

**PROSES *VALIDATION CUSTOMER* PADA PRODUK
SAVORCUP PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA**

LAPORAN MAGANG

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGAI PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA ADMINISTRASI
BISNIS



DIAJUKAN OLEH :

ARUM PUSPITA SARI

23111003

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN MAGANG

**PROSES *VALIDATION CUSTOMER* PADA PRODUK SAHORCUP
PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA**

DIAJUKAN OLEH :

ARUM PUSPITA SARI

23111003

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

KEPALA PROGRAM STUDI



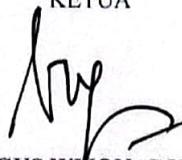
JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM
NIDN : 0708067104

DOSEN PEMBIMBING



Dr. INDRIANA KRISTIAWATI, SE., MM
NIDN : 07050567 01

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
KETUA



Dr. GUGUS WIONARKO, MM
NIDN : 0708116501

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**PROSES *VALIDATION CUSTOMER* PADA PRODUK
SAVORCUP PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA**

DISUSUN OLEH

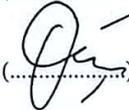
ARUM PUSPITA SARI

23111003

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG PADA
TANGGAL :

DEWAN PENGUJI

1. **JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM**
NIDN : 0708067104
2. **DIAN ARISANTI, S.Kom., MM**
NIDN :0709058202


(.....)

(.....)

MENGETAHUI

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA


Dr. GUGUS W. JONARKO, MM

NIDN : 0708116501

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas Rahmat, bimbingan dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan laporan magang Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang berjudul “Proses *Validation Customer* Pada Produk Savorcup Program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024”. Laporan ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik dimana wajib bagi Para Mahasiswa-Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya pada Program studi Administrasi Bisnis Kepelabuhanan.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka memberikan kesempatan berharga bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan di dunia kerja yang nyata. Selama menjalani magang di Universitas Ciputra dan juga *Leaning Together* di Frontage Coffee, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk berkontribusi aktif dalam partisipasi tugas maupun kegiatan yang diselenggarakan. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga soft skills seperti komunikasi, kerjasama tim, adaptasi. Penulis juga berharap ilmu dan pengalaman yang diperoleh selama magang juga *Leaning Together* dapat bermanfaat bagi perkembangan diri di masa depan.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan hasil magang program MBKM ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Gugus Wijonarko, MM. Selaku Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
2. Juli Prastyorini, S. Sos, MM. Selaku Kepala Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
3. Dr. Indriana Kristiawati. S.E., MM. Selaku Dosen Pembimbing dari Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
4. Dr. David Sukardi Kodrat, M.M, CPM (Asia). Selaku Ketua Pelaksana Wirausaha Merdeka di Universitas Ciputra Surabaya
5. Prof. Dr. Drs. Thomas Kaihatu, M.M. Selaku Mentor 1 di Universitas Ciputra Surabaya.
6. Wina Christina, S.E, M.M. Selaku Mentor 2 di Universitas Ciputra Surabaya.
7. Tarmizi Bantan Selaku Founder Frontage Coffee Tempat *Learning Together*.
8. Kedua Orang Tua, yang senantiasa mendoakan dan mendukung penuh serta memberikan semangat yang luar biasa.
9. Teman-Teman Merdeka Belajar Kampus Merdeka Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra dari Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya yang saling memberi semangat satu sama lain juga memberikan bantuan.

Dalam penulisan laporan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Oleh sebab itu penulis hendak meminta maaf jika terdapat kesalahan atau hal-hal yang kurang berkenan bagi pembaca. Penulis mengharapkan dan bersedia menerima adanya saran serta kritik yang dapat membangun agar ke

depannya menjadi semakin baik. Akhir kata, penulis berharap agar laporan kerja praktek ini dapat bermanfaat serta dapat menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 06 Januari 2025

Arum Puspita Sari

NIM : 23111003

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang.....	2
1.2.1 Tujuan Magang	2
1.2.2 Manfaat Magang	3
BAB II	5
GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG	5
2.1 Sejarah Singkat Program MBKM	5
2.1.1 Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).....	5
2.1.2 Tujuan dan Manfaat Program MBKM.....	6
2.1.3 Logo Wirausaha Merdeka	8
2.2 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2.1 Sejarah Singkat Frontage Coffee	8
2.2.2 Logo Perusahaan.....	9
2.2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	10
2.2.4 Struktur Organisasi	11
2.2.5 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab.....	11
2.2.6 Kegiatan Perusahaan.....	14
2.2.7 Produk yang di Jual.....	14
BAB III.....	16

LANDASAN TEORI.....	16
3.1 Teori Validation Customer.....	16
3.1.1 Validation Customer	16
3.1.2 Tujuan Validation Customer	17
3.1.3 Pengaruh Customer Validation terhadap Kepuasan Pelanggan	18
3.1.4 Peran Validation Customer	20
3.2 Pengertian Produk.....	21
BAB IV	23
PEMBAHASAN	23
4.1 Kegiatan Praktis	23
4.2 Metode Magang	24
4.3 Metode Pengumpulan Data	25
4.4 Analisis Data	27
4.5 Identifikasi Masalah.....	29
4.6 Sebab dan Akibat Masalah.....	30
4.6.1 Sebab Masalah	30
4.6.2 Akibat Masalah	32
4.7 Solusi Masalah	33
BAB V.....	34
PENUTUP.....	34
5.1 Kesimpulan	34
5.1 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA.....	xii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Jadwal Kegiatan Magang (<i>Learning Together</i>).....	25
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Wirausaha Merdeka	9
Gambar 2.2 Logo Perusahaan Frontage Coffee	11
Gambar 2.3 Struktur Organisasi.....	12
Gambar 2.4 Daftar Menu	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Penerimaan MBKM UC 2024

Lampiran 2 Daftar Nilai MBKM UC 2024

Lampiran 3 Surat Pengantar Magang (*Learning Together*)

Lampiran 4 Formulir Pendaftaran Magang (*Learning Together*)

Lampiran 5 Formulir Nilai Magang (*Learning Together*)

Lampiran 6 Dokumentasi Selama *Learning Together*

Lampiran 7 Lampiran Dokumentasi Kegiatan Belajar Selama MBKM (Kuliah
Kelas dan Mentoring)

Lampiran 8 Bimbingan Magang

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampus Merdeka (MBKM) adalah sebuah inovasi yang dibuat oleh Kemendikbudristek dan diluncurkan sebuah kebijakan untuk *mentransformasi* sistem Pendidikan Tinggi di Indonesia untuk menghasilkan lulusan yang lebih relevan. Program ini terintegrasi upaya memberikan kebebasan kepada mahasiswa-mahasiswi dalam mengeksplorasi berbagai aspek Pendidikan dan Keterampilan yang relevan dengan dunia kerja dan dunia kewirausahaan. Merdeka Belajar Kampus Merdeka tidak sekadar perubahan sistem pendidikan, tetapi merupakan upaya untuk menjadikan mahasiswa sebagai pusat perhatian.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip *validation customer*, perguruan tinggi dapat memastikan bahwa program MBKM memberikan manfaat yang maksimal bagi mahasiswa dan menghasilkan lulusan yang siap menghadapi tantangan dunia kerja. Mengingat juga sulitnya untuk menghasilkan tenaga kerja yang terampil dan berkualitas di Indonesia, maka Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis STIAMAK Barunawati melalui kegiatan pelaksanaan Magang MBKM berusaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan cara meningkatkan mutu Pendidikan yang berkualitas baik dan handal.

Melalui Magang pada Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka, diharapkan mahasiswa mampu mengikuti dengan baik serta diharapkan adanya suatu sinergi positif bagi diri mahasiswa yang siap untuk menghadapi dunia kerja yang nyata dan juga bertujuan untuk mendorong Mahasiswa untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan melalui pengalaman praktis dalam merintis usaha dan bisnis, tujuan yang jelas dan terstruktur dapat memberikan arahan dan motivasi yang sangat dibutuhkan untuk mencapai hasil optimal, *Validation Customer* aspek penting dalam kehidupan pribadi atau bisnis yang jelas untuk dicapai.

Validation Customer adalah proses yang sangat krusial dalam dunia bisnis, terutama bagi startup dan perusahaan yang sedang mengembangkan produk seperti produk Savorcup atau layanan baru lainnya. Proses ini melibatkan serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk menguji apakah ide bisnis yang sudah ada memiliki potensi untuk sukses di pasar yang nyata. Dengan kata lain, validasi pelanggan adalah bagaimana cara untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang akan ditawarkan benar-benar dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan juga banyak disukai dan sukses dalam dunia pasar.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Magang

Sehubungan dengan kegiatan magang terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mempelajari dan memahami lebih tentang penerapan manajemen *Validation Customer* langsung di lapangan, khususnya dalam *Validation Customer* pada produk savorcup.
2. Memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan secara lebih mendalam untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.
3. Memanfaatkan data pelanggan yang telah divalidasi untuk mengidentifikasi peluang pengembangan produk atau layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
4. Memanfaatkan data pelanggan yang telah divalidasi untuk mengidentifikasi peluang pengembangan produk atau layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

1.2.2 Manfaat Magang

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka di Universitas Ciputra memberikan banyak manfaat bagi mahasiswa khususnya mahasiswa STIAMAK Surabaya. Dengan mengikuti program ini, mahasiswa, memperluas jaringan, dan mempersiapkan diri untuk menjadi lulusan yang berkualitas dan siap menghadapi tantangan dunia kerja. Berikut manfaat magang MBKM di Universitas Ciputra.

1. Bagi Mahasiswa:

- a. Meningkatkan Kepercayaan Diri: Melalui pengalamn validasi produk, mahasiswa akan lebih percaya diri dalam memperestasikan ide dan hasil kerja.

- b. Pengembangan Keterampilan *Soft Skills*: Interaksi langsung dengan pelanggan akan melatih mahasiswa dalam berkomunikasi efektif, bernegosiasi, dan memecahkan masalah.

2. Bagi Masyarakat:

- a. Peningkatan Kualitas Produk: Melalui kolaborasi dengan industry, mahasiswa dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk yang sudah ada.
- b. Solusi atas Masalah Sosial: Mahasiswa dapat mengembangkan proyek-proyek yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial di masyarakat seperti kemiskinan juga lingkungan.

3. Bagi Perguruan Tinggi:

- a. Peningkatan Kualitas Lulusan : Mahasiswa yang mengikuti kegiatan MBKM cenderung memiliki keterampilan yang lebih baik dan lebih siap untuk bekerja.
- b. Sumber Daya Manusia yang Berkualitas: Melalui program MBKM, perguruan tinggi STIAMAK Surabaya dapat menarik minat mahasiswa yang berkualitas dan memiliki motivasi yang tinggi.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG

2.1 Sejarah Singkat Program MBKM

2.1.1 Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM) merupakan program dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang menawarkan kesempatan bagi mahasiswa Indonesia untuk mengasah kemampuan dan minat untuk langsung turun ke dunia kerja. Dengan bantuan Program Kampus Merdeka, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan potensi sesuai dengan passion dengan semangat dan bakat yang dimiliki mahasiswa tersebut. Program yang menawarkan kesempatan ini dibuat pada tahun 2021 lalu. Terobosan baru di bidang pendidikan yang dicanangkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, yaitu bapak Nadim Anwar Makarim, adalah konsep Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM).

Kebutuhan belajar dengan cara online begitu terasa pada masa covid-19, pemerintah mewajibkan perkuliahan dilakukan secara online. Banyak sekali muncul persoalan yang dapat mempengaruhi motivasi belajar dalam bidang Pendidikan, terutama terjadinya penurunan motivasi belajar mahasiswa. Pembelajaran dilakukan secara online dan dapat memberikan kemudahan seperti mencari referensi terbaru

mengenai Pendidikan. Sehingga pemerintahan membuat program MBKM terutama kampus mengajar. (Junaidi and Husnita, 2023).

Kampus Merdeka memberikan hak kepada mahasiswa untuk tiga semester belajar di luar program studinya. Di program Kampus Merdeka, mahasiswa memiliki kesempatan 1 semester atau setara 20 SKS untuk menempuh pembelajaran di luar program studi pada perguruan tinggi yang sama. Kampus Merdeka menawarkan 8 bentuk kegiatan pembelajaran di luar kampus, yaitu:

1. Magang di Industry
2. Pertukaran Mahasiswa
3. Membangun Desa
4. Mengajar di Sekolah
5. Penelitian di Lembaga Riset
6. Pengembangan Kewirausahaan
7. Studi Independen/Proyek Mandiri
8. Proyek Kemanusiaan

2.1.2 Tujuan dan Manfaat Program MBKM

1. Tujuan Kampus Merdeka (MBKM)

Pada dasarnya, tujuan adanya program Kampus Merdeka (MBKM) adalah menyiapkan lulusan Perguruan Tinggi yang memiliki soft skills maupun hard skills yang matang dan relevan dengan kebutuhan zaman. Dengan begitu, angka sarjana yang menganggur di Indonesia

dapat berkurang. Kampus Merdeka (MBKM) juga bertujuan untuk menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan berkepribadian. Lebih lanjut, tujuan lainnya dari program Kampus Merdeka (MBKM) adalah dapat memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan potensi yang dimiliki sesuai dengan passion dan bakatnya melalui program-program experiential learning dengan jalur yang fleksibel

2. Manfaat Kampus Merdeka (MBKM)

Apabila implementasi Kampus Merdeka berjalan dengan sukses, terjamin mutunya, dan berkelanjutan, akan ada banyak pihak yang mendapatkan manfaatnya. Mulai dari mahasiswa, lulusan Perguruan Tinggi, dosen, hingga dunia kerja. Untuk mahasiswa, manfaat Kampus Merdeka (MBKM) adalah memperoleh kesempatan yang lebih luas untuk mengeksplorasi minat dan bakat selama menjalani pendidikan di Program Studi Sarjana Terapan. Sementara untuk lulusan Perguruan Tinggi manfaat yang didapatkan dari mengikuti program Kampus Merdeka (MBKM) adalah memperoleh keterampilan kerja khusus dan soft skills yang relevan untuk memasuki masyarakat informasi dan Industri 4.0.

2.1.3 Logo Wirausaha Merdeka



Gambar 2.1 Logo Wirausaha Merdeka

Sumber: Kampus Merdeka

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

2.2.1 Sejarah Singkat Frontage Coffee

Frontage Coffee adalah sebuah kedai kopi yang bertempat di Jl. Siwalankerto Utara No.9, Siwalankerto, Kec. Wonocolo, Surabaya. Pemilik Usaha Frontage Coffee mendirikan sejak Tahun 2013 berawal dari gerai kecil konsep warung kopi yang menyajikan varian kopi lokal yang diolah dari biji kopi pilihan, dan setelah pandemi meredah pemilik terus berinovasi sehingga merubah konsep warung kopi menjadi sebuah café untuk menyajikan produk yang lebih baik lagi bagi pelanggan karena melihat tempat yang sangat strategis di pinggir jalan, dengan mempertahankan kualitas bahan baku juga memberikan pelayanan terbaik bagi customer.

Pemilik mengubah warung kopi menjadi sebuah café pada Tahun 2020 dengan modal hanya 10 jt yang tadinya memiliki hanya 1 lantai saja kini berubah menjadi 2 lantai supaya menampung customer lebih banyak.

Tidak hanya melayani pelanggan offline saja pemilik memiliki strategi dengan memanfaatkan teknologi yang pada saat waktu pandemi masyarakat lagi booming dengan pasar online, pemilik tidak memilih pemasaran yang lebih karena melihat keluasan pemasaran dari omongan orang ke orang yang membuat café menjadi dikenal banyak orang dan lebih memilih strategi social media, pemilik juga memulai pasar online pada Tahun 2022 berawal dari pasar Grab hingga Gojek dan Shopeefood. Menu makanan & minuman yang ditawarkan ada yang premium juga standar karena melihat ekonomi disekitar café yang tidak semua sama, dengan perbedaan menu yang ada di Frontage Coffee pemilik juga memikirkan harga yang tidak terlalu mahal meskipun menu yang premium tapi rasa yang tidak kalah dengan competitor lainnya.

Meskipun Café yang belum besar pemilik memiliki prinsip semua bahan baku yang dibuat untuk menu café harus dari hulu ke hilir langsung membawa nilai tambah ke petani dan diusahakan bahan baku yang dibuat harus dari *local* (Indonesia) yang membuat nilai tambah dari Frontage Coffee.

2.2.2 Logo Perusahaan

Logo perusahaan adalah representasi visual dari identitas sebuah perusahaan. Ini adalah simbol, gambar, atau kombinasi keduanya yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya. Logo seringkali menjadi wajah dari sebuah merek dan

memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra serta kesan pertama di benak konsumen.



Gambar 2.2 Frontage Coffe

Sumber: Frontage Coffee 2024

2.2.3 Visi dan Misi Perusahaan

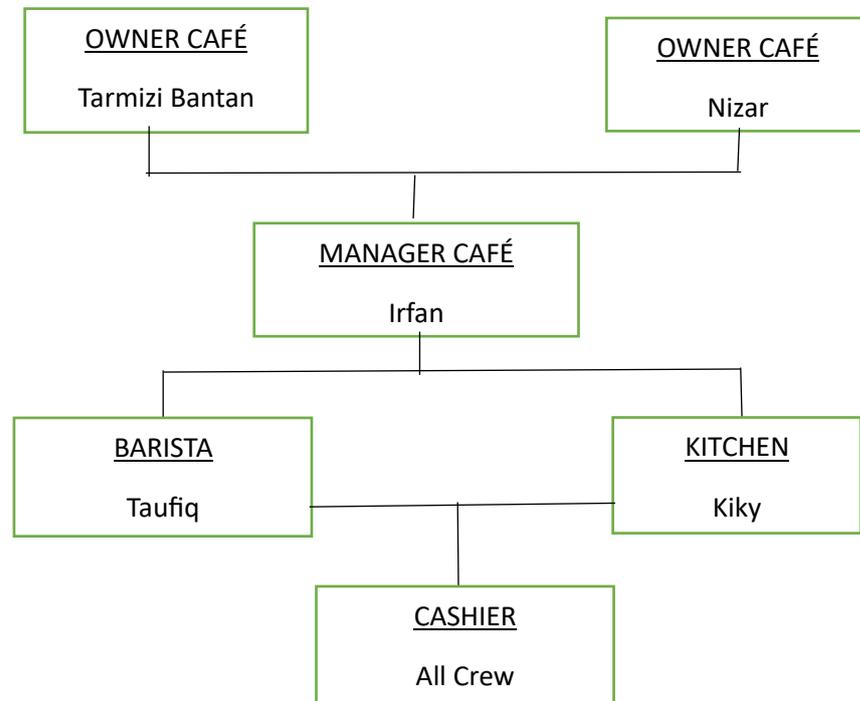
1. Visi

Ingin membangun kesejahteraan yang berkaitan dengan petani, pedagang, penjual, pemasak, hingga pembelinya. pemilik ingin semua merasakan kenikmatan dari pangan itu sendiri.

2. Misi

Frontage Coffee wajib menggunakan produk juga bahan baku dari dalam Negeri Indonesia (*local brand*).

2.2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi

Sumber: Frontage Coffee 2024

2.2.5 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab

Adapun tugas dan wewenang masing-masing struktur organisasi dari UMKM Pak Besar sebagai berikut:

1. Owner Café

Bertugas dari merumuskan visi dan misi kafe, menyusun strategi bisnis, hingga mengelola operasional sehari-hari. Owner juga harus bertanggung jawab atas keuangan kafe, termasuk mengatur anggaran, melakukan pembukuan, dan memastikan keuntungan yang stabil. Selain itu, Owner perlu membangun dan mempertahankan hubungan

baik dengan pelanggan, pemasok, serta karyawan. Tak kalah penting, Owner harus selalu mengikuti tren terbaru di industri F&B dan berinovasi untuk menjaga daya tarik kafe.

2. Manager Café

Seorang manajer kafe memiliki tanggung jawab yang luas dalam memastikan operasional kafe berjalan lancar dan menguntungkan. Tugasnya meliputi pengawasan terhadap seluruh aspek bisnis, mulai dari perekrutan dan pelatihan karyawan, pengelolaan inventaris dan keuangan, hingga pengembangan menu dan strategi pemasaran. Selain itu, manajer kafe juga bertanggung jawab untuk menjaga kualitas pelayanan pelanggan, memastikan kebersihan dan keamanan lingkungan kerja, serta memecahkan masalah yang mungkin timbul.

3. Barista Café

Seorang barista memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman menikmati kopi yang tak terlupakan. Tugas utamanya meliputi meracik berbagai jenis kopi dengan tepat, mulai dari espresso klasik hingga minuman kopi spesial. Selain itu, barista bertanggung jawab menjaga kebersihan peralatan dan area kerja, melayani pelanggan dengan ramah, serta memberikan rekomendasi menu yang sesuai dengan selera pelanggan. Keterampilan dalam mengoperasikan mesin espresso, pengetahuan mendalam tentang biji kopi, dan

kemampuan berkomunikasi yang baik adalah kunci kesuksesan seorang barista.

4. Kitchen Café

Tim dapur kafe memiliki peran yang sangat krusial dalam memastikan kualitas dan kelancaran operasional kafe. Tugas kitchen mencakup persiapan bahan makanan sesuai dengan resep, memasak berbagai jenis hidangan, menjaga kebersihan dan sanitasi dapur, serta mengelola persediaan bahan baku. Selain itu, juga bertugas untuk memastikan bahwa semua makanan yang disajikan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Koordinasi dengan tim lain, seperti barista atau pelayan, juga menjadi bagian penting dari pekerjaan tim kitchen untuk memastikan pelayanan yang efisien dan memuaskan bagi pelanggan.

5. Cashier Café

Tugas seorang kasir kafe tidak hanya sebatas menerima uang. Juga berperan sebagai representasi pertama dari sebuah kafe. Tugas cashier mencakup menerima pesanan, baik secara langsung maupun melalui sistem POS, mengoperasikan mesin kasir dengan akurat, memberikan informasi mengenai menu dan promo yang sedang berlangsung, serta menangani berbagai metode pembayaran, baik tunai maupun non-tunai. Selain itu, kasir juga bertanggung jawab untuk

menjaga keamanan uang dan barang-barang di area kasir, serta memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada setiap pelanggan.

2.2.6 Kegiatan Perusahaan

Kegiatan Bisnis di Frontage Coffee adalah memproduksi beberapa makanan ringan hingga makanan berat seperti nasi dan juga memproduksi beberapa minuman non coffee dan coffee berasal dari biji kopi pilihan yang banyak digemari para pecinta kopi, Frontage Coffee beroperasi mulai jam 17.00 – 24.00 WIB, pemilik juga memfasilitasi live music, wifi, kamar mandi, hingga kenyamanan customer agar customer menjadikan Frontage Coffee sebagai tempat ternyaman untuk nongkrong ataupun nugas dengan teman teman.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang F&B Frontage Coffee menjalin kerjasama dengan para petani hingga UMKM karena sesuai visi dari perusahaan bahan baku yang digunakan semuanya dari hulu ke hilir juga selalu memakai Brand Lokal dan Frontage Coffee juga membuka peluang usaha bagi karyawan yang mempunyai bisnis sampingan untuk dipasarkan sebagai menu baru cafe frontage seperti produk Savorcup yang menambahkan pada menu cafe dan di pasarkan ke pelanggan cafe.

2.2.7 Produk yang di Jual

Adapun produk yang dijual Frontage Coffee yaitu makanan ringan dan berat juga minuman kopi dan non kopi kekinian yang banyak disukai banyak orang.



Gambar 2.4 Daftar Menu

Sumber: Frontage Coffee 2024.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Teori Validation Customer

3.1.1 Validation Customer

Validation Customer dalam metodologi lean startup berfungsi menguji ide atau asumsi yang telah dibuat startup kepada publik. *Validation Customer* adalah bagian dari model *Customer Development*. Tahapan ini penting karena startup mampu mengetahui apakah asumsi tentang pelanggan benar atau salah dengan melihat minat beli.

Pengujian dilakukan dengan pembuktian yang mesti ilmiah dengan ukuran dan hitungan tertentu. *Validation Customer* adalah aktivitas fundamental untuk mengukur respons pelanggan terhadap produk yang di gagas (Ries, 2011). Pengujian asumsi dengan *Customer Validation* memastikan bahwa asumsi inovasi yang sudah didefinisikan terbukti menyelesaikan dan menjadi solusi.

Customer Validation menurut Ries (Ries, 2011), menyerukan perlunya manajemen startup gaya baru dengan membuat 3 dimensi dan 2 diantaranya diperlukan pada penelitian pada penelitian, sebagai berikut:

1. *Vision*: Bagian ini mengidentifikasi siapa tepatnya startup dan mengartikulasikan cara baru yang disebut pembelajaran tervalidasi

untuk menaksir asumsi inovasi tentang kebutuhan pelanggan. Pada dimensi ini startup seperti bisnis Savorcup penulis melakukan pemanfaatan eksperimentasi supaya startup mempunyai target sanggup membangun produk yang tervalidasi langsung oleh pelanggan.

2. *Steer*: Dimensi *Steer* menyelami metode Lean Startup secara mendetail dan menerapkan prinsip *build, measure, learn* pada setiap asumsi secara bertahap. Diperlukan juga pengujian sebagai evaluasi pencapaian kemajuan serta metode dalam memutuskan apakah asumsi harus disikapi startup dengan banting setir atau bertahan.

3.1.2 Tujuan Validation Customer

1. Meminimalisir Risiko Kegagalan: Sebelum menginvestasikan sumber daya yang besar dalam pengembangan produk, customer validation membantu penulis untuk mengidentifikasi potensi masalah atau kekurangan produk. Dengan demikian, penulis dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan sebelum produk diluncurkan secara resmi.
2. Meningkatkan Peluang Sukses: Dengan memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, penulis dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan peluang produk untuk diterima di pasar.

3. Fokus pada Nilai Pelanggan: Proses ini membantu penulis untuk lebih fokus pada hal-hal yang benar-benar penting bagi pelanggan. Dengan demikian, penulis dapat menciptakan produk atau layanan yang memberikan nilai tambah bagi customer.
4. Mengumpulkan Data dan Insights: Melalui customer validation, penulis dapat mengumpulkan data dan informasi berharga tentang perilaku konsumen, preferensi, dan tantangan yang penulis hadapi. Data ini sangat berguna untuk pengembangan produk di masa depan.

3.1.3 Pengaruh Customer Validation terhadap Kepuasan Pelanggan

Customer validation merupakan langkah penting untuk pengembangan produk yang terbukti sangat signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan melibatkan calon pelanggan secara aktif dalam proses pengembangan produk, perusahaan dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya inovatif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan ekspektasi pasar. Melalui berbagai metode seperti wawancara mendalam, survei, dan tes usability, perusahaan dapat memperoleh data kualitatif dan kuantitatif yang berharga untuk mengidentifikasi fitur-fitur yang paling diinginkan, mengidentifikasi potensi masalah penggunaan, serta mengukur tingkat kepuasan awal. Hasil dari proses validasi ini memungkinkan tim pemasaran untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan sebelum produk diluncurkan, sehingga meminimalkan risiko kegagalan di pasar dan memaksimalkan peluang keberhasilan.

Secara langsung, *customer validation* berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan karena produk yang dihasilkan akan lebih sesuai dengan kebutuhan customer, memiliki fitur yang relevan, dan menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik. Selain itu, dengan melibatkan pelanggan sejak awal, perusahaan juga dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong terjadinya *word-of-mouth* marketing yang positif.

Dalam konteks magang program WMK di Universitas Ciputra, penulis berkesempatan terlibat langsung dalam proses *customer validation* dalam produk Savorcup. Melalui tugas dari Universitas Ciputra pada week 8 tugas *Customer Validation* dengan mewawancarai minimal 5 expert dan 30 calon customer dengan beberapa pertanyaan, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya *Customer Validation* dalam memastikan kesuksesan sebuah produk. Pengalaman ini juga memberikan penulis keterampilan yang berharga dalam melakukan riset pasar, menganalisis data, dan berkomunikasi dengan pelanggan.

Sebagai kesimpulan, *Customer Validation* merupakan investasi jangka panjang yang memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan sejak awal, perusahaan dapat mengembangkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar saat ini, tetapi juga mampu bertahan dalam jangka panjang dan terus memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

3.1.4 Peran Validation Customer

Tujuan kelompok riset *Customer Validation* adalah untuk memastikan bahwa produk atau layanan tersebut sesuai dengan kebutuhan, harapan, dan preferensi target pasar sebelum diluncurkan secara massal. Tujuan ini dicapai melalui beberapa aktivitas utama:

1. Mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pelanggan: Melalui penelitian, kelompok riset ini dapat mengidentifikasi kebutuhan, harapan, dan preferensi target pasar yang akan membantu dalam pengembangan produk atau layanan yang lebih efektif dan menarik.
2. Menguji konsep, fitur, dan desain produk: Kelompok riset ini akan menguji produk atau layanan secara langsung dengan pelanggan atau pengguna potensial untuk mendapatkan umpan balik dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau penyesuaian.
3. Mengurangi risiko kegagalan produk: Dengan melakukan validasi pelanggan, risiko kegagalan produk di pasar dapat diminimalkan karena perusahaan akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan.
4. Mempercepat siklus pengembangan produk: Dengan memahami kebutuhan pelanggan dan mengintegrasikan umpan balik dalam pengembangan produk, perusahaan dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan dan meluncurkan produk atau layanan baru.

5. Meningkatkan kepuasan pelanggan: Produk atau layanan yang telah divalidasi oleh pelanggan akan lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, tujuan kelompok riset *Customer Validation* adalah untuk membantu perusahaan menciptakan produk atau layanan yang sukses di pasar dengan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan serta mengurangi risiko kegagalan produk.

3.2 Pengertian Produk

Nilai jual utama suatu perusahaan adalah produknya, dengan produk yang baik maka pembeli akan lebih tertarik untuk mengambil keputusan pembelian atas produk tersebut. Produk yang baik semestinya sesuai dengan harapan pengguna, maka dari itu sebelum perusahaan meluncurkan produknya perlu dilakukan riset yang lebih mendalam terlebih dahulu. Menurut Kotler dan Armstrong (2017: 31) menjelaskan bahwa “*product is only a tool to solve a consumer problem*”. Jadi, produk merupakan alat atau sesuatu hal yang merupakan jawaban atau solusi atas masalah kebutuhan dari konsumen.

Dalam penciptaan produk haruslah melihat permasalahan atau kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Putri (2017: 19) produk “ialah segala sesuatu (meliputi obyek fisik, jasa, tempat, organisasi, gagasan, ataupun pribadi) yang dapat atau mampu ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginannya”.

William J. Stanton menyatakan bahwa pertian produk yaitu seperangkat atribut yang nyata maupun tidak nyata yang didalamnya terdiri dari harga, warka, kemasan, pengecer, prestise, dan layanan dari produsen yang akan diterima oleh pembeli sebagai suatu hal yang dapat memuaskan keperluan maupun kebutuhannya. Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu berbentuk fisik maupun non fisik, yang ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi konsumen sebagai pemenuhan atas kebutuhan atau masalahnya.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Praktis

Pelaksanaan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dilaksanakan oleh Universitas Ciputra Surabaya pada pembelajaran week 5 pada tanggal 21 Oktober – 04 Desember 2024 ini dilakukan agenda kegiatan *Learning Together* yang dilaksanakan di salah satu UMKM di Surabaya yaitu Frontage Coffee yang sangat berkontribusi dan memberikan kesempatan luas bagi penulis untuk terjun langsung ke lapangan dan memberikan support bagi penulis beserta kelompok. Pemilihan *Learning Together* berdasarkan hubungan antara bisnis yang akan di kembangkan di Program MBKM Universitas Ciputra yaitu produk Savorcup, Dengan memilih bisnis yang relevan, tujuan penulis adalah untuk memperluas pemahaman dan pengetahuan tentang industri F&B. Serta, mendapatkan wawasan dan pengalaman berharga yang dapat diterapkan dalam situasi dunia nyata.

Tempat Pelaksanaan Magang (*Learning Together*):

Jl. Siwalankerto Utara No.9, Siwalankerto, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur.

Waktu Pelaksanaan Magang:

Waktu Pelaksanaan di mulai pada tanggal 21 Oktober – 04 2024 yang dilakukan kurang lebih selama 2 bulan.

4.2 Metode Magang

Dalam Kegiatan Magang Learning Together di Frontage Coffee Surabaya penulis sekelompok terdiri dari 6 orang per hari dibagi menjadi 2 anak setiap hari senin-rabu karena keterbatasan tempat juga waktu, setiap magang penulis diajarkan berbagai pekerjaan dari kasir sampai waiters juga mendapatkan sebuah wawasan dari owner café yang memberikan sebuah tips menjalini bisnis. Adapun kegiatan yang dilakukan selama masa magang *Learning Together* di Frontage Coffee Surabaya sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan Magang

NO	Waktu	Bentuk Kegiatan
1.	Minggu 1 (21 Oktober - 23 Oktober 2024)	<ul style="list-style-type: none"> - Kunjungan Pertama dengan Vendor Café - Pengenalan Lingkungan <i>Learning Together</i> di Frontage Coffe
2.	Minggu 2 (28 Oktober – 30 Oktober 2024)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan dengan karyawan - Percobaan Pembuatan Menu untuk pelanggan (Makanan dan Minuman)
3.	Minggu 3 (04 November – 06 November 2024)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat makanan kentang goreng, dimsum mentai juga minuman non coffee seperti matcha latte, es teh

NO	Waktu	Bentuk Kegiatan
4.	Minggu 4 (11 November – 13 November 2024)	- Pengenalan dan Percobaan menjadi seorang Kasir untuk melayani pesanan pelanggan
5.	Minggu 5 (18 November – 20 November 2024)	- Melayani pesanan pelanggan dengan metode yang diajarkan
6.	Minggu 6 (25 November – 27 November 2024)	- Belajar membuat coffee expresso dengan alat kopi
7.	Minggu 7 (02 Desember – 04 Desember 2024)	- Percobaan Pemasaran Produk Savorcup di Café untuk pertama kalinya menambahkan menu baru
8.	Minggu 8 (09 Desember – 11 Desember 2024)	- Mngakhiri kegiatan program <i>Learning Together</i> dan berpamitan dengan para karyawan juga owner cafe

Sumber : Data Hasil Kegiatan (2024)

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode Penelitian kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Universitas Ciputra Surabaya untuk menganalisis pengalaman belajar dengan adanya tugas *Validation Customer* di week 8. Metode penelitian

yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada produk. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

1. Observasi

Metode Observasi adalah salah satu cara untuk mendapatkan sebuah informasi apapun dari peristiwa dengan cara pengamatan secara langsung. Metode observasi pengamatan langsung dilakukan oleh penulis dengan mengamati langsung kegiatan proses *Validation Customer* terhadap produk Savorcup seperti bagaimana cara berkomunikasi langsung dengan *customer*, menanggapi *feedback* dari *customer*. Pengamatan metode dilakukan secara khusus memperhatikan bagaimana keterlibatan dalam kegiatan *Customer Validation* yang mendapatkan banyak wawasan lain.

2. Wawancara

Metode Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara pewawancara dan narasumber secara tatap muka. Metode Wawancara dilakukan langsung oleh penulis secara tatap muka untuk memperoleh informasi mendalam yang spesifik juga memperoleh feedback baik dengan memfokuskan pertanyaan tentang bagaimana produk yang akan diluncurkan sudah memenuhi standar pasar ataupun umpan balik seperti saran dari narasumber, hasil dari wawancara dapat menjadikan praktik langsung dalam Program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024.

3. Dokumentasi

Dokumentasi pengumpulan data merupakan catatan terperinci mengenai seluruh proses yang dilakukan dalam mengumpulkan data untuk suatu penelitian atau proyek, penulis mencatat atau mengumpulkan semua foto dokumentasi selama kegiatan *Validation Customer*.

4.4 Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data dengan cara observasi data, wawancara juga dokumentasi, penulis dapat mengetahui dan memahami tentang bagaimana proses *Validation Customer* pada produk Savorcup. Hasil observasi langsung menunjukkan bahwa pentingnya keterlibatan interaksi dengan pelanggan, dengan melakukan metode observasi penulis juga mengetahui pentingnya *Validation Customer* dalam suatu bisnis, sementara hasil dari wawancara dengan para konsumen juga pemilik bisnis lain memberikan wawasan lebih dalam terhadap bagaimana dapat mengembangkan produk jika sudah terjun langsung ke pasar, dalam metode yang efektif ini memberikan dampak positif dalam suatu bisnis. Integrasi dua sumber data tersebut memungkinkan penyelarasan dan validasi informasi, memberikan gambaran lengkap tentang situasi bisnis.

Hasil analisis langsung di lapangan menunjukkan bahwa beberapa aspek pada tahapan produksi menjadi sorotan utama karena mengalami sejumlah kendala yang tak terduga. Tahap produksi menjadikan peran penting dalam suatu keberhasilan juga kualitas produk. Berikut beberapa kendala yang teridentifikasi selama proses analisis:

1. Proses produksi yang belum mencapai kata optimal yang diharapkan, karena banyak memiliki kekurangan yang belum bisa terselesaikan. contohnya: mencetak adonan yang kurang pas, proses oven, hingga pengeglas an coklat, contoh produksi yang belum maksimal tersebut banyak menyebabkan kegagalan produk juga menyebabkan pengaruh kualitas dan kuantitas pada produk.
2. Kendala kesulitan dalam memastikan pemilihan bahan baku yang kurang pas juga kualitas bahan baku yang belum optimal banyak menyebabkan kegagalan dalam produksi juga pengaruh dalam kesuksesan produk.

Dari kedua permasalahan yang telah teridentifikasi diatas yang menjadi sorotan utama dalam analisis data yaitu proses produksi terhadap produk. Dalam hasil pengumpulan data tahap *Validation Customer* banyak narasumber yang memberikan masukan terhadap proses produksi karena adanya kurang kesempurnaan produk jadi masalah yang teridentifikasi saat ini adalah proses produksi. Proses produksi sangat penting dalam kualitas dan kuantitas produk yang menjadi hasil akhir kesuksesan dalam bisnis, proses produksi yang rendah ataupun yang tidak memenuhi standar yang ditetapkan dapat berimbas dengan turunnya suatu bisnis juga kualitas produk yang tidak stabil.

Penurunan produk yang drastis dan bahkan resiko kegagalan dalam suatu bisnis dapat muncul jika proses produksi yang tidak optimal sesuai yang diharapkan. Pada saat observasi banyak ditemukan kerusakan -

kerusakan pada produk yang gagal juga tidak layak untuk di pasarkan, meskipun bahan yang digunakan sudah optimal namun proses produksinya belum optimal akan menjadikan kerugian dalam suatu bisnis.

4.5 Identifikasi Masalah

Adapun beberapa masalah yang ditemukan dalam tahap produksi Savorcup, antara lain:

1. Kurangnya Alat Produksi

Kurangnya alat produksi yang kurang memadai menjadi kendala besar dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Kondisi ini dapat mengakibatkan penurunan kualitas produk, keterlambatan pengiriman, dan bahkan berujung pada pemenuhan permintaan pasar yang tidak optimal juga memakan waktu yang sangat lama dalam proses produksi. Selain itu, perusahaan juga berisiko kehilangan pangsa pasar karena tidak mampu bersaing dengan kompetitor yang memiliki fasilitas produksi yang lebih memadai.

2. Biaya Bahan Baku yang Mahal

Kenaikan biaya bahan baku menjadi tantangan serius bagi banyak perusahaan. Kondisi ini dapat menekan margin keuntungan yang menipis dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan kemampuan perusahaan untuk melakukan investasi, memaksa perusahaan untuk menaikkan harga jual produk yang sangat sulit bagi perusahaan karena jika menaikkan harga jual produk akan menyaingi harga kompetitor maka laba bersih

yang diperoleh akan semakin kecil, atau bahkan mengurangi volume produksi. Jika tidak dikelola dengan baik, kenaikan biaya bahan baku dapat berdampak negatif pada daya saing perusahaan di pasar.

3. Pengendalian Kualitas

Pengendalian Kualitas sangat penting untuk produk alami tanpa bahan kimia atau pengawet seperti Savorcup memerlukan ketelitian ekstra. Sifat alami bahan baku yang rentan terhadap perubahan lingkungan dan variasi kualitas antar batch menjadi kendala utama. Selain itu, tidak adanya standar baku yang universal untuk semua jenis produk alami membuat proses pengendalian kualitas menjadi lebih menantang. Jika tidak ada pengendalian kualitas dalam produk yang sifatnya alami tidak dengan bahan kimia atau pengawet akan menyebabkan kerusakan pada produk ataupun kerugian pada perusahaan.

4.6 Sebab dan Akibat Masalah

4.6.1 Sebab Masalah

1. Kurangnya alat produksi seringkali berakar pada kendala finansial. Perusahaan, terutama usaha kecil dan menengah, mungkin tidak memiliki modal yang cukup untuk membeli peralatan baru atau mengganti yang sudah usang. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kesulitan mendapatkan pinjaman, profit margin yang tipis, atau prioritas pengeluaran yang lain seperti gaji karyawan atau bahan baku. Akibatnya, proses produksi menjadi tidak efisien,

kualitas produk menurun, dan perusahaan kesulitan memenuhi permintaan pasar.

2. Biaya Bahan Baku yang Mahal selain faktor eksternal, kondisi internal perusahaan juga dapat menjadi penyebab mahalnya biaya bahan baku. Pemilihan supplier yang kurang tepat, misalnya, dapat mengakibatkan pembelian bahan baku dengan kualitas rendah namun harga tinggi. Selain itu, kurang efisiennya proses produksi dan manajemen persediaan yang buruk juga dapat meningkatkan biaya bahan baku secara tidak langsung.
3. Pengendalian kualitas merupakan suatu keharusan dalam proses produksi untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan. Beberapa alasan utama mengapa pengendalian kualitas sangat penting adalah: untuk menjaga reputasi perusahaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, mengurangi biaya produksi akibat produk cacat atau rework, serta memenuhi regulasi yang berlaku. Dengan menerapkan sistem pengendalian kualitas yang efektif, perusahaan dapat meminimalisir risiko produk gagal di pasaran, meningkatkan efisiensi produksi, dan pada akhirnya mencapai keunggulan kompetitif di pasar.

4.6.2 Akibat Masalah

1. kurangnya alat produksi juga dapat berdampak negatif pada kualitas produk. Alat-alat produksi yang tidak memadai atau sudah tidak terkalibrasi dengan baik dapat menghasilkan produk dengan cacat atau ketidaksesuaian standar. Hal ini akan menurunkan reputasi perusahaan dan mengurangi kepercayaan konsumen. Dalam jangka panjang, perusahaan harus menanggung biaya tambahan untuk memperbaiki produk yang rusak atau mengganti produk yang tidak memenuhi standar.
2. Ketika biaya bahan baku melonjak, produsen seringkali tidak memiliki pilihan selain menaikkan harga jual produk akhir. Hal ini tentu menjadi beban tambahan bagi konsumen, terutama jika produk tersebut merupakan kebutuhan pokok. Daya beli masyarakat pun cenderung menurun akibat kenaikan harga yang terus-menerus. Selain itu, produsen mungkin juga mengurangi kualitas produk untuk menjaga harga tetap kompetitif. Hal ini tentu merugikan konsumen yang pada akhirnya mendapatkan produk dengan kualitas yang kurang memuaskan.
3. Masalah pengendalian kualitas akan berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Produk yang cacat atau tidak berfungsi dengan baik akan menyebabkan pelanggan kecewa dan kehilangan kepercayaan terhadap merek. Akibatnya, pelanggan akan enggan

membeli produk tersebut lagi dan bahkan menyebarkan umpan balik negatif kepada orang lain, yang dapat merusak citra perusahaan.

4.7 Solusi Masalah

Kurangnya alat produksi, tingginya biaya bahan baku, serta kendala dalam pengendalian kualitas produk merupakan tantangan umum dalam dunia industri. Untuk mengatasi hal ini, beberapa solusi dapat diterapkan:

1. Perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menyewa atau membeli alat produksi bekas yang masih layak pakai atau menjalin kerjasama dengan perusahaan lain untuk berbagi sumber daya.
2. Supaya menekan biaya bahan baku dapat dilakukan dengan mencari supplier alternatif, membeli bahan baku dalam jumlah besar, atau mengganti bahan baku dengan alternatif yang lebih murah namun tetap memenuhi standar kualitas.
3. Untuk meningkatkan pengendalian kualitas, perusahaan perlu menerapkan sistem manajemen mutu yang terintegrasi, melakukan inspeksi secara berkala, dan memberikan pelatihan kepada karyawan terkait pentingnya menjaga kualitas produk.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya yang sudah dijelaskan dapat penulis simpulkan bahwasannya:

1. Kurangnya alat produksi menjadi kendala utama dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan dan kapasitas produksi yang terbatas turut memperparah masalah ini.
2. Kenaikan harga bahan baku secara signifikan menekan margin keuntungan perusahaan. Kondisi ini membuat perusahaan sulit bersaing dengan kompetitor yang memiliki biaya produksi lebih rendah, bahkan terkadang memaksa perusahaan untuk menurunkan kualitas produk demi menekan biaya.
3. Kurangnya pengendalian kualitas berakibat pada tingginya produk cacat, menurunnya kepuasan pelanggan, dan kerusakan reputasi perusahaan

5.2 Saran

Dalam penyusunan laporan magang ini, adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis yaitu:

1. Jika kurang alat produksi bisa dengan melakukan investasi dalam teknologi produksi yang modern dan efisien dapat meningkatkan kapasitas produksi

serta kualitas produk. Selain itu, perusahaan dapat memperluas area produksi atau menambah shift kerja untuk meningkatkan output. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi produksi dan memenuhi permintaan pasar yang semakin tinggi.

2. Menghadapi lonjakan harga bahan baku: Perusahaan bisa negosiasi dengan pemasok, cari alternatif bahan baku yang lebih murah, dan optimalkan penggunaan bahan baku. Membeli dalam jumlah besar atau kerjasama jangka panjang dengan pemasok juga bisa menguntungkan.
3. Meningkatkan pengendalian kualitas: Tetapkan standar kualitas yang jelas, lakukan inspeksi berkala, dan latih tenaga kerja. Evaluasi sistem secara berkala untuk memastikan efektivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Abednego, B. B. (2023). Peningkatan *Customer Satisfaction* Melalui Peran *Customer Participation* Dan *Value Co-Creation* (Master's thesis, Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)).
- Bachriansyah, & Rizky, A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Blackwell, R. D., et al., R. (2012). *Consumer Behavior*. Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Fransegi Domelky, F. D., Indriana Kristiawati. SE., & MM, I. (2013). Kepuasan Kerja, Kualitas Kehidupan Kerja, dan Organizational Trust Terhadap Employee Engagement pada Karyawan PT. Hersindo Anugerah Multitrans (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Fajar Khoiruddin, M. I. (2024). Analisis Validation Customer Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Nuggedang (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Firmansyah, M. A. (2023). Pemasaran Produk dan Merek: *Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Hardi, Etmi, Ambiyar Ambiyar, and Ishak Aziz. "Evaluasi pelaksanaan program merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) di jurusan sejarah." *Edukatif: Jurnal ilmu pendidikan* 5.1 (2023): 421-434.
- Lumbantobing, D. K., Sormin, R. K., & Safii, M. (2024). Perancangan Strategi Validasi Data Dengan Pemanfaatan Aplikasi Validasi Berbasis Gmaps Untuk Produk Indihome. *JURNAL AKADEMIKA*, 16(2), 45-49.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Pro Mark*, 10(1).
- Sopiansyah, D., Masruroh, S., Zaqiah, Q. Y., & Erihadiana, M. (2022). Konsep dan implementasi kurikulum MBKM (merdeka belajar kampus merdeka). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(1), 34-41.
- Syahid, Z. F. A., & Arwiyah, M. Y. (2018). Pengaruh Customer Validation Terhadap Minat Beli Sebagai New Product. *eProceedings of Management*, 5(3).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Penerima MBKM UC 2024



Kartu Hasil Seleksi

Nama : ARUM PUSPITA SARI
NIM : 23111003
Perguruan Tinggi : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Kode Registrasi : 073088-23111003

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: 19 October 2024 15:36:57

Lampiran 2 Daftar Nilai Selama MBKM UC 2024

<https://employee.uc.ac.id/>

05/01/2025

ACADEMIC TRANSCRIPT

Name ARUM PUSPITA SARI
Student Identification Number 0406022417231
Place and Date of Birth - / 2024-09-29
Faculty School of Tourism
Department Tourism - Culinary Business
Level Bachelor

Code	Subject Name	Period	Credits	Grade	Grade Quality
UNC00304048	Entrepreneurship for Business Sustainability in Economic Circular Context	20241	20	A-	75.00

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

Cum. Credits Completed Cum. Credits 0
Cum. GPA Completed Cum. GPA 0.00

Surabaya, January 05, 2025

Authorized by Office Of The Registrar

Lampiran 3 Surat Pengantar *Learning Together*



UC/FR/REC/03 Rev 00
January 16, 2019

No : 126/UC-FEH/Skel/X/2024
Hal : Pengantar *Learning Together*

Kepada Yth.:
Bapak Tarmizi Erfandi
Owner Frontage Cafe
Frontage Coffee, Jl. Siwalankerto Utara No.9, Siwalankerto, Wonocolo, Surabaya, East Java 60235

Dengan hormat,

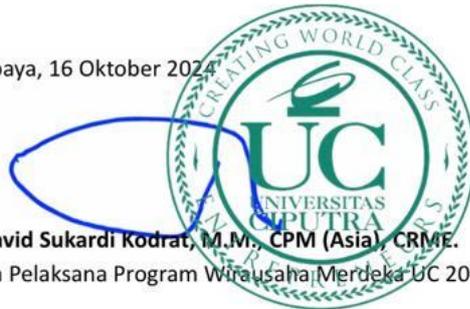
Bersama surat ini, kami dari Fakultas Entrepreneurship dan Humaniora Universitas Ciputra bermaksud mengajukan permohonan izin untuk mahasiswa program MBKM Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra tahun 2024 atas nama :

1. Nama : Everista Kundre
Asal Universitas : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
Email/Telepon : everistakundre855@gmail.com/ 082190723248
2. Nama : Nuria Safitri
Asal Universitas : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
Email/Telepon : nuriasafitri93@gmail.com/ 0881026809885
3. Nama : Suci Fauziah Agustin
Asal Universitas : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
Email/Telepon : ucia778@gmail.com/ 08972166099
4. Nama : David Krismawan
Asal Universitas : Universitas Trunojoyo
Email/Telepon : davidkrismawan88@gmail.com/ 083878080062
5. Nama : Arum Puspita Sari
Asal Universitas : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Email/Telepon : arumpuspita9836@gmail.com/ 085947555631
6. Nama : Ni Made Prema Dewi
Asal Universitas : Universitas Udayana
Email/ Telepon : premadewi14@gmail.com/ 0895421932800

Untuk melakukan kegiatan *Learning Together* terhitung pada periode **21 Oktober - 05 Desember 2024**. Adapun *Learning Together* ini bertujuan untuk memberikan kemampuan mahasiswa agar dapat mengidentifikasi peluang bisnis, membuat bisnis inovatif untuk pasar global, memvalidasi model bisnis, dan membangun kepercayaan diri dan orientasi pribadi untuk menjadi wirausaha pada mata kuliah *Entrepreneurship for Business Sustainability in Economic Circular Context*. Besar harapan kami Bapak/Ibu dapat menerima permohonan ini.

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

Surabaya, 16 Oktober 2024



Dr David Sukardi Kodrat, M.M., CPM (Asia), CRME.
Ketua Pelaksana Program Wirausaha Merdeka UC 2024

Lampiran 4 Formulir Pendaftaran 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 : Arum Puspita Sari
b. NIM : 23111003
c. Tempat Magang : Universitas Ciputra
d. Alamat : Citraand CBD Boulevard, Madi
e. Tanggal Pelaksanaan: :

NO	JUDUL MAGANG
	Proses Validation Customer pada produk Savorcup Program.
	Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024.

Demikian permohonan kami, atas perkenannya kami sampaikan terima kasih.

Mengetahui
KAPRODI


JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM

Surabaya, Kamis, 19-12-2024


Arum Puspita Sari
NO HP : 085947555631

Dosen Pembimbing : Dr. INDRIANA KRISTIAWATI, SE, MM

Formulir dibuat rangkap 3 untuk :

1. Mahasiswa
2. Dosen Pembimbing
3. Arsip

Lampiran 5 Formulir Nilai Learning Together



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 : Arum Puspita Sari
NIM : 23111003
Tempat Magang : Frontage Coffee
Alamat Instansi : Jl. Suralonterto Utara No.9, Surabaya
Judul : Proses Validation Customer pada produk
Savorcup program Wirausaha Merdeka Universitas
Ciputra 2024

NO	Penilaian Atas Dasar	Nilai		Keterangan
		Angka	Huruf	
1	Etika dan Kedisiplinan	98	A	Sangat baik
2	Inisiatif dan Kreativitas	97	A	Sangat baik
3	Hasil Magang	98	A	Sangat baik
4	Hubungan dalam Lingkungan Kerja	99	A	Sangat baik

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

Tarmizi Erfandi

Surabaya, 10 Desember 2024
Pembimbing Perusahaan

IVAN MAHDIAL AB

Lampiran 6 Dokumentasi Selama Learning Together



Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Belajar Selama MBKM (Kuliah Kelas dan Mentoring)



Lampiran 8 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 : Arum Puspita Sari
NIM : 23111003
Tempat Magang : Universitas Ciputra
Judul : Proses Validation Customer pada product saurorcup
program Usaha Merdeka Universitas Ciputra 2024
Pembimbing : Dr. IHDRIANA KRISTIAWATI, SE, MM

No.	Hari/ Tanggal	Bimbingan	Paraf
1.	Kamis / 19-12-2024	Pengurusan judul	
2.	Jum'at / 20-12-2024	pengajuan Bab 1	
3.	Jum'at / 20-12-2024	Revisi Bab 1	
4.	Selasa / 7-01-2025	Bimbingan pengajuan Bab 2 - 4	
5.	Rabu / 8-01-2025	Pengajuan Revisi Bab 2 - 4	

Mengetahui,
Kaprosdi Ilmu Administrasi Bisnis

JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM
NIDN : 0708067104

Surabaya, Kamis, 19-12-2024
Mahasiswa

Arum Puspita Sari
NIM : 23111003