Solusi Pemecahan Masalah

1. Dapat menambah jumlah karyawan dan mengatur sistem operasional lebih teratur mulai dari kegiatan produksi barang dalam jumlah yang banyak, memperbaiki internal perusahaan sampai dengan distribusi produk.
2. Menerapkan dan memberikan pengarahannya tentang pentingnya menerapkan *SOP* dalam proses produksi agar mengurangi resiko terjadinya kesalahan dalam proses produksi dan meningkatkan kualitas produk untuk kepuasan pelanggan.

3. Menyediakan ruang khusus tempat produksi dan juga tempat penyimpanan barang jadi diluar tempat produksi berlangsung.

4.7 Tata Cara Penggunaan Lampu Aromaterapi

Penggunaan lampu aromaterapi yang baik dan benar melibatkan beberapa tahapan untuk memastikan keamanan dan efektivitas produk. Berikut adalah tata cara penggunaan Lampu Aromaterapi :

1. Pilih Lampu Aromaterapi yang tepat
2. Tempatkan di tempat yang tepat
3. Pilih *Esencial Oil* yang sesuai
4. Isi wadah air lampu aromaterapi sesuai dengan kapasitas yang ditentukan
5. Perhatikan waktu penggunaan
6. Jaga Kebersihan dan Perawatan
7. Jauhkan dari jangkauan anak-anak

4.8 Proses Pengiriman Produk

Proses pengemasan produk Lampu Aromaterapi melibatkan beberapa tahapan:

1. Pengecekan Ulang Produk :

Memastikan tidak ada cacat produksi sebelum produk di pasarkan, melalui proses seleksi produk

2. Pemilihan Kemasan :

Memilih jenis kemasan yang sesuai untuk lampu Aromaterapi, seperti kotak kardus, plastik, atau kemasan khusus yang dapat melindungi produk dari kerusakan dan mempertahankan kualitas aromanya.

3. Penambahan Materi Pendukung :

Menyertakan petunjuk penggunaan, informasi keamanan, atau materi promosi yang diperlukan ke dalam kemasan.

4. Segel dan Label :

Menerapkan segel keamanan atau label merek untuk memastikan keaslian produk dan memberikan informasi kepada konsumen.

5. Penyusunan di Karton/Kotak Pengiriman :

Jika diperlukan, menempatkan produk yang telah dikemas ke dalam karton atau kotak pengiriman untuk memudahkan distribusi dan mengurangi risiko kerusakan selama proses pengiriman.

4.9 Proses Distribusi Produk

Proses pendistribusian produk Lampu Aromaterapi dapat bervariasi tergantung pada skala pasar, mulai dari pasar lokal, hingga internasional. Berikut adalah gambaran umum dari setiap tahapan distribusi :

1. Pasar Lokal :

- a. Penentuan Pesaing dan Target Konsumen : Identifikasi pesaing lokal dan penentuan target pasar konsumen di tingkat lokal

- b. Penyimpanan dan Pemrosesan Pesanan : Produk di simpan di gudang lokal, dan pesanan di proses sesuai permintaan dari toko atau pelanggan secara langsung
- c. Distribusi Lokal : Menggunakan layanan pengiriman lokal untuk mengirimkan produk ke toko-toko ritel atau melalui saluran distribusi lokal.
- d. Promosi lokal : Melakukan promosi di tingkat lokal melalui iklan di media sosial, mengikuti kegiatan pameran seni, berpartisipasi dalam acara komunikasi sesama UMKM atau kemitraan dengan bisnis setempat.

2. Pasar Nasional :

- a. Pemilihan Mitra Distribusi : Memilih mitra distribusi yang dapat menangani pengiriman di seluruh negara
- b. Pemrosesan Pesanan Sentral : Pusat pemrosesan pesanan mengelola pesanan dari berbagai daerah dan mendistribusikannya ke gudang regional
- c. Distribusi Regional : Produk dikirim ke gudang regional untuk didistribusikan ke toko-toko besar atau ritel nasional.
- d. Strategi Pemasaran Nasional : Pelaksanaan kampanye pemasaran yang berskala nasional, melibatkan iklan di media nasional dan partisipasi dalam pameran dagang nasional.

3. Pasar Internasional :

- a. Pemahaman Regulasi dan Kebijakan Ekspor-Import : Memahami peraturan dan kebijakan ekspor-import di setiap negara dituju.
- b. Distributor Internasional: Menetapkan mitra distributor di setiap pasar internasional yang diincar.

- c. Pemrosesan Bea Cukai dan Dokumen Ekspor : Memproses dokumen ekspor dan menangani prosedur bea cukai di negara tujuan.
- d. Transportasi Internasional : Menggunakan layanan kargo internasional untuk mengirimkan produk ke lokasi tujuan diluar negeri
- e. Pemasaran Global : Mengembangkan strategi pemasaran global dengan iklan internasional dan mengikuti kehadiran dalam pameran dagang internasional.

4.10 Kegiatan Produksi

Dari kegiatan produksi pada perusahaan UD.Nabila Art Gallery menyangkut hasil produksi, Inovasi produk, dan Feedback dari pelanggan yaitu :

- a) Hasil produksi dalam perusahaan UD.Nabila Art Gallery adalah Lampu Aromaterapi, yaitu perangkat yang dirancang untuk menyebarkan wewangian atau minyak essential oil ke udara, untuk menciptakan lingkungan yang harum dan menyenangkan. Untuk model bentuk Lampu Aromaterapi sendiri dilengkapi dengan wadah atau tempat untuk minyak essential tersendiri serta dihiasi dengan cahaya lampu seperti lampu LED.
- b) Terkait inovasi produk untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan dengan cara membuat produk lebih minimalis dengan bentuk travel size agar bisa di bawa kemanapun. Mulai dari bentuk barang yang lebih bervariasi, seperti bentuk bulat, persegi panjang dan juga menyesuaikan permintaan pelanggan. Untuk awal desain perusahaan ini hanya memiliki model barang kotak persegi, namun untuk inovasi selanjutnya akan lebih banyak sesuai minat pasar.

- c) Feedback dari pelanggan terkait usaha Lampu Aromaterapi sangat positif, dari beberapa customer tertarik untuk membeli produk tersebut, karena di rasa produk tersebut cukup memiliki kegunaan dan bermanfaat untuk digunakan sehari-hari mulai dari fungsi keindahan, sampai dengan penggunaan produk itu sendiri. Selain itu customer memberikan feedback berupa saran untuk perkembangan produk agar lebih baik dan lebih banyak mendapatkan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil laporan magang di UD.Nabila Art Gallery, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nabila Art Gallery merupakan perusahaan dengan fokus usaha dibidang kerajinan industri creative lampu aromaterapi berbahan dasar limbah meubel. Perusahaan ini memiliki tujuan untuk mengurangi limbah meubel kayu untuk diolah kembali menjadi produk yang bernilai. Namun masih Dalam proses produksi barang pada UD.Nabila Art Gallery sudah cukup baik namun adanya kendala pada jumlah karyawan yang masih minim dan kurangnya efektifitas kegiatan operasional produksi berakibat pada penerimaan pesanan dalam jumlah yang cukup banyak terkedala.
2. Kurangnya penerapan SOP (*Standar Operasi Prosedur*) dalam aktivitas operasional produksi dapat mengakibatkan penurunan kualitas produk.
3. Tidak tersedianya gudang untuk menampung beberapa produk yang belum siap untuk dipasarkan, lalu terjadi penumpukan pada tempat produksi yang dapat mengganggu aktivitas produksi barang.

5.2 Saran

Setelah mengikuti kegiatan magang yang dilaksanakan terhitung pada tanggal 9 Oktober sampai dengan 16 November di UD.Nabila Art Gallery, adapun beberapa saran yang penuli sampaikan guna menjadi masukan bagi perusahaan kedepan, sebagai berikut :

1. Dapat menambah jumlah karyawan dan mengatur sistem operasional lebih teratur mulai dari kegiatan produksi, internal sampai dengan distribusi.
2. Menerapkan *SOP* dalam proses produksi agar mengurangi resiko terjadinya kesalahan dalam proses produksi dan meningkatkan kualitas produk untuk kepuasan pelanggan.
3. Dapat menyediakan gudang terdiri agar menampung produk yang belum dipasarkan ataupun produk setengah jadi.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarwati, Rita, and Supardi. *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Pustaka Rumah C1nta.

Putra, I. G. C., Wiryawan, I. W. G., Gunadi, I. G. B. N., & Lestari, I. G. A. A. I. (2019). Strategi Pengelolaan Usaha Lilin Aromaterapi dalam Meningkatkan Penjualan di Kabupaten Gianyar Bali. *Paradharna (Jurnal Aplikasi IPTEK)*, 3(2), 112–119.

http://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para_dharma/article/view/1046


Surabaya, U. M. (2022). *Usulan progam kerja kreativitas mahasiswa*. 20211113010.

Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.

Tambunan, R. M. (2013). *Pedoman penyusunan Standard Operating Prosedur*. Maiesta Publishing.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Magang

 UNIVERSITAS CIPUTRA CREATING WORLD CLASS ENTREPRENEURS	UC/FR/REC/03 Rev 00 January 16, 2019
No	: 117/UC-FEH/Skel/X/2023
Hal	: Pengantar <i>Learning Together</i>
Kepada Yth.: Bp. Pius Budi TUNKRIC Kavling ketegan C/16, Barat perun bumi mulyo permai Ds karang tanjung, Candi.	
Dengan hormat,	
Bersama surat ini, kami dari Fakultas Entrepreneurship dan Humaniora Universitas Ciputra bermaksud mengajukan permohonan izin untuk mahasiswa program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra tahun 2023 atas nama :	
1. Nama	: Astika Febianti Viorencia Zahra
Asal Universitas	: STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon	: afebianti@mbkm.ciputra.ac.id / 088210282259
2. Nama	: Benita Salsabilla Gunawan
Asal Universitas	: STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon	: bsalsabilla@mbkm.ciputra.ac.id / 081237135465
3. Nama	: Icha Yohana
Asal Universitas	: STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon	: iyohana01@mbkm.ciputra.ac.id / 081230898231
4. Nama	: Rania Hasna Sari
Asal Universitas	: STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon	: rhasnasari@mbkm.ciputra.ac.id / 085816566700
5. Nama	: Vernica Debby Dama Fitria
Asal Universitas	: STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon	: vdebbydama@mbkm.ciputra.ac.id / 081217424868
Untuk melakukan kegiatan <i>Learning Together</i> terhitung selama 8 minggu (periode menyesuaikan, dapat berbeda-beda bagi setiap mahasiswa). Adapun <i>Learning Together</i> ini bertujuan untuk	
Address CitraLand CBD Boulevard, Surabaya 60219 Indonesia Phone (62-31) 745 1699 Fax (62-31) 745 1698 www.uc.ac.id	

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, 29 September 2023



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

Lampiran 2 Surat Persetujuan Magang



Kartu Hasil Seleksi

Nama	: RANIA HASNA SARI
NIM	: 20111086
Perguruan Tinggi	: STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Kode Registrasi	: 073088-20111086
Nama Program	: First Step to be Entrepreneur to Build a Sustainable Business
Kampus Pelaksana	: Universitas Ciputra Surabaya
Tahun	: 2023
Status	: Diterima

Kartu hasil seleksi ini merupakan tanda bahwa mahasiswa bersangkutan telah mengikuti proses seleksi program Wirausaha Merdeka dan mahasiswa diwajibkan mengikuti aturan pelaksanaan program yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi pelaksana.

Diambil dari www.wirausahamerdeka.id pada: 04 July 2023 11:29:07

Lampiran 3 Foto Kegiatan Magang









Lampiran 4 Lembar Nilai Magang

GPA/CGPA Simulation

List of Active Period Subject(s)

Active Period 2023-2024 Odd

Subject Code	Subject Name	Credits	Estimated Current Grade	Simulated Grade
UNC00304034-J	Sustainable Business Entrepreneurship in a Global Context	20	A-	A-

Num. of Credits	Simulated GPA
20 sks	3.75

List of Not Passed Subject(s)

Subject Code	Subject Name	Credits	Current Grade	Simulated Grade
No Subject				

Simulated Cummulative Num. of Credits	Simulated CGPA	Simulated Completed Num. of Credits	Simulated Completed CGPA
20 sks	3.75	20 sks	3.75

GPA/CGPA Simulation

Active Period 2023-2024 Odd

Subject UNC00304034 - Sustainable Business Entrepreneurship in a Global Context

Self Simulation
 Grade Target Simulation

● Un-uploaded Score

Scoring Type	Weight	Score
Assignment 1	25.00	80,55
Assignment 2	25.00	82,00
Assignment 3	35.00	90,00
Final Exam	15.00	90,00

Estimated Final Score	Estimated Grade
85.64	A-



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 : RANIA HASNA SARI
NIM : 20111086
Tempat Magang : UD. Nabila Art Gallery /MBEM VC 2023
Judul : AKTIVITAS OPERASIONAL PRODUKSI LAMPU ALUMATERAPI
PADA UD. NABILA ART GALLERY DALAM PROGRAM MBEM
WINE VC 2023
Pembimbing : Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, MMT

No.	Hari/ Tanggal	Bimbingan	Paraf
1.	Jum'at , 08 Desember 2023	Bimbingan judul & BAB 1	
2.	Senin , 08 Januari 2024	Bimbingan BAB 2 & BAB 3	
3.	Rabu , 10 Januari 2024	perbaikan penulisan dan Tata letak laporan	
4.	Jum'at , 12 Januari 2024	bimbingan BAB 4	

Mengetahui,
Kaprosdi Ilmu Administrasi Bisnis

SOEDARMANTO, SE., MM

Surabaya, 18 Januari 2020

Mahasiswa

RANIA HASNA SARI
NIM : 20111086