

**PROSES *COSTUMER VALIDATION* BNT TRANS & TOUR
MELALUI PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS
MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA**

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



**DIAJUKAN OLEH:
VIOLA SISVIANI DEWI
NIM 22111054**

**KEPADA
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN
KEPELABUHANAN STIAMAK SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**LAPORAN MAGANG
PROSES *COSTUMER VALIDATION* BNT TRANS & TOUR
MELALUI PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS
MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA**

DIAJUKAN OLEH:

VIOLA SISVIANI DEWI

NIM 22111054

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

KETUA PROGRAM STUDI



JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM
NIDN : 0708067104

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Gugus Wijonarko, MM
NIDN : 0708116501

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA



Dr. Gugus Wijonarko, MM
NIDN : 0708116501

LEMBAR PENGESAHAN

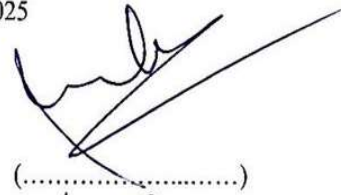
**LAPORAN MAGANG
PROSES *COSTUMER VALIDATION* BNT TRANS & TOUR
MELALUI PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS
MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA**

DIAJUKAN OLEH:
VIOLA SISVIANI DEWI
NIM 22111054

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG
PADA TANGGAL 11 JANUARI 2025

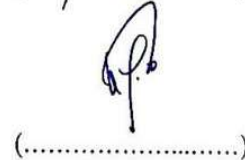
PENGUJI

1. **Dr. Indriana Kristiawati, SE.,MM**
NIDN : 0705056701



(.....)

2. **Soedarmanto, SE, MM**
NIDN : 0322036902



(.....)

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA



Dr. Gugus Wijonarko, MM

NIDN : 0708116501

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Esa, penulis panjatkan puji syukur atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik. Laporan magang yang berjudul “Peran Teknologi dalam Meningkatkan Efisiensi Bisnis Tour dan Travel Bntrans dan Travel” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program magang di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepabuhan Surabaya.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama proses penyusunan laporan ini, terutama kepada:

1. Dr. Gugus Wijonarko, MM., selaku Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya dan sekaligus Dosen Pembimbing Magang;
2. Juli Prastyorini. Sos,MM., selaku Ketua Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
3. Dr. Indriana Kristiawati. SE., MM., selaku Dosen penguji di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
4. Soedarmanto, SE., MM., selaku Dosen penguji di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
5. Dr. David S. Kodrat, MM., CPM (A)., CRME, selaku Ketua dalam Program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka;
6. Christina dan Rendy Soewitoardjo, yang telah memberikan pengalaman, ilmu dan motivasi selama program Wirausaha Merdeka. Serta membimbing jalannya perkuliahan hingga program berakhir;
7. Bapak Theo, selaku owner BNT Trans & Tour yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk belajar dan memberikan pengalaman selama Magang berlangsung;
8. Kedua Orang Tua yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat guna menyelesaikan Laporan Magang ini;

9. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Viola Sisviani Dewi atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga bisa menyelesaikan Laporan Magang ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Surabaya, 02 Januari 2025

Viola Sisviani Dewi
NIM 22111054

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang	3
1.2.1 Tujuan Magang	3
1.2.2 Manfaat Magang	4
BAB II	6
2.1 Sejarah Singkat Magang	6
2.1.1 Sejarah Singkat BNT Trans & Tour	6
2.1.2 Logo Perusahaan	7
2.2 Visi dan Misi	8
2.3 Struktur Organisasi.....	8
2.3.1 Struktur Organisasi, Tugas, dan Tanggung Jawab	8
2.4 Jumlah Karyawan.....	10
2.5 Data Pelanggan.....	11
2.6 Produk	11
BAB III.....	13
3.1 <i>Costumer Validation</i>	13
3.2 Efisiensi.....	14
3.2.1 Tujuan dan Manfaat Efisiensi	16
3.2.2 Peningkatan Efisiensi dalam Bisnis	16

3.3	Pengaruh <i>Customer Validation</i> dalam Meningkatkan Efisiensi Bisnis..	17
BAB IV	20
4.1	Kegiatan Praktis	20
4.1.1	Deskripsi Kegiatan Magang.....	20
4.1.2	Tempat Pelaksanaan Magang.....	21
4.1.3	Proses Kegiatan Magang.....	22
4.2	Metode Pengumpulan Data.....	23
4.3	Identifikasi Masalah.....	25
4.4	Sebab Akibat Masalah.....	25
4.4.1	Sebab Masalah	25
4.4.2	Akibat Masalah	26
BAB V	27
1.	Kesimpulan	27
2.	Saran.....	27
DAFTAR PUSAKA	ix
LAMPIRAN	x

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jabatan dan Jumlah Karyawan.....	10
Tabel 2.2 Data Pelanggan.....	11
Tabel 4.1 Rincian Learning Together.....	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan	6
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan.....	7
Gambar 2.3 Pricelist Akomondasi.....	10
Gambar 2.4 Paket Wisata Bromo.....	10
Gambar 4.1 Dena Lokasi Magang.....	18
Gambar 4.2 Media Sosial.....	21
Gambar 4.3 Media Sosial.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Penerimaan MBKM UV 2024.....	28
Lampiran 2 Nilai Dari Program MBKM UC 2024.....	29
Lampiran 3 Transkrip Nilai Dari Program MBKM UC 2024.....	30
Lampiran 4 Nilai Magang.....	31
Lampiran 5 Lembar Judul Magang.....	32
Lampiran 6 Lembar Bimbingan Magang.....	33
Lampiran 7 Dokumen Kegiatan Magang.....	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Customer validation atau Validasi Pelanggan merupakan proses yang berfokus pada interaksi mendalam dengan kelompok target pelanggan untuk memahami persepsi mereka terhadap konsep produk atau layanan yang akan dihadirkan. Melalui metode ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kelemahan dan potensi keberhasilan suatu gagasan sebelum menghabiskan sumber daya yang berharga pada pengembangan penuh. (Cinthya, 2022).

Customer validation (validasi Pelanggan) adalah proses pengumpulan dan analisis data untuk mengonfirmasi dan menguji sejauh mana produk, layanan, atau gagasan bisnis yang diusulkan benar-benar memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan potensial. Tujuan utama dari *Customer Validation* adalah untuk memastikan bahwa solusi yang akan dihadirkan memiliki permintaan di pasar dan relevan dengan kebutuhan yang sebenarnya. Proses validasi pelanggan melibatkan interaksi langsung dengan kelompok target pelanggan atau pasar yang diincar. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan umpan balik langsung dari calon pengguna terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Informasi yang diperoleh dari validasi pelanggan berguna untuk mengidentifikasi potensi masalah, mendapatkan wawasan tentang preferensi pelanggan, dan memahami perubahan yang mungkin diperlukan sebelum produk atau layanan diluncurkan ke pasar secara penuh. Dalam proses *customer validation*, perusahaan dapat menggunakan berbagai metode seperti survei, wawancara mendalam, studi

kasus, uji coba produk, atau analisis data dari perilaku pelanggan. Pendekatan ini membantu mengurangi risiko kegagalan bisnis karena berdasarkan pada masukan langsung dari pasar yang sesungguhnya.

Customer validation menjadi langkah penting dalam proses pengembangan produk atau perencanaan strategis bisnis, karena memastikan bahwa perusahaan tidak hanya bergantung pada asumsi internal, tetapi juga memvalidasi ide-ide mereka dengan memahami perspektif dan kebutuhan pelanggan secara langsung. Dengan mengumpulkan data dari pelanggan potensial dan menggunakannya sebagai landasan untuk keputusan bisnis, perusahaan dapat mengoptimalkan kesuksesan produk atau layanan di pasar yang bersaing.

Efisiensi bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan output-nya berdasarkan waktu, uang, dan sumber daya yang dimiliki. Dengan kata lain, efisiensi bisnis mengukur seberapa baik perusahaan bisa mengelola bahan baku, tenaga kerja, dan modal yang dimiliki menjadi layanan atau produk untuk menghasilkan revenue. Salah satu tujuan dari efisiensi bisnis yaitu untuk mengurangi biaya bisnis sambil memaksimalkan output-nya. Hal ini dilakukan supaya profit margin perusahaan meningkat (Menurut Tony Robbins). Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung dan kompetitif, teknologi memiliki peran yang sangat penting. Dari efisiensi dan efektivitas operasional, komunikasi yang lebih baik, pemasaran yang lebih efisien, manajemen data yang lebih baik, hingga mempermudah aktivitas sehari-hari, teknologi memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Dengan adopsi teknologi yang tepat, perusahaan dapat menjadi lebih efisien, efektif, dan kompetitif di pasar yang terus berkembang. Oleh karena itu,

penting bagi setiap bisnis untuk menjadikan teknologi sebagai salah satu strategi bisnis yang utama, guna mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

BNT Travel & Tour merupakan Perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang pariwisata dan juga menyediakan jasa layanan penyewaan akomodasi seperti haic, Avanza, elf, dll. BNT Travel & Tour menyediakan layanan perjalanan yang memadukan kenyamanan, kualitas, dan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap konsumen. Perusahaan kami didirikan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang mencari perjalanan yang lebih dari sekadar tempat wisata.

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya di sektor pariwisata, penting bagi perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. BNT Travel & Tour sebagai salah satu penyedia jasa perjalanan harus dapat menghadapi tantangan tersebut dengan baik. Salah satu strategi yang efektif adalah Customer Validation, yang membantu perusahaan untuk mengidentifikasi apa yang benar-benar dibutuhkan oleh pelanggan.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Magang

Tujuan dari laporan magang ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang luas tentang bagaimana teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis di bidang pariwisata dan untuk menemukan masalah dan solusi. Selain itu, laporan ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi tentang cara terbaik untuk mengoptimalkan manfaat teknologi bagi BNT Trans & Tour.

1.2.2 Manfaat Magang

Dengan adanya program MBKM Wirausaha Merdeka yang dilakukan oleh Mahasiswa yang mengikuti MBKM di Universitas Ciputra Surabaya dimana program tersebut terdapat kegiatan Learning Together. Berikut ini adalah manfaat Learning Together bagi mahasiswa, bagi BNT Trans & Tour, dan bagi Perguruan Tinggi:

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa dapat mengetahui bagaimana konsep seperti pemasaran, manajemen pariwisata, dan perencanaan perjalanan diterapkan dalam dunia nyata. Pengalaman langsung ini membantu siswa memperoleh soft skills dan keterampilan teknis yang sulit dipelajari hanya melalui teori.
- b. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk membangun jaringan profesional yang luas dengan para profesional di industri pariwisata, seperti agen perjalanan, tour operator, penyedia akomodasi, dan pihak lainnya.

2. Bagi BNT Trans & Tour

- a. Perusahaan mendapatkan tambahan sumber daya manusia yang siap untuk membantu dalam berbagai tugas operasional, seperti pengelolaan reservasi, pemasaran destinasi, penyusunan paket wisata, serta pelayanan pelanggan.
- b. Perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dari ide-ide inovatif yang dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional atau merancang produk dan layanan yang lebih menarik bagi pelanggan
- c. Perusahaan mendapatkan ide dari mahasiswa yang lebih akrab dengan tren terbaru dalam teknologi dan pemasaran digital, serta memiliki pengetahuan

tentang inovasi terbaru yang berkembang di dunia akademik, seperti foto aesthetic dan editan yang menarik di sosial media untuk meningkatkan daya tarik.

3. Bagi Perguruan Tinggi

a. Menyediakan Bukti Keberhasilan Akademik dan Kualitas Lulusan Keberhasilan program magang yang dikelola dengan baik dapat menjadi indikator kualitas pendidikan yang diberikan oleh perguruan tinggi.

b. Meningkatkan Peluang Kerja Sama dengan Perusahaan

Perguruan tinggi dapat memanfaatkan hubungan yang terbentuk melalui program magang untuk membangun kemitraan jangka panjang dengan perusahaan-perusahaan di sektor tour dan travel

BAB II

GAMBARAN OBJEK MAGANG

2.1 Sejarah Singkat Magang

2.1.1 Sejarah Singkat BNT Trans & Tour

BNT Travel & Tour didirikan pada Tahun 2013 dengan tujuan untuk menyediakan layanan perjalanan yang memadukan kenyamanan, kualitas, dan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap konsumen. Perusahaan kami didirikan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang mencari perjalanan yang lebih dari sekadar tempat wisata. Tempat kami berlokasi di JL. Bantaran Va No. 37, Tulusrejo, Kec. Lowokwaru Kota Malang, Jawa Timur. BNT Travel & Tour juga melayani sewa mobil berbagai tipe seperti (Avanza, Innova, Hi Ace, Elf Long, dll), dan paket wisata sesuai kebutuhan Konsumen.

BNT Travel & Tour adalah sebuah perusahaan perjalanan wisata yang telah berpengalaman dalam menyediakan berbagai jenis layanan perjalanan berkualitas tinggi. BNT Travel & Tour menawarkan berbagai jenis perjalanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan setiap pelanggan, mulai dari perjalanan wisata domestik untuk keluarga dan keluarga hingga perjalanan yang lebih edukatif seperti perjalanan pendidikan bagi siswa dan mahasiswa. Selain itu, BNT Travel & Tour juga menawarkan kunjungan ke kota kota di seluruh ngerti. Karena BNT Travel & Tour menyadari bahwa setiap perjalanan memiliki tujuan dan keinginan yang berbeda, BNT Travel&Tour menawarkan paket liburan yang fleksibel dan terjangkau. BNT Travel&Tour berfokus pada destinasi wisata Jawa-Bali untuk

memberikan pengalaman yang menyenangkan dan tak terlupakan bagi setiap pelanggan. bukan hanya itu saja BNT Travel & Tour juga menawarkan paket wisata khusus yang mencakup wisata petualangan, wisata budaya, serta wisata religi yang dikemas dengan penuh perhatian terhadap detail dan kenyamanan para peserta. Baik untuk liburan keluarga, kunjungan bisnis, maupun kegiatan pendidikan, BNT Trans & Tour siap membantu Anda merencanakan perjalanan yang sempurna dengan berbagai pilihan destinasi menarik di Indonesia. Kami berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dengan dukungan tim yang profesional dan armada transportasi yang aman dan nyaman, sehingga setiap perjalanan menjadi pengalaman yang menyenangkan dan sesuai dengan harapan Konsumen.

2.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber. BNT Travel & Tour, 202

2.2 Visi dan Misi

1. Visi

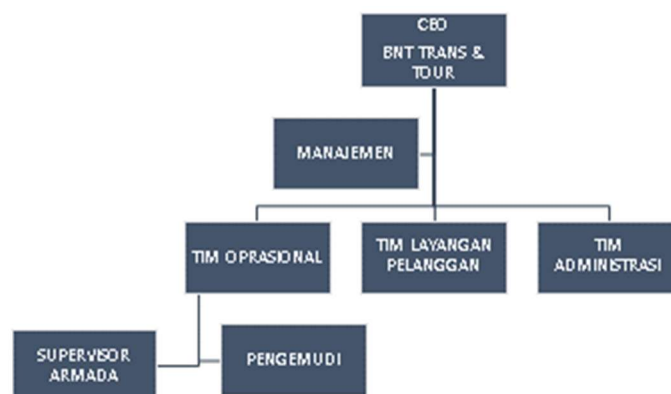
Menjadi perusahaan tour dan travel terdepan yang memberikan pengalaman perjalanan yang tak terlupakan dengan layanan terbaik, inovasi, dan membantu Anda dalam ekspor wisata dengan pengalaman berwisata yang tak terlupakan.

2. Misi

1. Menyediakan paket perjalanan yang unik, menarik, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta preferensi setiap pelanggan.
2. Menyediakan pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif, dengan fokus pada kepuasan pelanggan.
3. Terus berinovasi dalam menyediakan teknologi dan solusi digital untuk mempermudah pemesanan, perjalanan, dan pengalaman pelanggan.

2.3 Struktur Organisasi

2.3.1 Struktur Organisasi, Tugas, dan Tanggung Jawab



Gambar 2.2 Struktur Organisasi BNT Travel & Tour

Sumber. BNT Travel & Tour, 2024

Berikut tugas dan tanggung jawab masing-masing struktur organisasi BNT Trans & Tour sebagai berikut:

1. CEO BNT Trans & Tour Bertugas memimpin sebuah perusahaan, memantau kinerja seluruh departemen untuk memastikan pencapaian target perusahaan, mengambil keputusan strategis yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan, serta bertanggung jawab atas seluruh pengelolaan perusahaan.
2. Manajemen bertugas untuk perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan paket wisata yang meliputi pemilihan destinasi, pengaturan transportasi, akomodasi, serta aktivitas wisata. Selain itu, manajer travel bertanggung jawab atas pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, dan pelayanan pelanggan untuk memastikan kepuasan wisatawan.
3. Tim Operasional bertugas koordinasi dan pengelolaan semua aspek perjalanan, seperti transportasi, akomodasi, dan aktivitas wisata. Mereka memastikan perjalanan berjalan lancar, mengatasi masalah yang muncul, serta memberikan dukungan langsung kepada wisatawan selama perjalanan. Tim operasional juga di bantu oleh supervisor armada dan pengemudi:
 - a. Supervisor armada bertugas meliputi memastikan kendaraan dalam kondisi baik, mengatur jadwal keberangkatan dan kedatangan, memantau sopir agar mengikuti rute dan waktu yang telah ditentukan, serta menangani masalah terkait kendaraan selama perjalanan.
 - b. Pengemudi bertugas untuk mengemudikan kendaraan dengan aman dan sesuai jadwal yang telah ditentukan, memastikan kenyamanan dan keselamatan penumpang selama perjalanan dan juga diharapkan

berkomunikasi dengan tim operasional jika ada perubahan rencana atau keadaan darurat selama perjalanan.

4. Tim layanan Pelanggan bertugas untuk memberikan informasi, bantuan, dan solusi terkait kebutuhan wisatawan, baik sebelum, selama, maupun setelah perjalanan. Mereka menangani pertanyaan, keluhan, dan masalah yang dihadapi pelanggan, memastikan kepuasan dan pengalaman positif. Tim ini juga bertanggung jawab untuk memfasilitasi proses pemesanan, konfirmasi, serta memberikan dukungan terkait layanan seperti transportasi, akomodasi, dan aktivitas wisata yang tersedia.
5. Tim Administrasi bertugas mengelola dan memproses semua dokumen terkait operasional travel, seperti pemesanan, pembayaran, kontrak, dan laporan keuangan. Mereka juga bertanggung jawab untuk menjaga catatan yang rapi, mengatur jadwal perjalanan, serta memastikan kelancaran administrasi seperti pengelolaan data pelanggan, pengaturan pembayaran, dan koordinasi dengan pihak terkait.

2.4 Jumlah Karyawan

BNT Travel & Tour memiliki karyawan sebanyak dengan rincian sebagai berikut

Tabel 2.1 Jabatan dan Jumlah Karyawan

No	Jabatan Karyawan	Jumlah Karyawan
1	CEO	1
2	Manajmen	2
3	Staff Oprasional	3
4	Staff Layanan Pelanggan	2
5	Staff Administarsi	1
6	Supervasioir Armada	3

No	Jabatan Karyawan	Jumlah Karyawan
7	Pengemudi	3

Sumber: BNT Travel & Tour, 2024

2.5 Data Pelanggan

Tabel 2.2 Data Pelanggan

No.	Segments	Penjelasan
1	Demografis	Wanita dan Pria, Usia 7 – 75 Tahun
2	Geografi	Luar Negeri hingga Dalam Negeri, dan Jawa – Bali
3	Kebutuhan	Transportasi yang Efisien dan Aman, Makanan dan Minuman dan Akomodasi yang Layak
4	Prefensi	Destinasi Wisata, Durasi Perjalanan, Jenis Pengalaman yang Diinginkan

Sumber: BNT Trans & Travel, 2024

2.6 Produk

Produk jasa yang ada di BNT Trans & Tour adalah penyewaan alat transportasi, Paket wisata, Study Tour, dan Kunjungan Kerja.

PRICELIST		
MALANG/BATU CITY TOUR	BROMO/ PANTAI/ TAMAN SAFARI	SURABAYA/ BITAR
AVANZA Rp 650.000	AVANZA Rp 750.000	AVANZA Rp 750.000
INNOVA REBORN Rp 650.000	INNOVA REBORN Rp 650.000	INNOVA REBORN Rp 650.000
ELF LONG Rp 1.350.000	ELF LONG Rp 1.400.000	ELF LONG Rp 1.400.000
HIACE Rp 1.250.000	HIACE Rp 1.350.000	HIACE Rp 1.400.000
DROP SANDAKAN/ JUANDA	DROP SANDANERA AND SALEH MALANG	
AVANZA Rp 650.000	AVANZA Rp 375.000	
INNOVA REBORN Rp 650.000	INNOVA REBORN Rp 500.000	
ELF LONG Rp 1.300.000	ELF LONG Rp 650.000	
HIACE Rp 1.250.000	HIACE Rp 500.000	

Gambar 2.3 Pricelist Akomodasi

Sumber: BNT Trans & Travel, 2025



Bromo midnight

Rp350

Gambar 2.4 Paket Wisata Bromo

Sumber: BNT Trans & Travel, 2025

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 *Customer Validation*

Customer Validation adalah proses untuk menguji dan memvalidasi ide atau produk yang dikembangkan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Proses ini mengedepankan pengumpulan feedback dari calon pelanggan yang dapat membantu perusahaan memahami apakah produk atau layanan yang ditawarkan relevan dan akan diterima di pasar. Menurut Eric Ries dalam bukunya "The Lean Startup," *Customer Validation* sangat penting untuk mengurangi risiko kegagalan produk dan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.

Pengaruh validasi pelanggan Merujuk pada dampak yang ditimbulkan ketika pelanggan memberikan umpan balik positif atau negatif terhadap suatu produk atau layanan. Validasi pelanggan sering kali dilihat dalam konteks ulasan, rating, atau testimoninya, yang dapat mempengaruhi persepsi calon pelanggan terhadap kualitas dan keberterimaan produk atau layanan tersebut. Proses ini juga mengarah pada peningkatan atau penurunan kepercayaan terhadap merek serta keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen lainnya. Dalam dunia pemasaran, validasi pelanggan berfungsi sebagai bentuk bukti sosial yang dapat meningkatkan reputasi dan kredibilitas perusahaan atau produk. Sebaliknya, jika pelanggan memberikan validasi negatif, hal ini dapat merugikan perusahaan karena dapat mengurangi daya tarik terhadap calon pelanggan. Ada beberapa metode yang

dapat dilakukan dalam *Customer Validation*, di antaranya Metode *Customer Validation*

1. Survei Pelanggan Menggunakan kuesioner atau survei online untuk mengumpulkan informasi tentang preferensi dan harapan pelanggan.
2. Wawancara Mendalam Bertemu langsung (atau via video call) dengan pelanggan potensial untuk mendalami kebutuhan mereka.
3. Prototyping Mengembangkan versi awal dari produk atau layanan dan meminta feedback dari pengguna.
4. Uji Coba Pasar Mencoba layanan dengan audiens terbatas untuk melihat respons dan menilai keefektifan

3.2 Efisiensi

Efisiensi merupakan memaksimalkan hasil dari sebuah pekerjaan dengan sedikit sumber daya berupa dana, tenaga, atau waktu. Melihat dari pengertian tersebut, dalam hal ini berarti semakin sedikit sumber daya atau dana yang digunakan dalam suatu usaha atau proses, maka akan dikatakan semakin efisien. Efisiensi diartikan sebagai ketepatan cara dalam melaksanakan suatu usaha atau kerja, dalam menjalankan sesuatunya dengan tidak membuang tenaga, waktu, dan biaya yang besar. Efisiensi juga diartikan sebagai kedayagunaan, ketepatangunaan, kesangkilan. Efisiensi juga merupakan kemampuan seseorang untuk dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan tepat, yakni dengan tidak membuang tenaga, waktu, dan biaya. Efisiensi sebagai sebuah perbandingan yang terbaik antara masukan atau *input*, dan hasil yang muncul antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan atau *output*, seperti halnya juga berhasil

mencapai hasil yang optimal dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. S. P. Hasibuan (1984;233-4).

Mahmudi (2010) mendefinisikan efisiensi sebagai sebuah proses yang ditempuh untuk membandingkan dan mengukur masukan beserta keluaran, atau mengukur perbandingan antara hasil yang dicapai terhadap sumber daya dan usaha yang digunakan. Sedangkan, Mulyamah (1987;3) mendefinisikan efisiensi sebagai suatu ukuran yang digunakan ketika membandingkan rencana penggunaan suatu sumber daya sebagai sebuah masukan, dengan penggunaan yang penggunaan yang sebenarnya atau dengan kata lain penggunaan yang terealisasi. Dari seluruh pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa efisiensi merupakan suatu perbandingan antara sumber daya yang digunakan dalam suatu proses melakukan usaha atau pekerjaan, dengan hasil yang dicapai. Semakin sedikit sumber daya yang digunakan, seperti tenaga, waktu, dan biaya, tapi tetap dapat menghasilkan *output* sesuai dengan rencana atau harapan, maka akan dinilai semakin efisien. Berikut jenis-jenis efisiensi:

1. Efisiensi dalam tolak ukur adalah suatu perbandingan antara tolak ukur hasil minimum yang sudah di tentukan, dengan hasil nyata yang sudah di tentukan. Hasil akan di katakan efisiensi apabila menghasilkan minimum yang sudah di tentukan melebihi.
2. Efisiensi berdasarkan titik impas atau *Break Even Point* (BEP) sering digunakan dalam bidang usaha, yang mana titik impas merupakan titik yang membatasi antara usaha yang efisien dengan usaha yang tidak efisien. Titik impas merupakan kondisi dimana dalam setiap produksi barang atau jasa, jumlah

keseluruhan pendapatan setara dengan jumlah keseluruhan pengeluaran. Efisiensi optimal merupakan suatu perbandingan terbaik antara usaha yang dilakukan untuk dapat menghasilkan suatu keluaran yang diinginkan.

3.2.1 Tujuan dan Manfaat Efisiensi

Adapun beberapa tujuan dan manfaat efisiensi:

1. Mengurangi atau melakukan penghematan sumber daya dalam melakukan penghematan
2. Memanfaatkan segala sumber daya yang dimiliki semaksimal mungkin hingga tidak ada yang terbuang secara percuma
3. Mencapai suatu tujuan atau hasil yang sesuai dengan rencana atau harapan
4. Memungkinkan untuk mendapat hasil yang optimal atau keuntungan yang maksima.
5. Meningkatkan performa pekerjaan suatu unit, sehingga keluaran yang dihasilkan semakin maksimal.
6. Memungkinkan seseorang untuk lebih produktif dalam waktu yang lebih singkat.

3.2.2 Peningkatan Efisiensi dalam Bisnis

Peningkatan efisiensi dalam bisnis merujuk pada proses di mana suatu organisasi melakukan upaya untuk memaksimalkan hasil (output) dengan meminimalkan penggunaan sumber daya (input). Dalam konteks ini, efisiensi diukur dari rasio output dan input, yang mana semakin tinggi rasio tersebut, semakin efisien suatu proses bisnis. Peningkatan efisiensi dilihat sebagai pilar

penting bagi kesuksesan dan daya saing perusahaan. Beberapa alasan mengapa peningkatan efisiensi itu penting antara lain:

1. Pengurangan Biaya Dengan mengoptimalkan sumber daya, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan margin keuntungan.
2. Peningkatan Kualitas dan Produktivitas Proses yang lebih efisien memungkinkan waktu dan tenaga kerja dialokasikan lebih baik, yang berdampak positif terhadap kualitas produk atau layanan yang dihasilkan.
3. Responsif terhadap Pasar Dalam industri yang dinamis, perusahaan yang efisien dapat merespons perubahan kebutuhan pasar dengan lebih cepat dibandingkan pesaingnya.

3.3 Pengaruh *Customer Validation* dalam Meningkatkan Efisiensi Bisnis

Pada era yang serba digital ini, Validasi pelanggan adalah investasi yang sangat penting bagi setiap bisnis yang ingin meningkatkan Efisiensi dan keberhasilannya. Dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk, dengan itu *Customer Validation* merupakan proses penting yang membantu perusahaan memahami dengan lebih baik kebutuhan dan harapan pelanggan sebelum meluncurkan produk atau layanan. Dalam konteks BNT Travel & Tour, melakukan *Customer Validation* dapat membawa berbagai pengaruh positif yang signifikan terhadap efisiensi bisnis. Beberapa pengaruh tersebut antara lain:

1. Pengurangan Risiko Kegagalan Dengan mengumpulkan feedback dari pelanggan potensial sebelumnya, perusahaan dapat mengidentifikasi potensi

masalah atau ketidakcocokan di awal. Hal ini membantu mengurangi risiko peluncuran produk atau layanan yang tidak sesuai, yang bisa mengakibatkan kerugian finansial. Menurut Ries (2011), validasi ide dengan pelanggan dapat memperkecil ketidakpastian dalam pengambilan keputusan bisnis

2. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan Feedback dari pelanggan dapat digunakan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan pada produk atau layanan. Hal ini memastikan bahwa apa yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan. Hal ini selaras dengan teori SERVQUAL yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988).
3. Penghematan Biaya Pemasaran Dengan melakukan Customer Validation, perusahaan dapat lebih tepat sasaran dalam menentukan strategi pemasaran dan pengeluaran, sehingga mengurangi biaya yang tidak perlu. Memahami keinginan dan kebutuhan pasar akan membantu BNT Travel & Tour untuk menghindari iklan atau promosi yang tidak efektif.
4. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Ketika pelanggan merasa bahwa pendapat mereka dihargai dan diimplementasikan dalam layanan, mereka cenderung akan lebih loyal. Loyalitas pelanggan berkontribusi pada peningkatan pendapatan melalui repeat business dan referensi mulut ke mulut (Yadav, 2010).
5. Penyesuaian Strategi Bisnis yang Fleksibel Dengan adanya data yang diperoleh dari Customer Validation, BNT Travel & Tour bisa melakukan penyesuaian

strategi bisnis dengan lebih cepat dan tepat sasaran. Hal ini meningkatkan kemungkinan adaptasi terhadap perubahan permintaan pasar.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Praktis

4.1.1 Deskripsi Kegiatan Magang

Magang ialah suatu program belajar sekaligus berlatih bekerja dengan cara langsung pada sebuah perusahaan dalam beberapa waktu. Perusahaan yang menerima karyawan magang berhak memberi tugas serta wajib memberi bimbingan selama waktu program. Lalu, di akhir program, peserta magang kemudian akan mendapat penilaian dari pihak perusahaan, terutama dari atasannya langsung. Magang memberikan pengalaman kerja yang sangat berharga dan bisa memperkuat CV seorang mahasiswa. Kaufman, J. (2012). Melalui Program magang BNT Trans & Tour mahasiswa akan mendapatkan pengalaman berharga dalam menerapkan teori ke praktik, mengembangkan soft skills seperti komunikasi dan teamwork, serta membentuk karakter sebagai seorang profesional. Program magang ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara dunia akademis dan dunia kerja, sehingga mahasiswa dapat mempersiapkan diri secara optimal untuk menghadapi tantangan karier di masa depan tujuan utama dari magang adalah sebagai jembatan antara dunia pendidikan dengan dunia kerja. Pada program magang, peserta magang akan banyak sekali belajar tentang dunia kerja dan juga menambah kemampuan yang bermanfaat untuk dunia kerja. Adapun beberapa tujuan magang, antara lain:

1. Implementasi ilmu ke pekerjaan

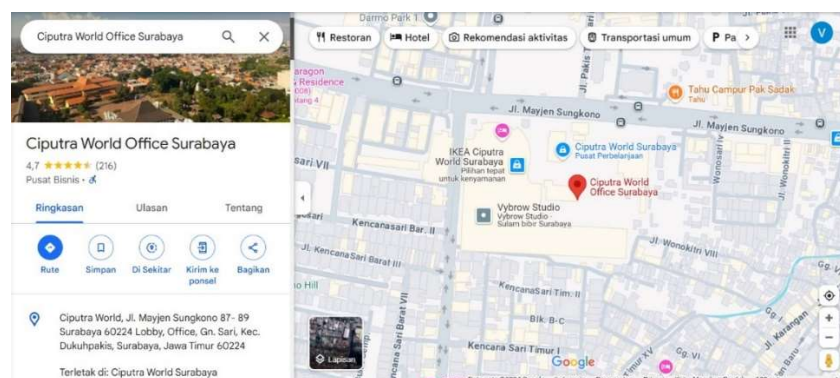
2. Mempelajari berbagai soft skill
3. Lebih mudah beradaptasi dengan dunia kerja
4. Memudahkan karir sebagai fresh graduate
5. Meningkatkan wawasan dan kompetensi
6. Mengembangkan relasi dan pertemanan

Pengalaman magang ini menjadi modal berharga bagi mahasiswa dalam membangun karir di bidang pariwisata. Selain, itu program ini juga akan membantu mahasiswa menentukan minat dan bakat sehingga mereka dapat memilih jalur karir yang mereka minati.

4.1.2 Tempat Pelaksanaan Magang

Tempat pelaksanaan magang sebagai berikut:

Nama Instansi	: RSO Management Consulting
Alamat	: Jl. Mayjen Sungkono No.89 Surabaya
Telepon	: 0812-9140-003
E-mail	: rendygod@gmail.com
Instagram	: rso.group



Gambar 4.1 Denah Lokasi Tempat Magang

Sumber: BNT Trans & Travel, 2025

4.1.3 Proses Kegiatan Magang

Kegiatan Learning Together di tempat RSO perusahaan Bapak Rendy selaku mentor kami, kegiatan tersebut di laksanakan pada tanggal 28 Oktober 2024 hingga 16 Novemer 2024. Berikut adalah table rincian kegiatan Learning Together:

Tabel 4.1 Rincian Pelaksanaan Learning Together

NO	Waktu	Tahapan	Bentuk Kegiatan
1	28 Oktober 2024	Persiapan dan Tahapan	Mengagendakan jadwal Zoom melalui WhatsApps dengan Ibu Linda selaku Reservation Executive di Destination Asia Destination Management
2	04 November 2024		Menjadwalkan pertemuan melalui WhatsApps dengan Bapak Theo selaku Owner BNT Organizer Tour.
3	05 November 2024	Pertemuan ke 1	mempelajari lebih dalam mengenai konsep dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), termasuk mengidentifikasi beberapa elemen biaya utama, menghitung margin keuntungan, serta strategi menetapkan harga paket wisata yang kompetitif namun tetap menguntungkan.
4	16 November 2024	Pertemuan ke 2	mempelajari mengenai pengelolaan reservasi yang efisien, termasuk cara melayani pelanggan, memaksimalkan penggunaan sistem reservasi, serta strategi membangun hubungan baik dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas.

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

4.2 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Teknik pengeumpulan data yang dilakukan dengan cara berinteraksi langsung dengan narasumber. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan Bapak Teo beliau pemilik dari BNT Trans & Tour, secara tatap muka, serta Ibu Linda, selaku Reservation Executive, melalui platform online zoom.

2. Metode kuisisioner

Kuesioner ini dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan pariwisata, seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan ketepatan waktu. Selain itu, kuesioner juga digunakan untuk mengetahui persepsi responden mengenai pentingnya peran jasa travel dalam memenuhi kebutuhan wisatawan.

3. Metode dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman suatu peristiwa yang telah terjadi, diabadikan melalui tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2013:240). Hasil dokumentasi ini akan digunakan untuk memverifikasi data yang diperoleh dari wawancara, serta memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai konteks penelitian.

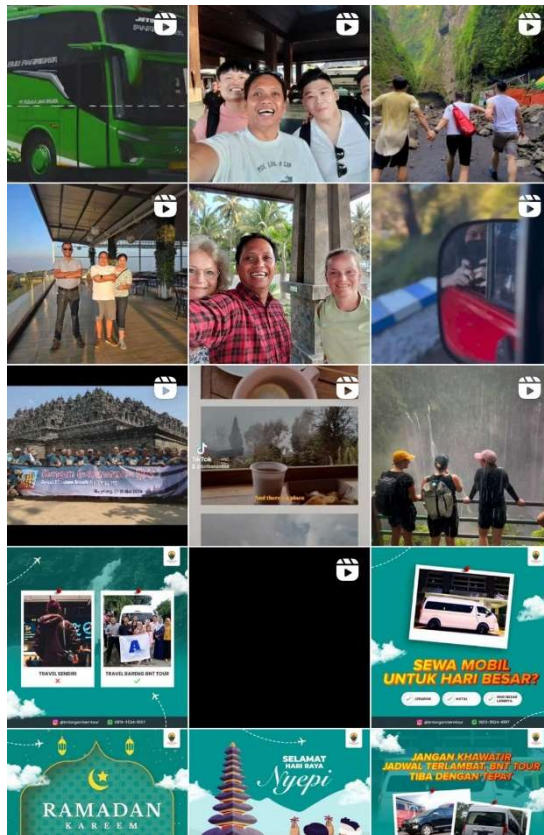
4. Alat dan Bahan

Alat dan Bahan Media yang digunakan untuk penelitian ini juga dapat dilihat melalui akun sosial media seperti akun Instagram dengan nama @bntorganizerntour. Berikut adalah bukti adanya akun Instagram.



Gambar 4.2 Media Sosial

Sumber: BNT Trans & Travel, 2025



Gambar 4.3 Postingan Media sosial

Sumber : Media sosial BNT Travel & Tour, 2024

4.3 Identifikasi Masalah

Adapun beberapa masalah yang terdapat pada BNT Trans & Tour yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Konten Rendah Hasil proyek yang seharusnya menarik tidak dikemas dengan baik, sehingga kurang menarik minat calon pelanggan. Kesulitan Beradaptasi Sulit mengikuti tren desain dan format konten yang terus berkembang.
2. Perusahaan travel dan tour kurang efektif dalam mempromosikan produk dan layanannya melalui media sosial, terutama Instagram dan platform lainnya.

4.4 Sebab Akibat Masalah

4.4.1 Sebab Masalah

1. Perusahaan travel dan tour mengalami kesulitan dalam mempublikasikan hasil proyek mereka secara efektif akibat keterbatasan dalam pengeditan dan pemanfaatan teknologi informasi.
2. Kurangnya strategi pemasaran digital yang terstruktur, membuat perusahaan kesulitan dalam menentukan saluran mana yang paling efektif untuk menampilkan kisah suksesnya. Selain itu, sulitnya mengidentifikasi dan mengumpulkan konten berkualitas dari proyek yang telah selesai menjadi hambatan dalam menciptakan konten yang menarik. Minimnya pengetahuan dan keterampilan tim di bidang pemasaran digital juga mengakibatkan penggunaan yang tidak efektif dari platform yang tersedia.

4.4.2 Akibat Masalah

1. Mengakibatkan perusahaan tertinggal dalam hal efisiensi operasional dan inovasi dibandingkan dengan kompetitor yang sudah mengadopsi teknologi tersebut. Visibilitas Merek Rendah Perusahaan kurang dikenal oleh masyarakat luas, sehingga sulit bersaing dengan kompetitor, kualitas konten yang kurang baik dapat memberikan kesan negatife Perusahaan.
2. Perusahaan tidak mampu menceritakan kisah yang menarik di balik setiap destinasi atau paket wisata yang ditawarkan. Mengakibatkan perusahaan kehilangan peluang untuk membangun citra positif di mata publik dan menarik perhatian calon pelanggan. Selain itu, kesulitan dalam mengidentifikasi dan mengumpulkan konten berkualitas dari proyek yang telah selesai menghambat kemampuan perusahaan untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan. Minimnya pengetahuan dan keterampilan tim di bidang pemasaran digital menyebabkan penggunaan platform yang tersedia menjadi tidak efektif, sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada audiens tidak tersampaikan dengan baik. Semua faktor ini berkontribusi pada rendahnya visibilitas online perusahaan, sehingga mengurangi daya tarik dan minat terhadap layanan yang ditawarkan, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada pertumbuhan pendapatan dan posisi kompetitif di pasar.

BAB V

PENUTUPAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil magang di BNT Travel & Tour, dapat disimpulkan bahwa *Customer Validation* memiliki peran yang sangat krusial dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan. Dengan melibatkan pelanggan secara aktif dalam proses pengembangan produk dan layanan, BNT Travel & Tour mampu:

1. Secara keseluruhan, *Customer Validation* telah terbukti menjadi investasi yang sangat menguntungkan bagi BNT Trans & Tour, karena membantu perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan dan mencapai keunggulan kompetitif.
2. Mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat: Data yang diperoleh dari *Customer Validation* membantu BNT Trans & Tour dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Meningkatkan loyalitas pelanggan: Dengan menunjukkan kepedulian terhadap masukan pelanggan, BNT Trans & Tour berhasil membangun hubungan yang lebih kuat dan memperkuat kepercayaan pelanggan.
4. Mengurangi risiko kegagalan: Dengan melakukan validasi pada tahap awal, BNT Trans & Tour dapat menghindari pengembangan produk yang tidak diminati pasar, sehingga menghemat biaya dan waktu.

2. Saran

Adapun saran yang di berikan oleh Penulis untuk BNT Travel & Tour

1. Sebaiknya team dari BNT Travel & Tour yang bergerak dalam bidang pemasaran atau pemegang akun sosial media dapat lebih banyak melakukan riset atau mencari tahu bagaimana kegunaan dari pemanfaatan teknologi informasi berupa fitur-fitur. Selau perbarui diri dengan fitur-fitur terbaru yang di tawarkan oleh platfrom media sosial, jangan takut untuk mencoba hal-hal baru keluar dari zona nyaman yang berdampak sangat memudahkan bagi team pemasaran untuk melakukan pengeditan paket promosi dan konten yang lebih menarik supaya konsumen lebih tertarik untuk melihat sosial media dari BNT Travel & Tour dan meningkatkan efesiensi perusahaan menjadi lebih mudah dan baik
2. Hasil dari projek yang sudah ada testimon konsumen yang sudah menggunakan jasa BNT Travel & Tour sebaiknya di posting di media sosial BNT Travel & Tour agar menjadi daya tarik konsumen lainnya untuk menggunakan jasa dari BNT Travel & Tour.

DAFTAR PUSAKA

- Ayu Romadoni. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Elmar *café and bakery* Dalam Program MBKM Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2023. Surabaya: Reposit STIAMAK Barunawati Surabaya.
- Lailatul fadilah. (2023). Penerapan Strandar Pangan Dalam Layanan Catering Makanan Sehat Pada PT. SEJANI TEKNO BOGA. Surabaya: Reposit STIAMAK Barunawati Surabaya.
- Mardiana, M. (2021). Manajemen Efisiensi dalam Bisnis: Teori dan Praktik. Salemba Empat.
- Manunggal, D. R., Widyawati, N., Prastyorini, J., & Arisanti, D. (2024). Pengaruh *Service Quality, Corporate Image, Dan Trust Terhadap Customer Satisfaction* Pada Pt Andalan Pacific Samudra. Jutranis, 1(1).
- Pratama, R. A. P., & Kristiawati, I. (2023). Pengaruh *Marketing Communication, Experiential Marketing, Dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty* Pada Pt. Andalan Pacific Samudra. Yos Soedarso *Economic Journal (YEJ)*, 5(3), 52-69.
- Ramadhani Fahrezy. (2023). Strategi *Marketing* pada UMKM Pak Besar Dalam Program MBKM Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2023. Surabaya: Reposit STIAMAK Barunawati Surabaya.
- Setiawan, B. (2024). Manajemen Oprasional dan pemasaran Kopi Berkeliling: Strategi Bisnis Dalam Industri F&B Dalam Program MBKM Wirausaha Merdeka Universitas 2023 Ciputra. Surabaya: Reposit STIAMAK Barunawati Surabaya.
- Y, T., & P, H. (2022). Transformasi Digital dalam Bisnis: Panduan Praktis untuk Pemasaran dan Operasional. Media Pressindo.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Penerimaan MBKM UC 2024



Kartu Hasil Seleksi

Nama : VIOLA SISVIANI DEWI
NIM : 22111054
Perguruan Tinggi : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Kode Registrasi : 073088-22111054

Nama Program : Entrepreneurship for Business Sustainability in Economic Circular Context
Perguruan Tinggi Pelaksana : Universitas Ciputra Surabaya
Tahun : 2024

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: 18 September 2024 08:40:40

Lampiran 2 Nilai dari Program MBKM UC 2024

GPA/CGPA Simulation

List of Active Period Subject(s)

Active Period: 2024-2025 Odd

Subject Code	Subject Name	Credits	Estimated Current Grade	Simulated Grade
UNC00304048-R	Entrepreneurship for Business Sustainability in Economic Circular Context	20	B+	B+

Num. of Credits: 20 sks

Simulated GPA: 3.50

GPA/CGPA Simulation

Active Period: 2024-2025 Odd

Subject: UNC00304048 - Entrepreneurship for Business S...

Self Simulation | Grade Target Simulation

Un-uploaded Score

Scoring Type	Weight	Score
Assignment 1	25.00	86,00
Assignment 2	25.00	83,75
Assignment 3	35.00	83,00
Final Exam	15.00	87,50

Estimated Final Score: 84.61

Estimated Grade: B+

Lampiran 3 Transkrip dari Program MBKM UC 2024

ACADEMIC TRANSCRIPT

Name VIOLA SISVIANI DEWI
Student Identification Number 0206042417204
Place and Date of Birth - / 2024-09-29
Faculty School of Creative Industry
Department Visual Communication Design
Level Bachelor

Code	Subject Name	Period	Credits	Grade	Grade Quality
UNC00304048	Entrepreneurship for Business Sustainability in Economic Circular Context	20241	20	B+	70.00

Grade:

A : 4.00 B : 3.00 C : 2.00 T : 0.00
A- : 3.75 B- : 2.75 D : 1.00
B+ : 3.50 C+ : 2.38 E : 0.00

Cummulative Credit Not set.
Cummulative GPA Not set.

Surabaya, January 05, 2025

Authorized by Academic Administration Bureau

Lampiran 4 Nilai 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

NILAI MAGANG DI TEMPAT KERJA TAHUN 2024

Nama : Viola Sisviani Dewi
NIM : 22111054
Tempat Magang: BNT Trans & Tour
Alamat Instansi : Jl. Bantaran Va NO 39. Malang
Judul : Proses Customer Validation BNT Trans & TOUR Melalui Program
Merdeka Belajar Kampus Merdeka Universitas Ciputra

NO	Penilaian Atas Dasar	Nilai		Keterangan
		Angka	Huruf	
1	Etika dan Kedisiplinan	90	A	
2	Inisiatif dan Kreativitas	90	A	
3	Hasil Magang	90	A	
4	Hubungan dalam Lingkungan Kerja	90	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, 19 Desember 2024
Pembimbing Perusahaan

Lampiran 5 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 : VIOLA SISVIANI DEWI
b. NIM : 22111054
c. Tempat Magang : BNT Trans & Tour
d. Alamat : Jl. Bantarua Va No.39 Malang
e. Tanggal Pelaksanaan: : 28 October 2029 - 16 November 2029

NO	JUDUL MAGANG
1.	Proses Costumer Validation BNT Trans & TOUR Melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Universitas Ciputra

Demikian permohonan kami, atas perkenannya kami sampaikan terima kasih.

Mengetahui
KAPRODI

JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM

Surabaya, 19 Desember 2029

VIOLA SISVIANI DEWI

NO HP : 0812 - 3033 - 8853

Dosen Pembimbing : Dr. GUGUS WIJONARKO, MM

Formulir dibuat rangkap 3 untuk :

1. Mahasiswa
2. Dosen Pembimbing
3. Arsip

Lampiran 6 Lembar bimbingan 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

LEMBAR BIMBINGAN MAGANG
TAHUN 20.....

Nama : VIOLA SISVIANI DEWI
NIM : 22111054
Tempat Magang: BNT Trans A TOUR
Judul : Proses customer Validation BNT Trans A TOUR ;
Melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka
Universitas Suro Bayu
Pembimbing : Dr. Gugus Wijonarko, MM

No.	Hari/ Tanggal	Bimbingan	Paraf
1.	17 Desember 2024	- pengajuan judul	
2.	23 Desember 2024	- bimbingan bab I dan bab II - bimbingan revisi bab II	
3.	24 Desember 2024	- bimbingan bab III - bimbingan bab IV	

Mengetahui,
Kaprosdi Ilmu Administrasi Bisnis

JULI PRASTYORINI, S.Sos. MM
NIDN : 0708067104

Surabaya, 17 Desember 2024

Mahasiswa

VIOLA SISVIANI DEWI
NIM : 22111054

Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Magang

