

**INOVASI PRODUK TERHADAP BISNIS KOPI DI ELMAR CAFE &
EATERY DALAM PROGRAM MBKM WIRAUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

LAPORAN MAGANG

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



DIAJUKAN OLEH:

SALWA AYUNDA NURFADILAH

NIM 23111034

STIA DAN MANAJEMEN KEPERLABUHAN BARUNAWATI SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN MAGANG

**INOVASI PRODUK TERHADAP BISNIS KOPI DI ELMAR CAFE &
EATERY DALAM PROGRAM MBKM WIRUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

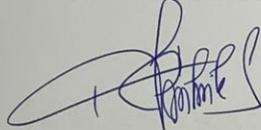
DIAJUKAN OLEH:

SALWA AYUNDA NURFADILAH

NIM 23111034

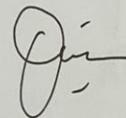
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

KEPALA PROGRAM STUDI



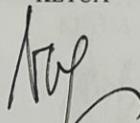
JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM
NIDN : 0708067104

DOSEN PEMBIMBING



DIAN ARISANTI, S.Kom, MM
NIDN : 0709058202

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
KETUA



Dr. GUGUS WIONARKO, MM
NIDN : 0708116501

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**INOVASI PRODUK TERHADAP BISNIS KOPI DI ELMAR CAFE &
EATERY DALAM PROGRAM MBKM WIRUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

DISUSUN OLEH:

SALWA AYUNDA NURFADILAH

NIM 23111034

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG
PADA TANGGAL

PENGUJI

1. **Dr. GUGUS WIJONARKO, MM**
NIDN : 0708116501

(.....)

2. **NUR WIDYAWATI, S.Si, SE, M.SM**
NIDN : 0704069201

(.....)

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
KETUA

Dr. GUGUS WIJONARKO, MM
NIDN : 070811650

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat Tuhan yang Maha Esa, berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Magang ini dengan judul “Inovasi produk terhadap bisnis kopi Di Elmar Cafe & Eatery Dalam Program MBKM Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024” dalam rangka pemenuhan salah satu syarat penyelesaian persyaratan akademik yaitu kegiatan magang yang saya laksanakan sebagai mahasiswa di STIAMAK Barunawati dengan studi Administrasi Bisnis Kepelabuhanan.

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

1. Dr. Gugus Wijonarko,MM., selaku Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
2. Juli Prastyorini, S. Sos, MM. Selaku Ketua Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya;
3. Dian Arisanti, S.Kom,MM, selaku Dosen Pembimbing Magang di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
4. Dr. David S. Kodrat, MM., CPM (A)., CRME, selaku ketua dalam program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka;
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. Kedua Orang Tua yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat guna menyelesaikan Laporan Magang ini;
8. Owner Elmar Cafe & Eatery beserta karyawan yang sudah memberikan kesempatan untuk saya dan teman-teman untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman disana;
9. Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan hingga pada penulisan laporan ini;
10. Teman-teman MBKM yang telah saling mendukung satu sama lain dan berbagi pengalaman selama proses kegiatan hingga penulisan laporan ini;

Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dan ketidak sempurnaan di dalam laporan magang ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan dimasa yang akan datang. Dengan harapan laporan magang ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Surabaya, 05 Januari 2025

Salwa Ayunda Nurfadilah

NIM 23111034

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang	3
1.2.1 Tujuan Magang	3
1.2.2 Manfaat Magang	5
BAB II	6
GAMBARAN OBJEK PROGRAM MAGANG	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	7
2.3 Simbol Perusahaan	7
2.3.1 Struktur Organisasi	7
2.3.2 Tugas dan Tanggung Jawab	8
2.4 Aktivitas Perusahaan	11
2.5 Inovasi Produk	12
BAB III	13
LANDASAN TEORI	13
3.1 Pengertian Kinerja	13
3.2 Pengertian Inovasi Produk Terhadap Bisnis Kopi.....	13
3.3 Kinerja Seorang Pembisnis.....	14
3.4 Jenis Inovasi Produk Yang Diterapkan	14
3.5 Proses Inovasi	15
3.6 Evaluasi Dan Umpan Balik Dari Pelanggan	16
3.7 Fakta – Fakta dari Inovasi Produk	17
BAB IV	18
PEMBAHASAN	18
4.1. Kegiatan Praktis	18
4.2 Metode Kegiatan Magang	20
4.2.2 Tempat Dan Waktu Magang.....	20
4.3 Metode Pengumpulan Data	20
4.4 Analisis Data.....	21
4.5 Identifikasi Masalah	22
4.6 Sebab dan Akibat Masalah	23
4.6.1 Sebab Masalah	23
4.6.2 Akibat Masalah	24

4.6.3 Solusi Masalah	24
BAB V.....	27
PENUTUP	27
5.1 Kesimpulan.....	27
5.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	xii

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rincian Pelaksanaan Kegiatan Magang	18
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Logo Perusahaan	7
Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi	8
Gambar 4.1 Proses Bisnis Inovasi Produk Kopi Rasa Buah	26

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Magang
- Lampiran 2 Aktivitas Magang atau Learning Together
- Lampiran 3 Tempat Magang atau Learning Together
- Lampiran 4 Kegiatan MBKM Universitas Ciputra Surabaya
- Lampiran 5 Nilai Kegiatan WMK

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampus Merdeka merupakan kebijakan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim yang memberikan kebijakan Perguruan Tinggi untuk memberikan hak belajar selama tiga semester di luar program studi. Kampus merdeka pada dasarnya menjadi sebuah konsep baru yang membiarkan mahasiswa mendapatkan kemerdekaan belajar di perguruan tinggi (Leuwol et al., 2020; Muhsin, 2021; Wijayanto, 2021). Proses pembelajaran dalam Kampus Merdeka merupakan salah satu perwujudan pembelajaran yang berpusat pada mahasiswa (student centered learning) yang sangat esensial. Pembelajaran dalam Kampus Merdeka memberikan tantangan dan kesempatan untuk pengembangan inovasi, kreativitas, kapasitas, kepribadian, dan kebutuhan mahasiswa, serta mengembangkan kemandirian dalam mencari dan menemukan pengetahuan melalui kenyataan dan dinamika lapangan seperti persyaratan kemampuan.

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah kegiatan atau usaha bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, Sebelumnya UMKM diatur dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008, lalu diatur dalam PP No. 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disebut PP UMKM.

Inovasi produk adalah proses menciptakan barang atau layanan baru yang lebih baik atau lebih efisien dibandingkan dengan produk yang ada di pasar. Inovasi

ini dapat berupa perbaikan atau pengembangan fitur produk yang sudah ada, atau penciptaan produk yang sepenuhnya baru. Pada magang kali ini penulis memberikan sebuah inovasi produk pada Perusahaan yaitu mengenai rasa kopi baru, dengan inovasi 3 rasa ini inovasi produk ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan, memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah, dan membuka peluang pasar baru. Namun, inovasi produk juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu permasalahannya adalah tingginya biaya penelitian dan pengembangan yang diperlukan untuk menciptakan produk baru. Biaya ini tidak selalu dapat diprediksi dan seringkali mempengaruhi keputusan perusahaan dalam berinovasi. Selain itu, terdapat juga risiko kegagalan pasar, dimana meskipun produk baru telah dikembangkan dengan baik, tidak ada jaminan bahwa konsumen akan menerimanya.

Hal yang Perlu Diperhatikan pada Inovasi Produk adalah Kebutuhan dan Preferensi Konsumen , Salah satu hal yang paling krusial dalam inovasi produk adalah pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan, Proses Pengembangan yang Efisien Pengembangan produk baru harus dilakukan dengan memperhatikan efisiensi dalam hal biaya dan waktu, Risiko dan Manajemen Keuangan Inovasi produk sering kali membutuhkan investasi yang signifikan dalam hal waktu, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempersiapkan perencanaan keuangan yang matang, Penerimaan Pasar Meskipun produk sudah inovatif, tidak ada jaminan bahwa produk tersebut akan diterima oleh pasar. Oleh karena itu, penting untuk melakukan uji pasar atau tes produk sebelum peluncuran secara besar-besaran.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Magang

Dengan adanya kegiatan magang ini bertujuan untuk memberi pengalaman, menganalisis dampak inovasi produk terhadap bisnis dielmar cafe, membantu dielmar cafe dalam merancang dan mengimplementasikan inovasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar.

1. Tujuan Bagi Mahasiswa

- a) Menambah pemahaman tentang bisnis di industri F&B atau *Food and Beverage*.
- b) Pengembangan keterampilan manajemen waktu hingga keterampilan dalam berinovasi .
- c) Mampu mengidentifikasi pasar dan peluang dalam industri F&B atau *Food and Beverage*.
- d) Refleksi diri dengan mengevaluasi minat dengan dan kemampuan diri.
- e) Meningkatkan daya saing, dengan pengalaman magang yang relevan dapat memperkuat CV mahasiswa.

2. Tujuan Bagi Institusi Tempat Magang

- a) Berpotensi untuk mendapatkan ide-ide inovatif dari mahasiswa magang.

- b) Untuk memperluas jaringan atau koneksi dalam mempeluas bisnis mereka.
- c) Meningkatkan citra merek dari usaha institusi tempat magang.
- d) Meningkatkan efesiensi operasional dalam berjalannya kegiatan bisnis sehingga dapat memudahkan kegiatan bisnis dari institusi tempat magang tersebut.

3. Tujuan Bagi STIAMAK

- a) Dapat meningkatkan reputasi kampus sebagai lembaga pendidikan yang mempersiapkan mahasiswanya untuk tantangan-tantangan yang akan di hadapi di dalam dunia bisnis.
- b) Memperkaya kurikulum dengan pengalaman nyata dari lapangan atau secara langsung lewat magang.
- c) Kampus dapat memfasilitasi pengembangan keterampilan mahasiswa
- d) Dapat memperluas jejaring industri.

1.2.2 Manfaat Magang

Magang memberikan manfaat pengalaman kerja praktis, pengembangan mendalam tentang tantangan dan peluang industri, peningkatan kepercayaan diri dalam mengambil risiko, serta kesempatan untuk menerapkan konsep kewirausahaan dalam situasi nyata.

Beberapa manfaat magang :

- a) Pengalaman Kerja nyata: Memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan teoritis dalam konteks dunia nyata.
- b) Pengembangan Keterampilan: Memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan, manajemen waktu, komunikasi, dan problem-solving yang diperlukan dalam dunia bisnis.
- c) Wawasan Industri: Memberikan wawasan mendalam tentang industri F&B atau *Food And Beverage*, termasuk tren pasar, tantangan, dan peluang yang dapat membentuk pemahaman mahasiswa terhadap lingkungan bisnis.
- d) Pemahaman Kewirausahaan: Memungkinkan mahasiswa untuk merasakan dinamika kewirausahaan, melibatkan diri dalam pengambilan keputusan, dan memahami risiko serta tanggung jawab yang terkait dengan menjalankan bisnis.

BAB II

GAMBARAN OBJEK PROGRAM MAGANG

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdiri sejak April tahun 2023 yang lalu dengan ditandai dengan pembukaan outlet di daerah surabaya utara yang berlokasi di Jl. Dupak Bangunsari No 40, berkembang dengan baik dalam berjalannya waktu ini. Budaya kopi di kota Surabaya menjadi pendorong pergerakan, geliat kolaborasi dan mengedepankan ruang alternatif serta ruang kreatif adalah cara kami tumbuh dengan music sebagai sentuhannya. Elmar Cafe & Eatery adalah usaha dibidang kopi dan makanan yang mengarah ke pasar menengah ke atas dengan harga yang cukup terjangkau

Elmar Cafe & Eatery sendiri adalah sebagai tempat bersantai untuk menikmati kopi dan beristirahat untuk memulai aktivitas kembali atau menikmati suasana cafe. Cafe ini didesain layaknya cafe yang memiliki tempat yang nyaman dan bersih, didesain instagramable yang memiliki tempat spot foto yang bagus sehingga digemari oleh anak muda dan juga mengadakan live music setiap minggunya yang dapat menarik konsumen agar datang ke cafe tersebut.

Cafe ini dibangun dilokasi yang cukup strategis karena cafe dikelilingi oleh sekolah sehingga banyak pengunjung dari lingkungan sekitar, seperti murid yang bersekolah dilingkungan cafe dan juga wali murid yang sedang menunggu anaknya. Perhitungan yang matang mengenai aspek pengadaan bahan baku yang pasti, kualitas makanan yang terjaga baik, financial yang matang. Harga yang

cukup terjangkau, kenyamanan customer, dan operasional yang terkontrol serta marketing yang tajam dalam menciptakan segmentasi pasar yang cukup luas.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi :

Memberikan pelayanan terbaik terhadap pengunjung/ konsumen dalam harga yang terjangkau, dan ditunjang dengan tempat yang nyaman dan pelayanan terbaik.

b) Misi :

Mempertahankan cita rasa kopi yang berkualitas serta meningkatkan kreativitas untuk menciptakan menu-menu baru yang lebih bervariasi untuk ditawarkan dan dapat dinikmati pelanggan.

2.3 Simbol Perusahaan



Gambar 2.3 Logo Perusahaan

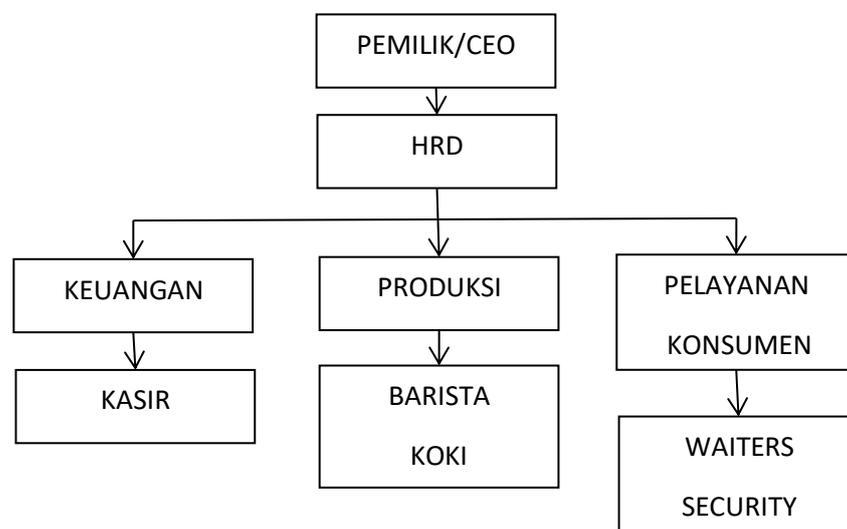
Sumber data : ELMAR CAFE,2023

2.3.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merujuk pada tata cara bagaimana suatu organisasi diorganisir atau disusun. Ini mencakup pembagian tugas dan tanggung jawab.

Tim Produksi (Barista) merupakan peran penting pada sebuah inovasi inovasi produk yang telah terjadi.

Tujuan pembagian tugas adalah untuk menciptakan kerangka kerja yang efisien untuk mencapai tujuan organisasi dengan mengatur dan mengelola sumber daya manusia serta fungsi operasional secara sistematis.



Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi

Sumber data : ELMAR CAFE,2023

2.3.2 Tugas dan Tanggung Jawab

- a) **Pemilik/CEO** : Pemilik atau CEO dalam bisnis bertanggung jawab untuk mengambil keputusan strategis, merencanakan bisnis, memimpin tim eksekutif, mengelola risiko, berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, mengawasi keuangan, dan mendorong inovasi serta pertumbuhan perusahaan.

- b) HRD : Tugas dan tanggung jawab HRD (Human Resources Development) dalam bisnis meliputi rekrutmen, pengembangan karyawan, manajemen kinerja, manajemen gaji, pemutusan hubungan kerja, kepatuhan hukum, pengembangan budaya organisasi, pengelolaan data karyawan, serta memberikan bimbingan dan konseling kepada karyawan. Yang bertujuan untuk mendukung pengelolaan sumber daya manusia dan mencapai tujuan bisnis secara efektif.
- c) Tim Produksi :
1. Barista : Tugas dan tanggung jawab seorang barista dalam bisnis kafe meliputi menyajikan minuman kopi dan minuman lainnya kepada pelanggan, memikirkan sebuah inovasi produk untuk perkembangan café, memastikan kualitas minuman, memberikan pelayanan yang ramah, serta mengelola stok dan peralatan kafe. Seorang barista juga dapat berkontribusi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan mempertahankan standar kualitas produk kafe.
 2. Koki : Tugas dan tanggung jawab seorang koki dalam bisnis restoran melibatkan persiapan dan memasak hidangan, memastikan kualitas dan presentasi makanan, mengelola stok bahan makanan, mematuhi standar kebersihan dan keamanan makanan, mengembangkan menu atau merancang variasi dalam hidangan, dan bekerja sama dengan tim dapur untuk menjaga efisiensi operasional. Koki bertanggung jawab untuk menyajikan kuliner yang memuaskan bagi pelanggan.

d) Keuangan :

1. Kasir : Tugas dan tanggung jawab seorang kasir dalam bisnis melibatkan menerima pembayaran dari pelanggan, memberikan kembalian, mencatat transaksi penjualan, memastikan akurasi uang tunai, menjaga kebersihan dan kerapian area kasir, memberikan pelayanan pelanggan yang baik, dan dapat melibatkan penggunaan sistem kasir elektronik. Kasir juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan uang tunai dan mencatat laporan transaksi harian.

e) Pelayanan Konsumen :

1. Waiters : Tugas dan tanggung jawab seorang pelayan (waiter) dalam bisnis F&B seperti mengantarkan makanan dan minuman, menjelaskan menu jika diperlukan, memastikan kepuasan pelanggan, menjaga kebersihan meja dan area makan, menanggapi pertanyaan atau permintaan pelanggan, dan bekerja sama dengan tim restoran untuk memastikan layanan yang efisien. Pelayan juga dapat membantu dalam menyarankan pilihan makanan kepada pelanggan.

2. Security : Tugas dan tanggung jawab petugas keamanan (security) dalam bisnis melibatkan pemantauan keamanan fisik dan elektronik, penjagaan properti dan aset perusahaan, pemeriksaan identitas karyawan dan pengunjung, menanggapi keadaan darurat atau insiden keamanan, serta bekerja sama dengan pihak berwenang jika diperlukan. Petugas keamanan juga dapat bertanggung jawab untuk

menjaga ketertiban dan keamanan di area bisnis serta memberikan pelayanan keamanan kepada staf dan pelanggan.

2.4 Aktivitas Perusahaan

Di sebuah cafe, ada beberapa aktivitas-aktivitas yang melibatkan beberapa tahapan-tahapan seperti :

- a) Produksi :
 1. Persiapan dan pembuatan menu minuman dan makanan.
 2. Pelatihan barista untuk memastikan kualitas produk dan konsistensi rasa.
 3. Pelatihan koki untuk memastikan kualitas produk dan konsistensi rasa
- b) Stocking :
 1. Manajemen persediaan bahan baku dan kebutuhan cafe.
 2. Penerimaan, penyimpanan, dan pemantauan stok barang.
- c) Marketing :
 1. Perencanaan dan implementasi strategi pemasaran cafe.
 2. Penggunaan media sosial dan promosi untuk menarik pelanggan.
- d) Pelayanan Pelanggan/Konsumen :
 1. Menyediakan layanan pelanggan yang ramah dan efisien.
 2. Memastikan kebersihan dan kenyamanan ruangan.
- e) Manajemen Keuangan :
 1. Pencatatan transaksi keuangan harian.

2. Pengelolaan anggaran, pembayaran tagihan, dan pemantauan profitabilitas.

f) Pengaturan Ruang :

1. Penataan interior dan eksterior cafe untuk menciptakan suasana yang nyaman.

2. Desain cafe yang menarik/unik

3. Mengelola reservasi dan kapasitas cafe.

2.5 Inovasi Produk

Inovasi Produk yang telah terjadi pada Elmar café adalah mengenai rasa baru yang berhasil diluncurkan pada tahun 2024 ini dengan perbantuan ide kreatif mahasiswa magang yang telah melewati beberapa uji coba kualitas rasa dan uji coba pada pasar konsumen, berikut beberapa rasa baru :

1. Kopi pandan latte

2. Kopi strawberry latte

3. Kopi melon latte

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian Kinerja

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai pegawai sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan atau diberikan kepadanya. Kinerja sendiri mengacu pada hasil atau prestasi suatu sistem, organisasi, atau individu dalam mencapai tujuan atau tugas yang diberikan.

Menurut Dessler (2013), kinerja dalam konteks bisnis mencakup dua komponen utama, yaitu hasil yang dicapai dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut.

3.2 Pengertian Inovasi Produk Terhadap Bisnis Kopi

Inovasi produk merupakan salah satu kunci utama dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan suatu bisnis, terutama di industri kuliner seperti bisnis kopi, sebagai salah satu cafe yang berada di tengah persaingan industri kopi yang semakin ketat, perlu melakukan inovasi untuk menarik perhatian pelanggan dan menciptakan pengalaman baru yang lebih menarik. Inovasi produk dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari varian kopi yang ditawarkan hingga inovasi dalam penyajian atau pengalaman pelanggan di dalam kafe itu sendiri.

Salah satu bentuk inovasi yang dapat dilakukan adalah pengembangan menu kopi yang berbeda dari pesaing, seperti menciptakan kopi dengan rasa unik

atau menggunakan bahan baku lokal yang memiliki ciri khas. Misalnya, penggunaan kopi arabika dan robusta yang dipadukan dengan bahan tambahan seperti buah-buahan untuk menciptakan cita rasa yang berbeda.

Menurut penelitian oleh Amabile (1996) dalam *The Journal of Business Venturing*, inovasi dalam produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan inovasi produk yang tepat, tidak hanya dapat memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga memperkenalkan tren baru dalam industri kopi, yang dapat berdampak positif pada profitabilitas dan reputasi bisnis.

3.3 Kinerja Seorang Pembisnis

Kinerja bagi seorang pemilik bisnis cafe dapat dipahami sebagai hasil yang dicapai dalam berbagai aspek operasional dan keuangan yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Kinerja ini mencakup pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam aspek finansial seperti laba dan pendapatan, maupun non-finansial seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, serta kepuasan karyawan.

3.4 Jenis Inovasi Produk Yang Diterapkan

Inovasi produk dalam bisnis kopi merujuk pada upaya pembisnis untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk kopi yang berbeda dan lebih menarik di pasar. Dalam konteks ini, inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan varian rasa atau jenis kopi, tetapi juga dapat mencakup inovasi dalam proses penyajian, pengalaman pelanggan, atau bahkan model bisnis. Seorang

pembisnis kopi yang sukses harus mampu mengidentifikasi kebutuhan pasar dan tren konsumen yang terus berubah, serta memanfaatkan teknologi dan kreativitas untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Salah satu bentuk inovasi yang dapat diterapkan dalam bisnis kopi adalah pengembangan produk kopi yang menggunakan ampuran sirup buah. Misalnya, seorang pembisnis kopi dapat menciptakan varian kopi dengan rasa buah. Inovasi ini dapat memberikan keunggulan kompetitif di pasar kopi yang semakin jenuh.

3.5 Proses Inovasi

Proses inovasi pada pembisnis kopi mengacu pada serangkaian tahapan yang dilakukan untuk menciptakan atau mengembangkan produk, layanan, atau metode baru yang memberikan nilai lebih bagi pelanggan serta menciptakan keunggulan kompetitif dalam pasar kopi. Proses ini tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam cara penyajian kopi, peningkatan kualitas, atau bahkan inovasi dalam pengalaman pelanggan di kafe. Dalam dunia yang terus berubah, pembisnis kopi yang mampu berinovasi dengan cepat akan lebih mampu bersaing dan bertahan di pasar yang semakin jenuh.

Proses inovasi dimulai dengan identifikasi kebutuhan pasar atau tren baru yang sedang berkembang di industri kopi. Pembisnis kopi dapat mencari wawasan dari pelanggan, survei pasar, atau bahkan mengikuti perkembangan tren global,

seperti permintaan terhadap kopi organik atau kopi dengan cita rasa yang lebih eksotis. Setelah itu, ide inovatif dapat dikembangkan, baik itu berupa varian produk baru, metode penyeduhan kopi yang lebih modern, atau desain pengalaman pelanggan yang berbeda dari pesaing.

Setelah ide dikembangkan, tahapan berikutnya adalah eksperimen dan pengujian produk atau layanan baru. Ini dapat melibatkan uji coba produk kepada segmen pasar tertentu atau melakukan trial-and-error dalam penyajian kopi. Evaluasi hasil uji coba ini sangat penting untuk memastikan bahwa inovasi yang dihadirkan memang sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan dapat memberikan dampak positif terhadap profitabilitas.

3.6 Evaluasi Dan Umpan Balik Dari Pelanggan

Evaluasi dan umpan balik dari pelanggan adalah aspek penting dalam strategi bisnis, terutama bagi seorang pembisnis yang ingin menjaga dan meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Umpan balik dari pelanggan memberikan wawasan yang berharga mengenai pengalaman mereka, yang bisa mencakup berbagai aspek, seperti kualitas produk, layanan pelanggan, harga, hingga suasana tempat usaha. Dengan mendapatkan umpan balik yang konstruktif, pembisnis dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan bisnisnya, serta area yang perlu diperbaiki.

Proses evaluasi biasanya dimulai dengan pengumpulan data dari pelanggan, yang dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti survei, wawancara, atau

observasi langsung. Pembisnis kopi, misalnya, dapat meminta pelanggan untuk mengisi kuesioner tentang kepuasan mereka terhadap kualitas kopi atau kecepatan layanan.

Umpan balik yang diperoleh dapat membantu pembisnis untuk melakukan perbaikan yang diperlukan. Misalnya, jika pelanggan memberikan umpan balik negatif terkait rasa kopi yang kurang konsisten, pembisnis dapat melakukan pelatihan kepada barista untuk menjaga kualitas rasa yang lebih stabil.

Dengan demikian, evaluasi dan umpan balik dari pelanggan memberikan manfaat yang sangat besar bagi pembisnis dalam mengembangkan usaha yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar dan konsisten dalam memberikan layanan berkualitas.

3.7 Fakta – Fakta dari Inovasi Produk

Inovasi produk dalam bisnis kopi memainkan peran penting dalam memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang serta menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan. Berikut adalah beberapa fakta terkait inovasi produk dalam industri kopi:

1. Peningkatan Kualitas dan Varian Produk
2. Teknologi Penyeduhan Baru
3. Kopi Berbasis Kesehatan
4. Kopi Daring dan Pengalaman Pelanggan
5. Sustainability (Keberlanjutan)

BAB IV
PEMBAHASAN

4.1. Kegiatan Praktis

Kegiatan magang ini di laksanakan di Elmar Cafe & Eatery yang berlokasi di Jl. Dupak Bangunsari No 40, Surabaya. Yang saya mulai dengan kelompok di tanggal 21 Oktober 2024. Berikut rangkuman kegiatan didalam bentuk tabel:

Tabel 4.1 Rincian Pelaksanaan Kegiatan Magang

No	Waktu	Bentuk Kegiatan
1	Minggu 1 21 Oktober-24 Oktober	Pengenalan Lingkungan Tempat magang
2	Minggu 2 28 Oktober-31 Oktober	Pengenalan Alat dan Proses Pembuatan Minuman Kopi dan Non Kopi (Barista)
3	Minggu 3 04 November- 07November	Mengenal Berbagai Macam Biji Kopi dan Mengenal Berbagai Rasa Pada Sirup-Sirup
4	Minggu 4 11 November-14 November	Belajar Menghitung HPP Dengan Pihak Elmar

5	Minggu 5 18 November- 21November	Membahas Produk Untuk Persiapan
6	Minggu 6 25 November- 28 November	Membahas Mengenai Hak Cipta Dari Usaha Kami Bersama Kelompok
7	Minggu 7 02 Desember- 05 Desember	Fokus Mempersiapkan Produk dan Perpisahan Dengan Karyawan Elmar Café

Tabel diatas adalah tabel kegiatan-kegiatan yang di laksanakan di tempat magang di Elmar Cafe & Eatery, yang di mulai dari tanggal 21 Oktober 2024 hingga tanggal 05 Desember 2024.

Sumber : Elmar café & eatery 2023

4.2 Metode Kegiatan Magang

Magang merupakan salah satu metode penting untuk memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa yang memungkinkan penulis memperoleh pengalaman secara langsung dan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan. Inovasi dalam program magang memberikan lebih banyak kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan profesional dalam konteks yang lebih fleksibel dan relevan.

4.2.2 Tempat Dan Waktu Magang

Kegiatan magang dilaksanakan di ELMAR CAFÉ & EATERY, Jl. Dupak Bangunsari No 40 Surabaya, mulai tanggal 21 Oktober 2024 - 05 Desember 2024.

4.3 Pengumpulan Data

Adapun metode pengambilan data yang dilakukan dalam kegiatan magang yang kami lakukan adalah:

a) Observasi langsung

Pengumpulan data melalui metode observasi adalah dengan melalui pengamatan yang langsung oleh sang peneliti kepada objek yang diteliti secara langsung di tempat terjadinya peristiwa atau kejadian. Hal ini bisa berupa perilaku manusia, fenomena, atau proses perubahan. Misalnya saja seperti informasi seperti suasana, preferensi pelanggan, efisiensi layanan, variasi menu yang paling diminati, dan pola perilaku pelanggan.

b) Wawancara :

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk mendapatkan data. Metode ini mengumpulkan data menggunakan interaksi secara langsung dengan responden atau narasumber secara langsung dengan menentukan tujuan wawancara,

c) Dokumentasi :

Pengumpulan metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Pengambilan data dengan metode dokumentasi melibatkan pencatatan informasi secara tertulis atau visual, seperti melalui catatan, dokumen atau gambar.

d) Studi Literatur

Cara yang dipakai untuk menghimpun data – data, sumber – sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur didapat dari berbagai sumber, jurnal, buku, dan dokumentasi.

4.4 Analisis Data

Analisis data adalah proses mengumpulkan, mengorganisir, dan mengurutkan data untuk menarik kesimpulan atau membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh. Analisis dan pengumpulan data-data yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dan mencari pemecahan masalah yang sering terjadi di Elmar Cafe & Eatery khususnya dalam Inovasi Produk berpengaruh dalam konsistensi rasa dalam kegiatan pembuatan menu.

Inovasi produk dalam dunia bisnis merujuk pada sebuah perkembangan oleh suatu perusahaan. Inovasi yang dilakukan pada Elmar café adalah dengan mengkombinasi buah buahan yang dihancurkan dengan expreso yang pait sehingga mendapatkan rasa yang baru dan nikmat, Menu ini dapat bertahan hingga 2 hari dalam suhu dingin.

1. Sebelum melakukan inovasi, Perusahaan sering kali menghadapi beberapa tantangan, produk kopi yang ada di pasaran umumnya memiliki rasa dan kualitas yang serupa, membuatnya sulit bagi konsumen untuk membedakan antara satu merek dengan merek lainnya. Hal ini menyebabkan pasar kopi menjadi sangat kompetitif, di mana harga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian.café.

2. Setelah melakukan inovasi produk, banyak perubahan positif yang terjadi. Pengenalan berbagai varian rasa dan jenis kopi, seperti kopi dengan tambahan buah dengan campuran bahan yang baru dapat memberikan pengalaman baru bagi pelanggan.

4.5 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah langkah awal yang krusial dalam proses penelitian dan analisis untuk memahami isu-isu yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Di Elmar Café & eatery, identifikasi masalah dalam inovasi produk bisnis kopi adalah langkah penting untuk mengidentifikasi hambatan atau tantangan yang mungkin dihadapi perusahaan dalam mengembangkan produk kopi yang lebih baik, lebih kompetitif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Beberapa masalah yang dihadapi dalam inovasi pada Elmar café antara lain:

1. Kualitas Biji Kopi yang Tidak Konsisten
2. Keberlanjutan dan Etika Bisnis
3. Persaingan yang Ketat

4.6 Sebab dan Akibat Masalah

4.6.1 Sebab Masalah

Dari kemunculan masalah di atas, maka dapat saya simpulkan ada banyak faktor-faktor penyebabnya adalah:

1. Keterbatasan Sumber Daya: Banyak pelaku usaha kopi, terutama yang berskala kecil, menghadapi keterbatasan dalam hal modal dan sumber daya manusia. Tanpa investasi yang memadai, sulit bagi mereka untuk melakukan riset dan pengembangan produk baru atau meningkatkan kualitas layanan
2. Fokus pada Kualitas Produk: Dalam beberapa kasus, pemilik kedai kopi lebih fokus pada kualitas produk yang sudah ada daripada mencari inovasi baru. Meskipun kualitas sangat penting, kurangnya eksplorasi terhadap produk baru atau metode penyajian dapat mengakibatkan stagnasi dalam bisnis
3. Persaingan yang Ketat: Dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan, persaingan menjadi sangat ketat. Beberapa pelaku usaha mungkin lebih fokus pada mempertahankan pangsa pasar mereka daripada berinovasi, sehingga mereka terjebak dalam rutinitas yang sama dan tidak berani mengambil risiko untuk mencoba hal baru

4.6.2 Akibat Masalah

Dari kemunculan masalah di atas, dapat saya simpulkan ada banyak faktor-faktor penyebab yang juga menimbulkan akibatnya adalah:

1. Keterbatasan Pertumbuhan: Tanpa inovasi, bisnis kopi akan mengalami keterbatasan dalam hal pertumbuhan. Mereka mungkin tidak dapat memperluas jangkauan pasar atau meningkatkan skala operasi, yang penting untuk keberlanjutan jangka panjang.
2. Stagnasi Penjualan: Tanpa inovasi, produk yang ditawarkan menjadi monoton dan tidak menarik bagi konsumen. Hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan karena pelanggan cenderung mencari variasi dan pengalaman baru.
3. Kesulitan Bersaing: Dalam industri yang sangat kompetitif, bisnis kopi yang tidak berinovasi akan kesulitan untuk bersaing dengan pesaing yang lebih kreatif. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan pangsa pasar dan, dalam jangka panjang, dapat mengancam keberlangsungan usaha.

4.6.3 Solusi Masalah

Dari kemunculan masalah di atas, maka dapat saya simpulkan ada banyak faktor-faktor penyebab yang juga menimbulkan akibatnya adalah:

1. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan: Memberikan pelatihan kepada staf mengenai tren terbaru dalam industri kopi dan teknik penyajian

yang inovatif dapat meningkatkan keterampilan mereka. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, staf dapat berkontribusi dengan ide-ide baru yang dapat diterapkan di kedai kopi.

2. Investasi dalam Riset dan Pengembangan: Bisnis kopi harus mengalokasikan anggaran untuk riset dan pengembangan (R&D). Melalui R&D, mereka dapat mengeksplorasi tren baru, menguji produk baru, dan memahami preferensi pelanggan.

3. Membangun Budaya Inovasi: Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi sangat penting. Pemilik bisnis perlu mendorong karyawan untuk berbagi ide dan memberikan umpan balik.

4. Menggunakan Teknologi: Memanfaatkan teknologi dalam operasional bisnis dapat membuka peluang baru. Misalnya, penggunaan aplikasi untuk pemesanan dan pembayaran dapat meningkatkan pengalaman pelanggan.

5. Mengumpulkan Umpan Balik Pelanggan: Mendengarkan suara pelanggan sangat penting. Melalui survei atau interaksi langsung, pelaku usaha dapat mengidentifikasi apa yang diinginkan oleh pelanggan dan menyesuaikan penawaran sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini dapat menciptakan produk yang lebih relevan dan menarik bagi pasar.

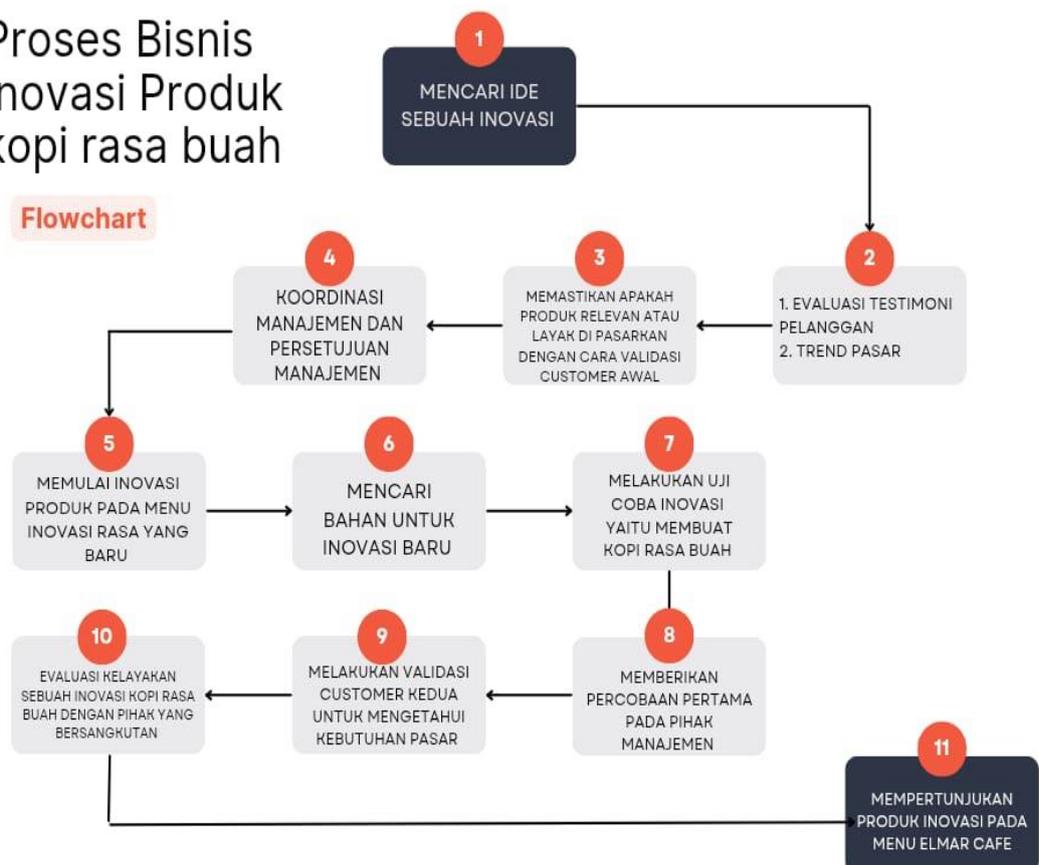
Seperti yang sudah saya jabarkan di atas ada beberapa solusi untuk mengatasi permasalahan kurangnya inovasi dalam bisnis kopi, solusi-solusi di atas bisa menjadi salah satu pertimbangan dalam perbaikan atau evaluasi untuk perkembangan usaha di industri F&B Atau *Food And Beverage*.

mengimplementasikan solusi ini, perbaikan dalam proses evaluasi kinerja dapat ini meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi yang berkelanjutan akan membantu bisnis kopi untuk tetap relevan dan menarik bagi pelanggan.

Gambar 4.1 Proses Bisnis Inovasi Produk Kopi Rasa Buah

Proses Bisnis Inovasi Produk kopi rasa buah

Flowchart



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di bab sebelumnya, dari pembahasan mengenai kurangnya inovasi dalam bisnis kopi mencerminkan tantangan yang dihadapi pelaku usaha di industri ini serta solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah tersebut. Dalam era persaingan yang semakin ketat dan perkembangan selera konsumen yang cepat, inovasi menjadi elemen kunci untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis kopi.

1. Keberhasilan bisnis F&B atau *Food And Beverage* sangat terkait dengan reputasi dan citra merek. Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi staf juga menjadi faktor penting. Dengan memberikan pelatihan yang tepat, karyawan dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang tren terbaru dan teknik penyajian yang inovatif. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterampilan mereka, tetapi juga mendorong mereka untuk berkontribusi dengan ide-ide baru yang dapat diterapkan di kedai kopi

2. Membangun budaya inovasi dalam perusahaan sangat vital. Pemilik bisnis perlu menciptakan lingkungan kerja yang menginspirasi karyawan untuk berbagi ide dan memberikan umpan balik. Dengan membangun budaya yang mendukung inovasi, setiap anggota tim merasa terlibat dalam proses kreatif, yang dapat menghasilkan solusi baru dan menarik

3. Penggunaan teknologi juga dapat menjadi pendorong utama inovasi. Memanfaatkan teknologi dalam operasional bisnis, seperti aplikasi untuk

pemesanan dan pembayaran, dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Selain itu, teknologi analitik dapat membantu bisnis memahami pola pembelian pelanggan dan tren pasar, yang dapat digunakan untuk menyesuaikan penawaran mereka.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan F&B atau *Food And Beverage* untuk fokus pada pelatihan, pengembangan, dan pemeliharaan tim SDM yang berkualitas guna mendukung kreativitas karyawan dan kesuksesan jangka panjang.

Jadi menurut saya secara keseluruhan, kurangnya inovasi dalam bisnis kopi merupakan tantangan yang signifikan yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. Namun, dengan mengadopsi strategi yang tepat, pelaku usaha dapat mendorong inovasi dan tetap relevan dalam pasar yang kompetitif. Investasi dalam riset dan pengembangan, pelatihan staf, budaya inovasi, penggunaan teknologi, kolaborasi, dan umpan balik pelanggan adalah langkah-langkah penting yang dapat membantu bisnis kopi untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang. Dalam industri yang terus berkembang ini, inovasi bukan hanya pilihan, tetapi kebutuhan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

5.2 Saran

Untuk memastikan keberlanjutan dan perkembangan Elmar Café dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pengembangan inovasi produk harus menjadi fokus utama. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk memperkuat dan mengembangkan inovasi produk di Elmar Cafe

1. Diversifikasi Menu Berdasarkan Tren Konsumen Meskipun Elmar Café telah berhasil dalam menawarkan berbagai pilihan menu yang menarik, penting untuk terus memantau tren konsumen dan mengadaptasi menu sesuai dengan perubahan preferensi.
2. Kolaborasi dengan Produk Lokal atau Pemasok Kreatif Mengembangkan kemitraan dengan pemasok produk kreatif dapat menjadi strategi inovasi yang menguntungkan.
3. Strategi Pemasaran Digital yang Lebih Intensif Pengembangan inovasi produk harus didukung dengan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan lebih sering.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity and innovation in organizations*. Harvard Business School.
- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1-10.
- Ani, L. N. (2020). PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS PADA KERAJINAN TIKAR ECENG GONDOK” LIAR”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(02), 184-194.
- Andini, P., Rinda, R. T., & Yudiana, Y. (2022). Peran Inovasi Produk Dan Pemasaran Bisnis Kuliner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kopi Keluarga. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 352-362.
- Enkel, E., Gassmann, O., & Chesbrough, H. (2009). Open R&D and open innovation: Exploring the phenomenon. *Research Policy*, 38(1), 1-11.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209-215.
- Helia, R., Farida, N., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 281-290.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2014). *Strategic innovation management*. John Wiley & Sons.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Magang

PROPOSAL
PROGRAM LEARNING TOGETHER
WIRAUUSAHA MERDEKA
MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM)



Oleh:

NIM	NAMA
23111034	Salwa ayunda <u>nurfadilah</u>
23111005	Dandi
23111040	Vandim mahardika
23111024	Marshella <u>dwinanda p.d</u>

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

2024

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan inisiatif yang diusung oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia untuk memberikan mahasiswa pengalaman belajar di luar kelas. Program MBKM bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar di luar kelas dan menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Melalui program wirausaha merdeka di Universitas Ciputra, mahasiswa STIAMAK Barunawati mendapat kesempatan untuk belajar selama 1 (satu) semester di bidang kewirausahaan di Universitas Ciputra.

Magang dalam program ini selanjutnya disebut Learning Together di kafe merupakan salah satu cara untuk memahami dinamika industri kuliner, meningkatkan keterampilan praktis, serta membangun jaringan profesional. Melalui program ini, mahasiswa diharapkan dapat mengaplikasikan teori yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik nyata di dunia kerja. Industri kuliner, khususnya kafe, merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dan menawarkan banyak peluang bagi mahasiswa untuk belajar. Kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai ruang sosial yang menggambarkan budaya dan tren masyarakat. Dengan program Learning Together di kafe, mahasiswa dapat memahami dinamika pelayanan, manajemen operasional, serta strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, pengalaman bekerja di kafe memberikan mahasiswa kesempatan untuk mengembangkan keterampilan interpersonal, seperti komunikasi, kerja tim, dan manajemen waktu. Dalam era globalisasi dan persaingan yang ketat, keterampilan ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.

Melalui usulan ini, kami ingin menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan untuk melaksanakan program Learning Together yang saling menguntungkan. Kafe akan mendapatkan tenaga kerja tambahan yang energik dan kreatif, sementara mahasiswa akan memperoleh pengalaman berharga yang dapat mendukung karier mereka di masa depan. Kafe sebagai tempat yang sering dikunjungi oleh berbagai kalangan masyarakat, memiliki tantangan unik dalam operasionalnya. Mahasiswa yang melaksanakan program Learning Together di kafe tidak hanya akan terlibat dalam aspek pelayanan, tetapi juga memahami bagaimana kafe mengelola inventaris, menyusun menu, dan berinteraksi dengan pelanggan. Pengalaman ini akan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana bisnis kuliner beroperasi secara keseluruhan.

Di sisi lain, dengan adanya program Learning Together ini, kafe dapat memanfaatkan bakat dan ide-ide segar dari mahasiswa. Mereka sering kali membawa perspektif baru yang dapat membantu kafe berinovasi, baik dalam layanan maupun produk yang ditawarkan. Selain itu, mahasiswa juga dapat membantu dalam kegiatan

promosi, terutama melalui platform digital, yang semakin penting di era modern ini. Pentingnya kolaborasi antara dunia pendidikan dan industri menjadi semakin jelas dalam konteks persaingan global. Melalui program ini, diharapkan akan tercipta sinergi yang positif yang tidak hanya menguntungkan mahasiswa dan kafe, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan industri kuliner secara keseluruhan. Dengan latar belakang tersebut, kami percaya bahwa program Learning Together ini akan memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak yang terlibat. Kami berharap dapat mewujudkan kerjasama yang saling menguntungkan, sehingga mahasiswa dapat belajar dan berkembang, sementara kafe dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan.

B. Tujuan

- Pengembangan Keterampilan: Memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam industri kafe.
- Penerapan Teori: Mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dalam situasi nyata.
- Peningkatan Soft Skills: Meningkatkan keterampilan komunikasi, kerja sama tim, dan layanan pelanggan.

C. Manfaat

Manfaat Bagi Mahasiswa

- Pengalaman Praktis: Memperoleh wawasan langsung tentang operasional kafe.
- Pengembangan Keterampilan: Meningkatkan keterampilan komunikasi dan kerja tim.
- Jaringan Profesional: Membangun relasi dengan profesional di industri kuliner.

Manfaat bagi Kafe

- Tenaga Kerja Tambahan: Mendapatkan bantuan dalam operasional sehari-hari.
- Inovasi Menu: Menerima masukan dan ide baru dari mahasiswa.
- Reputasi: Meningkatkan citra kafe sebagai tempat yang mendukung pendidikan.

II. RENCANA PROGRAM LEARNING TOGETHER

A. Durasi dan Waktu

- Durasi program Learning Together: 2 bulan
- Waktu kerja: 3-4 hari dalam seminggu, fleksibel sesuai dengan jadwal kuliah mahasiswa.

B. Posisi dan Tugas

1. Staf Pemasaran: Membantu dalam promosi kafe melalui media sosial dan kegiatan pemasaran lainnya.
2. Pelayanan Pelanggan: Mahasiswa akan belajar cara berinteraksi dengan pelanggan, mengambil pesanan, dan menjelaskan menu.
3. Persiapan Makanan dan Minuman: Mahasiswa akan terlibat dalam persiapan makanan dan minuman
4. Manajemen Stok: Mahasiswa akan belajar tentang pengelolaan stok bahan baku dan perlengkapan kafe.

Kami berharap dapat menjalin kerjasama yang saling menguntungkan antara kafe dan institusi pendidikan dalam pelaksanaan Program Magang MBKM. Kami siap untuk mendiskusikan detail lebih lanjut dan menjawab pertanyaan yang mungkin ada.

Surabaya, 15 Oktober 2024

Ketua Tim kelompok Q2 Learning Together,

SALWA AYUNDA NURFADILAH

23111034

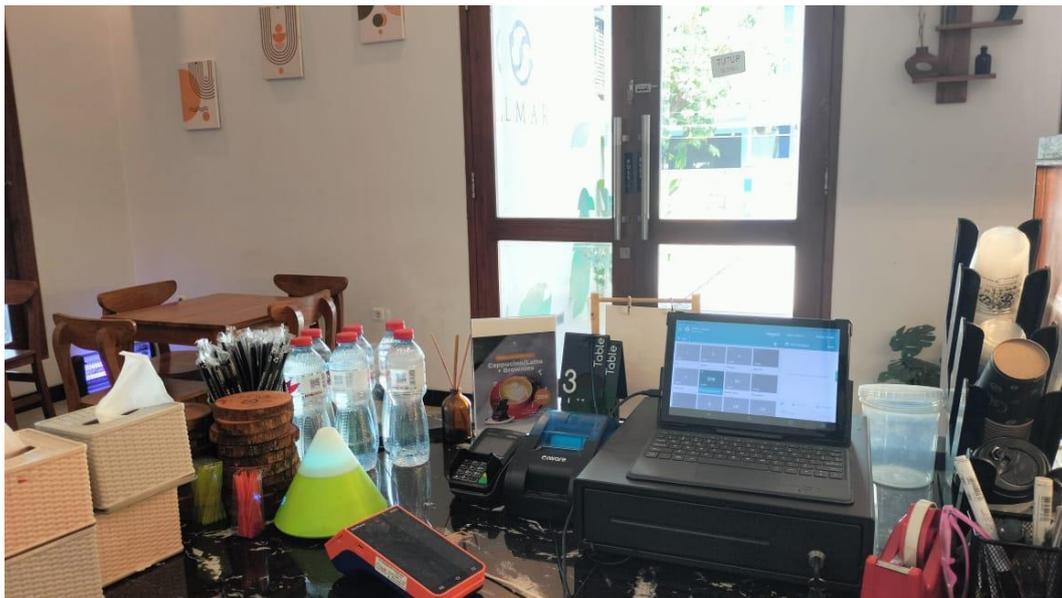
Lampiran 2 Aktivitas Magang atau Learning Together



INOVASI PRODUK : MENU BARU KOPI RASA BUAH



Lampiran 3 Tempat Magang atau Learning Together



Lampiran 4 Kegiatan MBKM Universitas Ciputra Surabaya



Lampiran 5 Nilai Kegiatan WMK

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

02/01/2025

ACADEMIC TRANSCRIPT

Name SALWA AYUNDA NURFADILAH
Student Identification Number 0706012417219
Place and Date of Birth - / 2024-09-29
Faculty School of Information Technology
Department Informatics
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 02, 2025

Authorized by Office Of The Registrar



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN
STIAMAK BARUNAWATI

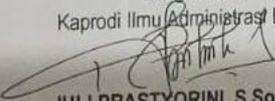
Jl. Perak Barat 173 Surabaya
Website : www.stiamak.ac.id

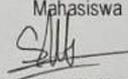
Telp. (031) 3291096
E-mail : info@stiamak.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN MAGANG
TAHUN 20.....

Nama : Salwa Ayunda Nurfadilah
NIM : 23111034
Tempat Magang: Elmor Cafe & Eatery
Judul : Inovasi Produk Terhadap Bisnis Kopi di Elmor Cafe
& Eatery Dalam Program MBKM Wirausaha
Merdeka Universitas Ciputra 2024
Pembimbing : Dian Arisanti, S.Kom, MM
NIDN : 0709050202

No.	Hari/ Tanggal	Bimbingan	Paraf
1	19-12-2024	Judul Laporan	JS
2	Jumat, 20-12-24	BAB 1	JS
3	Jumat, 20-12-24	BAB 2	JS
4	Jumat, 20-12-24	BAB 3	JS
5	Jumat, 20-12-24	BAB 4	JS
6	Minggu, 8-1-25	finish Revisi	JS
-			

Mengetahui,
Kaprodik Ilmu Administrasi Bisnis

JULI PRASTYORINI, S.Sos. MM
NIDN : 0708067104

Surabaya, 2024
Mahasiswa

Salwa Ayunda Nurfadilah
NIM : 23111034



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 : Salwa Ayunda Nurfadilah
NIM : 23111034
Tempat Magang : ELMAR CAFE & EATERY
Alamat Instansi : JL. Dupak Bangun Sari NO. 40 Surabaya
Judul : "INOVASI Produk Terhadap Bisnis Kopi
di Elmar Cafe & Eatery Dalam Program
MBKM Wirusaha Merdeka Universitas Ciputra 2024"

NO	Penilaian Atas Dasar	Nilai		Keterangan
		Angka	Huruf	
1	Etika dan Kedisiplinan	90	A	
2	Inisiatif dan Kreativitas	90	A	
3	Hasil Magang	87	A	
4	Hubungan dalam Lingkungan Kerja	89	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

A. Muispratama

Surabaya, 28 Desember 2024
Pembimbing Perusahaan

Gnu.A



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN
STIAMAK BARUNAWATI

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

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

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 : Salwa Ayunda Nurfadilah
- b. NIM : 23111034
- c. Tempat Magang : Elmar Cafe & Eatery
- d. Alamat : Jl. Dupak Bangunsoni No 90 Surabaya
- e. Tanggal Pelaksanaan : 21 Oktober 2024 s/d 05 Desember 2024

NO	JUDUL MAGANG
	Inovasi Produk Terhadap Bisnis kopi di Elmar Cafe & Eatery Dalam Program MBKM Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024

Demikian permohonan kami, atas perkenannya kami sampaikan terima kasih.

Mengetahui
KAPRODI

JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM

Surabaya, 6 Januari 2025

Salwa Ayunda Nurfadilah
NO HP : 085648437192

Dosen Pembimbing : DIAN ARISANTI, S.Kom, MM

Formulir dibuat rangkap 3 untuk :

1. Mahasiswa
2. Dosen Pembimbing
3. Arsip