

**REVENUE MODEL PADA USAHA AMARTA COFFE PADA PROGRAM  
WIRAUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

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



**DIAJUKAN OLEH:  
MOCH.BINTANG ZULFIRI RIVANTO  
NIM 23112053**

**KEPADA  
SEKOLAH ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN  
KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LAPORAN MAGANG**

**REVENUE MODEL PADA USAHA AMARTA COFFE PADA  
PROGRAM WIRAUUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS  
CIPUTRA 2024**

DIAJUKAN OLEH:

**MOCH.BINTANG ZULFIKRI RIVANTO**

**NIM 23112053**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

KETUA PROGRAM STUDI



**JULI PRASTYORINI, S.Sos., MM**  
NIDN : 0708067104

DOSEN PEMBIMBING



**Dr. INDRIANA KRISTIAWATI, SE., MM**  
NIDN : 0705056701

MENGETAHUI,  
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA  
KETUA



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

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**REVENUE MODEL PADA USAHA AMARTA COFFE PADA  
PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS  
CIPUTRA 2024**

DISUSUN OLEH:

**MOCH. BINTANG ZULFIKRI RIVANTO**

**NIM 23112053**

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 WIJONARKO, MM**  
**NIDN: 0708116501**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, bimbingan dan karunianya sehingga dapat terselesaikannya laporan magang yang berjudul “*Revenue Model* Pada Usaha Amarta Coffe Pada Program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra”. Laporan ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik dalam rangka menyelesaikan Magang yang dimana wajib bagi Para Mahasiswa dari Program studi Administrasi Bisnis kepelabuhanan di STIAMAK Barunawati.

Tujuan dari magang ini adalah untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis dalam menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh dalam perkuliahan, serta memperoleh wawasan yang kaya akan keterampilan secara praktis. Program magang ini terlaksana dalam Program Magang MBMK Tahun 2024 Universitas Ciputra atas dukungan dan kerjasama yang baik dari Universitas Ciputra dan UMKM Warung Mama Ana. Program ini sendiri berjalan dengan sangat lancar tentunya tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang bersangkutan, baik dari pihak Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya, dari pihak Universitas Ciputra Surabaya, maupun dari UMKM Warung Mama Ana. Tentunya tanpa dukungan dan bimbingan yang diberikan dari awal hingga akhir, penulis tidak akan bisa mencapai hasil yang diharapkan.

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 Kepelabuhanan Surabaya
3. Dr. Indriana Kristiawati. S.E., MM. Selaku dosen pembimbing magang di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya
4. Dr. David Sukardi Kodrat. MM.,CPM(Asia), CRME Selaku Ketua Pelaksana Wirausaha Merdeka di Universitas Ciputra Surabaya.

5. Prof. Dr. Drs. Thomas Kaihatu, MM dan Wina Christina. S.E., MM. Selaku Mentor di Universitas Ciputra Surabaya
6. Kedua Orang Tua yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat guna menyelesaikan laporan magang ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala saran dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menjadi kontribusi positif, baik bagi penulis maupun pihak lain yang membutuhkan

**Surabaya, 7 Januari 2025**

**Moch. Bintang Zulfikri Rivanto  
NIM 23112053**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan dan manfaat magang .....	3
1.2.1 Tujuan magang .....	3
1.2.2 Manfaat Magang .....	3
<b>BAB 2 GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG</b> .....	5
2.1 Sejarah Singkat Program MBKM .....	5
2.1.1 Sejarah Singkat Terbentuknya Wirausaha Merdeka .....	5
2.1.2 Deskripsi singkat <i>Learning Together</i> MBKM wirausaha merdeka ...	6
2.2 Visi dan Misi Wirausaha merdeka .....	6
2.2.1 visi .....	6
2.2.2 misi .....	6
2.3 Tempat Pelaksana <i>Learning Together</i> .....	7
2.4 Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab .....	7
2.5 Logo Wirausaha Merdeka .....	9
2.6 Aktivitas Wirausaha Merdeka di Universitas Ciputra Surabaya .....	9
2.6.1 Kegiatan Pengisian <i>Logbook</i> .....	9
2.6.2 Kegiatan Kuliah Tamu .....	10
2.6.3 Kegiatan Workshop .....	11
2.6.4 Kegiatan Mentoring Dengan DPL .....	11
2.6.5 Kegiatan <i>Demo Day</i> .....	12
2.6.6 Kegiatan <i>Launching Day</i> .....	13

<b>BAB 3 LANDASAN TEORI</b> .....	14
3.1 Teori <i>Revenue Model</i> .....	14
3.1.1 Pentingnya <i>Revenue Model</i> dalam Bisnis .....	15
3.1.2 Peran <i>Revenue Model</i> dalam Menentukan Strategi Bisnis .....	15
3.2 Teori <i>Business Model Canvas</i> (Osterwalder & Pigneur, 2010) .....	16
3.3 Teori <i>Value Proposition</i> (Porter, 1998) .....	17
3.4 Teori <i>Freemium</i> (Anderson, 2009) .....	17
3.5 Teori Ekonomi Mikro ( <i>Microeconomics</i> ) .....	18
3.6 Teori <i>Innovation Diffusion</i> (Rogers, 1962) .....	19
3.7 Implementasi Konsep dan Teori dalam <i>Revenue Model</i> .....	19
3.8 Konsep Dasar <i>Revenue Model</i> .....	20
3.9 Implementasi <i>Revenue Model</i> di Dunia Nyata .....	21
3.9.1 Analisis Kasus Nyata <i>Revenue Model</i> .....	21
3.9.2 Keberhasilan dan Tantangan <i>Revenue Model</i> .....	23
3.9.3 Keterkaitan <i>Revenue Model</i> dengan Peningkatan Pendapatan .....	25
<b>BAB 4 PEMBAHASAN</b> .....	27
4.1 Kegiatan Wirausaha Merdeka .....	27
4.2 Kegiatan Pada <i>Learning Together</i> .....	28
4.3 Analisis Kinerja Wirausaha Merdeka .....	29
4.3.1 Pembelajaran Proyek .....	29
4.3.2 Kolaborasi dengan Mentor dan Praktisi .....	30
4.3.3 Inkubasi Bisnis .....	30
4.3.4 Pengembangan <i>Soft Skills</i> dan <i>Hard Skills</i> .....	30
4.3.5 Keunggulan Program Wirausaha Merdeka .....	31
4.4 Tujuan Pengumpulan Data .....	31
4.5 Analisis Data .....	31
4.6 Identifikasi Masalah .....	33
4.7 Sebab dan Akibat Masalah .....	33
4.8 Solusi Pemecahan Masalah .....	35
<b>BAB 5 PENUTUP</b> .....	38
5.1 Kesimpulan .....	38

5.2	Saran .....	39
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>40</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 kegiatan <i>Learning Together</i> .....	28
---	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Struktur Organisasi .....	7
Gambar 2.2 Logo Wirausaha Merdeka .....	9

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ketua Program Studi

Lampiran 2 Surat Pernyataan Peserta Wirauhasa Merdeka

Lampiran 3 Pakta Integritas Peserta Wirausaha Merdeka

Lampiran 4 Kartu Hasil Seleksi

Lampiran 5 Kartu Hasil Studi Wirausaha Merdeka

Lampiran 6 Kegiatan Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra

Lampiran 7 Kegiatan *Launching Day*

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), merupakan kebijakan menteri pendidikan dan kebudayaan, yang bertujuan mendorong mahasiswanya untuk menguasai berbagai bidang keilmuan yang berguna untuk memasuki dunia kerja. Kampus merdeka memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memilih mata kuliah yang akan mereka ambil. Berbagai bentuk kegiatan belajar diluar perguruan tinggi, diantaranya melakukan magang/praktek kerja di industri atau tempat kerja lainnya, melaksanakan proyek pengabdian kepada masyarakat di desa, melakukan penelitian, mengajar di satuan pendidikan, mengikuti prongram pertukaran mahasiswa, melakukan kegiatan kewirausahaan, membuat studi proyek independen, dan mengikuti program kemanusiaan.

Upaya yang dilakukan ialah dengan diwujudkan mata kuliah magang bagi mahasiswa. Dalam kesempatan ini sebagai salah satu mahasiwa program Studi S1 Administrasi Bisnis Kepelabuhan, STIAMAK Barunawati Surabaya melaksanakan kegiatan MBKM Wirausaha Merdeka di salah satu universitas pennyelenggara yang mempelajari Wirausaha dan penerapannya secara langsung. Universitas penyelenggara ini adalah Universitas Ciputra Surabaya. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, revenue model menjadi salah satu elemen kunci yang menentukan keberlanjutan dan keberhasilan suatu perusahaan. Revenue model mengacu pada strategi yang digunakan

oleh perusahaan untuk menghasilkan pendapatan dari produk atau layanan yang ditawarkan. Memahami dan mengembangkan revenue model yang efektif tidak hanya penting bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi bisnis kecil dan startup untuk tetap relevan di pasar.

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen mendorong inovasi dalam berbagai revenue model. Model tradisional seperti penjualan langsung dan langganan kini bersaing dengan model berbasis iklan, freemium, hingga model berbasis transaksi digital. Dengan variasi ini, perusahaan perlu memilih dan menyesuaikan revenue model yang sesuai dengan karakteristik bisnis, kebutuhan pasar, dan tren industri. Sebagai salah satu elemen fundamental dalam pengelolaan bisnis, revenue model sering menjadi fokus utama dalam evaluasi kinerja perusahaan. Pemahaman terhadap model ini memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana perusahaan menciptakan nilai dan menjadikannya pendapatan yang berkelanjutan.

Laporan magang ini disusun berdasarkan pengalaman kerja langsung di perusahaan tempat magang. Fokus utama laporan adalah menganalisis revenue model yang diterapkan oleh perusahaan, tantangan yang dihadapi, serta potensi pengembangannya. Dengan demikian, laporan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tidak hanya kepada perusahaan, tetapi juga sebagai referensi akademik untuk memahami penerapan revenue model dalam dunia nyata.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat Magang**

### **1.2.1 Tujuan Magang**

Tujuan utama magang ini adalah untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa dalam menerapkan teori yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam situasi kerja nyata. Selain itu, program ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan profesional, memperkenalkan budaya kerja, serta membuka peluang membangun jaringan di dunia industri. Melalui magang, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kualitas diri, memahami tantangan dunia kerja, serta mendapatkan pengalaman yang mendukung pengembangan karier di masa depan.

### **1.2.2 Manfaat Magang**

Sehubungan dengan adanya program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Wirausaha Merdeka yang dilakukan oleh mahasiswa di Universitas Ciputra Surabaya. Berikut manfaat magang bagi mahasiswa, bagi learning together, dan bagi perguruan tinggi.

#### **1. Manfaat Bagi Mahasiswa**

- a. Mahasiswa dapat mengeksplorasi minat dan bakat mereka di bidang tertentu.
- b. Pengalaman magang menunjukkan kesiapan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja.
- c. Memberikan nilai tambah di resume, sehingga lebih menonjol di mata perekrut.

## **2. Manfaat Bagi Institusi Tempat Magang**

- a. Mendapatkan Perspektif Baru
- b. Uji Coba Ide atau Proyek
- c. Dapat Menjalin kolaborasi antar kampus

## **3. Manfaat Bagi Kampus**

- a. Perguruan tinggi berperan dalam mengembangkan keterampilan non-teknis mahasiswa, seperti komunikasi, kerja tim, dan manajemen waktu, melalui pengalaman magang.
- b. Magang memungkinkan perguruan tinggi memperluas jaringan dengan berbagai perusahaan dan organisasi, yang dapat dimanfaatkan untuk peluang kerjasama, penelitian, atau pendanaan.
- c. Melalui hasil kerja mahasiswa magang, perguruan tinggi dapat mengevaluasi efektivitas pendidikan yang diberikan, termasuk kekuatan dan kelemahan program studi.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG**

#### **2.1 Sejarah Singkat Program MBKM**

##### **2.1.1 Sejarah Singkat Terbentuknya Wirausaha Merdeka**

Wirausaha merdeka adalah bagian dari program merdeka belajar yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia. Program ini bertujuan untuk memberikan keleluasan kepada mahasiswa dalam merancang kurikulum dan memilih metode pembelajaran yang sesuai dengan minat, bakat, dan kebutuhan masing-masing mahasiswa.

MBKM Wirausaha Merdeka spesifiknya menitikberatkan pada pengembangan jiwa kewirausahaan dan keterampilan bisnis mahasiswa. Program ini dirancang untuk memberikan dukungan kepada mahasiswa dalam merintis usaha mereka sendiri. MBKM Wirausaha Merdeka merupakan kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk mendorong mahasiswa menguasai berbagai keilmuan yang berguna untuk memasuki dunia kerja. Program ini, yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2020, memainkan peran kunci dalam mewujudkan visi merdeka belajar, yang memberikan mahasiswa keleluasan untuk merancang jalannya pembelajaran sesuai dengan minat, bakat, dan kebutuhan masing-masing. Di dalam kerangka MBKM, Wirausaha Merdeka

menjadi fokus utama untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan dan keterampilan bisnis di kalangan mahasiswa

### **2.1.2 Deskripsi singkat *Learning Together* MBKM Wirausaha Merdeka**

*Learning Together* adalah bagian dari program MBKM Wirausaha merdeka, program *Learning Together* sendiri merupakan ajang bagi mahasiswa untuk mendapat kesempatan belajar secara kolaboratif, berbagi pengalaman, dan saling memperkaya pengetahuan mereka. Mahasiswa tidak hanya mendapatkan keluasan dalam merancang solusi inovatif mereka sendiri, tetapi juga terlibat dalam proses pembelajaran bersama-sama dengan praktisi bisnis, dan pengusaha sukses

## **2.2 Visi dan Misi Wirausaha Merdeka**

### **2.2.1 Visi**

Membangun generasi wirausaha mandiri yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing, guna mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui kewirausahaan yang berkelanjutan dan berdampak sosial.

### **2.2.2 Misi**

1. Mendorong Jiwa Kewirausahaan: Membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan melalui pelatihan yang relevan dan aplikatif.
2. Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi: Mengembangkan kemampuan peserta untuk menciptakan solusi kreatif dalam menghadapi tantangan pasar dan sosial.
3. Membangun Kemandirian Ekonomi: Membantu peserta menciptakan usaha mandiri yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif pada masyarakat sekitar.

4. Meningkatkan Kolaborasi: Membangun jejaring antara peserta, mentor, dan pelaku usaha untuk mendorong kolaborasi dan pertukaran pengalaman.

5. Mengintegrasikan Teknologi: Memberikan pemahaman tentang pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha.

### 2.3 Tempat pelaksana *Learning Together*

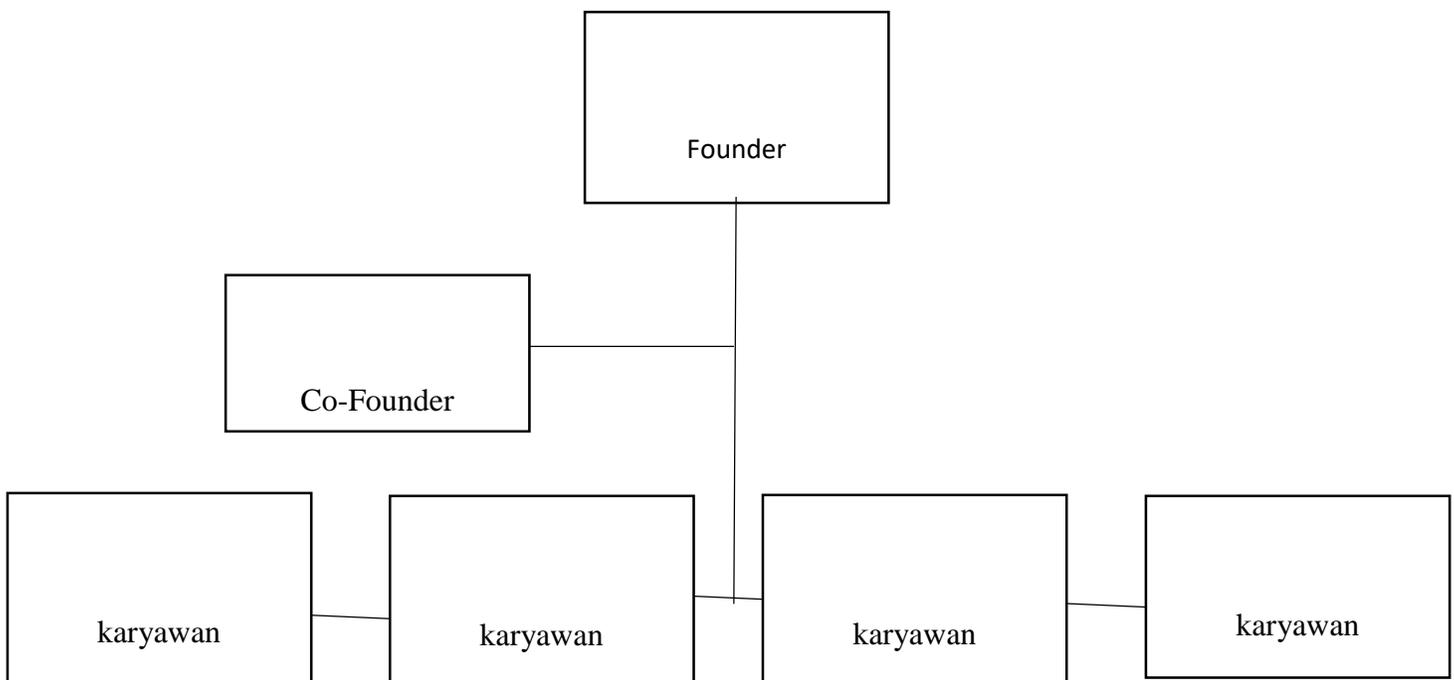
Nama Instansi : Depot Mama Ana

Alamat : Jl. Tlk. Amurang No.221, Perak Utara, Surabaya

Telepon : 0857 0809 1093

### 2.4 Struktur Organisasi dan Tanggung jawab

Gambar 2.1 Struktur Organisasi



Sumber: Dokumen Pribadi

### **1. Founder**

*Founder* (pendiri) memegang peran yang sangat penting dalam kelangsungan dan kesuksesan sebuah bisnis. Mereka tidak hanya bertanggung jawab atas penciptaan dan pengembangan awal perusahaan, tetapi juga memainkan berbagai peran kunci dalam pengelolaan, pengambilan keputusan strategis, dan inovasi. Sebagai orang yang memulai bisnis, founder memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan strategis. Mereka menentukan arah operasional dan keuangan, serta memutuskan inovasi atau ekspansi yang perlu diambil oleh perusahaan. Keputusan founder dapat mempengaruhi pertumbuhan dan masa depan bisnis.

### **2. Co-Founder**

*Co-founder* atau pendiri bersama memiliki peran yang sangat penting dalam kesuksesan sebuah bisnis. Mereka tidak hanya terlibat dalam pendirian usaha, tetapi juga memainkan peran strategis dalam berbagai aspek operasional dan pengembangan bisnis. *Co-founder* bersama-sama menetapkan visi, misi, dan arah strategis perusahaan. Mereka berperan dalam merumuskan tujuan jangka panjang dan strategi yang akan ditempuh untuk mencapainya, serta membuat keputusan penting terkait pengembangan produk, pasar, dan model bisnis.

### **3. Karyawan**

Karyawan memainkan peran yang sangat penting dalam menjalankan operasional Depot Mama Ana dan memastikan kesuksesan bisnis. Mereka harus memastikan pengalaman pelanggan menyenangkan, baik itu dalam hal interaksi

langsung di kedai atau melalui saluran pemesanan online. Pelayanan yang ramah dan efisien dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

## 2.5 Logo Wirausaha Merdeka



Gambar 2.2 Logo Wirausaha Merdeka

Sumber : Wirausaha Merdeka, 2022

## 2.6 Aktivitas Wirausaha Merdeka di Universitas Ciputra Surabaya

### 2.6.1 Kegiatan Pengisian *Logbook*

Kegiatan pengisian *Logbook* merupakan salah satu pembelajaran dalam program Wirausaha Merdeka yang mana kita diwajibkan melakukan pelaporan kegiatan setiap harinya. Mengisi *logbook* setiap hari bukan hanya kewajiban, tetapi juga menjadi alat yang bermanfaat untuk memantau perkembangan bisnis yang dijalankan secara sistematis. *Logbook* ini menjadi salah satu bukti nyata dari dedikasi terhadap pengembangan usaha dan memungkinkan para peserta untuk melihat bagaimana perberkembang dari waktu ke waktu.

*Logbook* ini menjadi wadah untuk merekam pengalaman, pembelajaran, dan refleksi sehari-hari yang melibatkan aspek identifikasi peluang, perumusan masalah, dan validasi pelanggan. Dalam mengisi logbook, kita akan memulai dengan mencatat observasi dan pemikiran kita mengenai peluang bisnis yang diidentifikasi, penecatat ide-ide potensial, tren pasar, atau kebutuhan yang belum terpenuhi yang dapat dijadikan dasar untuk membangun suatu usaha. Setiap ide akan didokumentasikan dengan rinci, mencakup pemikiran awal saya dan bagaimana ide tersebut dapat diimplementasikan.

### **2.6.2 Kegiatan Kuliah Tamu**

Kuliah tamu adalah program yang bertujuan untuk memotivasi para mahasiswa dalam program Wirausaha Merdeka dalam pembelajaran bisnis dengan menghadirkan berbagai narasumber yang telah bergelud langsung pada dunia bisnis dan berdampak pada lingkungan disekitarnya. Program seminar ini mengajarkan pada mahasiswa untuk berani memulai bisnis dan menciptakan fondasi yang kuat untuk memahami dinamika bisnis secara menyeluruh.

Dengan adanya seminar kuliah tamu ini, diharapkan dapat memotivasi kemampuan untuk melihat peluang, merumuskan masalah secara efektif, dan memastikan bahwa apa yang kita tawarkan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pembelajaran seminar di program Wirausaha Merdeka bukan hanya tentang mengembangkan keterampilan teknis dalam menjalankan bisnis, tetapi juga tentang

membentuk pola pikir kewirausahaan yang kreatif, analitis, dan responsif terhadap kebutuhan pasar

### **2.6.3 Kegiatan Workshop**

Dalam program Wirausaha Merdeka ini Mahasiswa memiliki kesempatan emas untuk mengikuti workshop mengenai cara menggunakan *A.I* yang diadakan dalam rangka meningkatkan pemahaman dan keterampilan terkait penggunaan *A.I*. *Workshop* ini bukan hanya menjadi peluang untuk memperdalam pengetahuan saya tentang alat-alat *A.I*, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga penggunaan *A.I* dalam melakukan pemasaran suatu barang. Dalam *workshop* ini, kita akan diajarkan tentang proses penggunaan *A.I* yang tepat dari ahli yang berpengalaman. Salah satu hal pertama yang dibahas adalah cara membuat suatu logo megunakan *A.I*.

Dalam *workshop*, berisi tentang pembelajaran tentang penggunaan *A.I* dari ahlinya. Salah satu hal pertama yang dibahas adalah cara menggunakan *A.I* dengan benar untuk membuat suatu logo. Didalam *workshop* akan menjelaskan penjelasan rinci alat-alat *A.I* dan kegunaanya masing-masing

### **2.6.4 Kegiatan Mentoring Dengan DPL**

Kegiatan ini menjadi elemen kunci untuk mendiskusikan bagaimana kolaborasi dan partisipasi aktif dalam program ini dengan meningkatkan kualitas proyek saya dan kelompok saya. Bersama dengan mahasiswa lainnya, kita berbagi pengalaman, pengetahuan, dan pandangan unik yang membantu kita melihat aspek bisnis dari

berbagai sudut pandang. Diskusi kelompok dan sesi pembelajaran bersama memberikan platform untuk belajar satu sama lain, mengeksplorasi ide-ide baru, dan merumuskan solusi kreatif untuk tantangan yang dihadapi.

Salah satu aspek yang paling berkesan dari program Learning Together adalah kesempatan untuk terlibat langsung dengan UMKM setempat. Kami diberikan peluang untuk mengunjungi dan bekerjasama dengan pelaku usaha lokal, belajar tentang keberhasilan dan hambatan mereka, serta memperoleh wawasan mendalam tentang operasional bisnis di tingkat mikro. Ini akan memberikan dimensi nyata pada pembelajaran mahasiswa dan membuka mata terhadap dinamika bisnis lokal yang mungkin tidak kita temui dalam teori kelas.

#### **2.6.5 Kegiatan *Demo Day***

*Demo Day* di Universitas Ciputra Surabaya merupakan peristiwa krusial dalam rangkaian Wirausaha Merdeka. Acara ini berlangsung selama dua hari yang penuh dengan presentasi, pameran produk, dan sesi Tanya-jawab yang melibatkan dosen, mentor, dan tamu undangan. Pameran ini memungkinkan interaksi langsung dengan pengunjung, memperkenalkan produk, dan menjelaskan nilai tambah yang ditawarkan, interaksi dengan konsumen menjadi jendela utama untuk memahami preferensi mereka. Selama pameran dan penjualan langsung, Mahasiswa akan mendapatkan umpan balik. Konsumen memberikan masukan mengenai rasa, tekstur, dan tata letak produk, membuka pintu untuk peningkatan yang berkelanjutan.

### **2.6.6 *Launching Day***

*Launching Day* di Pos Bloc Surabaya menjadi salah satu momen puncak dalam perjalanan Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra. Acara ini berlangsung selama dua hari dan dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada pelanggan potensial. Selama acara *Launching Day*, interaksi dengan pelanggan menjadi fokus utama. Tim peserta berusaha menciptakan suasana yang ramah dan mengundang untuk mendorong kunjungan dan keterlibatan dengan pelanggan. Setiap peserta akan memanfaatkan stan pameran untuk menarik perhatian, menyediakan sampel produk, dan menyelenggarakan berbagai aktivitas menarik untuk mendapat perhatian pengunjung.

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1. Teori *Revenue Model***

*Revenue model* adalah konsep yang menggambarkan cara suatu perusahaan atau organisasi memperoleh pendapatan dari produk atau layanan yang ditawarkan. Secara sederhana, *revenue model* adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang dalam kegiatan bisnisnya. Konsep ini sangat penting karena menentukan bagaimana suatu organisasi akan menciptakan aliran pendapatan yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) menjelaskan bahwa *revenue model* merupakan elemen kunci dari business model yang lebih besar. Mereka menganggap *revenue model* sebagai bagian integral dari penciptaan nilai, yang pada gilirannya berfokus pada bagaimana sebuah perusahaan mendapatkan penghasilan dari proposisi nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. Dalam pandangan mereka, *revenue model* dapat beragam, mulai dari penjualan langsung hingga model berbasis langganan, dan pemilihan model ini sangat bergantung pada jenis industri dan kebutuhan pasar.

Sedangkan menurut Johnson, Christensen, & Kagermann (2008) menjelaskan bahwa *revenue model* merupakan aspek fundamental dalam mendefinisikan bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan pendapatan yang dapat dipertahankan. Mereka menekankan pentingnya inovasi dalam *revenue model* untuk menciptakan keunggulan

kompetitif dan memberikan nilai tambah yang signifikan kepada pelanggan. Inovasi dalam model pendapatan, menurut mereka, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar yang cepat.

### **3.1.1 Pentingnya *Revenue Model* dalam Bisnis**

Pemilihan *revenue model* yang tepat memiliki dampak besar pada keberlanjutan dan pertumbuhan sebuah perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan teknologi sering menggunakan model freemium atau subscription, di mana mereka memberikan layanan dasar secara gratis dan mengenakan biaya untuk layanan premium. Di sisi lain, perusahaan manufaktur biasanya menggunakan model penjualan langsung produk. Dengan memahami dan memilih model yang tepat, perusahaan dapat mengoptimalkan aliran pendapatan dan memastikan kesuksesan jangka panjang.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menganalisis pasar, memahami kebutuhan pelanggan, dan menyesuaikan model pendapatan dengan perubahan yang terjadi di pasar. Pemahaman tentang *revenue model* yang tepat juga memungkinkan perusahaan untuk berinovasi dalam penciptaan nilai, seperti halnya yang dilakukan oleh model bisnis berbasis platform (misalnya Uber, Airbnb), yang mengubah cara tradisional dalam menghasilkan pendapatan.

### **3.1.2 Peran *Revenue Model* dalam Menentukan Strategi Bisnis**

Dalam konteks yang lebih luas, *revenue model* berperan penting dalam menentukan strategi bisnis secara keseluruhan. Model ini tidak hanya mencakup cara

perusahaan menghasilkan pendapatan tetapi juga berkaitan erat dengan strategi pemasaran, penetapan harga, dan model distribusi. Oleh karena itu, pemilihan model pendapatan yang sesuai menjadi bagian dari perencanaan bisnis yang komprehensif, yang dapat berkontribusi langsung pada kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Sebagai contoh, perusahaan yang mengadopsi model langganan (seperti Netflix) mungkin akan fokus pada retensi pelanggan dan pengalaman pengguna yang baik untuk mempertahankan aliran pendapatan tetap. Sementara itu, perusahaan yang lebih bergantung pada penjualan langsung produk (seperti Apple) akan lebih menekankan inovasi produk dan diferensiasi pasar untuk menarik pelanggan baru.

### **3.2 Teori *Business Model Canvas* (Osterwalder & Pigneur, 2010)**

Model bisnis yang paling sering digunakan untuk merancang dan memahami komponen-komponen dalam revenue model adalah *Business Model Canvas* (BMC). Osterwalder dan Pigneur (2010) mengembangkan BMC sebagai alat untuk menggambarkan bagaimana perusahaan menciptakan nilai, memberikan nilai, dan memperoleh pendapatan. *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan elemen kunci yang mencakup:

- a) *Key Partners*: Pihak eksternal yang membantu perusahaan menjalankan bisnis.
- b) *Key Activities*: Aktivitas penting yang harus dilakukan untuk menciptakan nilai.
- c) *Key Resources*: Sumber daya utama yang digunakan untuk menciptakan nilai.
- d) *Value Propositions*: Apa yang menjadi penawaran perusahaan kepada pelanggan.

- e) *Customer Relationships*: Cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan.
- f) *Channels*: Saluran distribusi untuk menjangkau pelanggan.
- g) *Customer Segments*: Segmen pasar yang menjadi target.
- h) *Cost Structure*: Struktur biaya yang terlibat dalam operasional perusahaan.
- i) *Revenue Streams*: Sumber pendapatan dari berbagai aktivitas.

Dalam konteks *revenue model*, elemen *Revenue Streams* sangat penting, karena mengidentifikasi berbagai cara perusahaan memperoleh pendapatan.

### **3.3 Teori *Value Proposition* (Porter, 1998)**

Michael Porter dalam bukunya *Competitive Advantage* (1998) mengemukakan bahwa perusahaan harus menciptakan nilai yang unik dan lebih baik dari pesaing untuk mendapatkan keuntungan kompetitif. Teori ini relevan dalam memilih *revenue model* karena nilai yang ditawarkan kepada pelanggan (*value proposition*) akan menentukan apakah pelanggan bersedia membayar untuk produk atau layanan tersebut. Porter menjelaskan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui dua cara utama: diferensiasi (menawarkan produk atau layanan yang unik) dan biaya yang lebih rendah (mencapai efisiensi operasional). Model bisnis yang baik harus berfokus pada penciptaan dan pengantaran *value proposition* yang menarik bagi target pasar.

### **3.4 Teori *Freemium* (Anderson, 2009)**

Chris Anderson dalam bukunya *Free: The Future of a Radical Price* (2009) mengemukakan teori tentang model bisnis *freemium*, di mana perusahaan menawarkan

produk atau layanan dasar secara gratis, tetapi mengenakan biaya untuk fitur tambahan atau premium. Model ini sangat umum dalam layanan berbasis internet seperti perangkat lunak, musik digital, dan aplikasi mobile. Anderson menjelaskan bahwa model freemium memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan banyak pengguna dengan biaya nol, dan kemudian memonetisasi sebagian dari mereka yang tertarik pada layanan tambahan.

### **3.5 Teori Ekonomi Mikro (*Microeconomics*)**

Dalam teori ekonomi mikro, permintaan dan penawaran mempengaruhi harga yang dapat dibebankan oleh perusahaan atas produk atau layanan. Dalam konteks revenue model, teori ini mengajarkan bagaimana harga produk atau layanan ditentukan oleh faktor-faktor pasar, seperti daya beli pelanggan, kelangkaan barang, dan kompetisi. Teori ini juga membantu dalam memahami bagaimana perusahaan menentukan harga yang optimal untuk berbagai segmen pasar.

- a) *Elasticity of Demand*: Seberapa sensitif permintaan terhadap perubahan harga. Misalnya, model langganan atau biaya penggunaan seringkali bergantung pada seberapa elastis permintaan terhadap perubahan harga.
- b) *Price Discrimination*: Praktik penetapan harga berbeda untuk segmen pelanggan yang berbeda, yang dapat diterapkan dalam model berbasis langganan atau model layanan premium.

### **3.6 Teori *Innovation Diffusion* (Rogers, 1962)**

Dalam konteks inovasi produk dan revenue model, teori *diffusion of innovations* yang dikemukakan oleh Everett Rogers pada tahun 1962 menjelaskan bagaimana inovasi, termasuk model bisnis baru, menyebar melalui masyarakat. Teori ini relevan untuk memahami bagaimana pendapatan dari model baru dapat berkembang seiring waktu, dan mengapa beberapa model bisnis lebih berhasil diadopsi oleh pasar dibandingkan yang lain.

### **3.7 Implementasi Konsep dan Teori dalam *Revenue Model***

Setelah memahami berbagai konsep dasar dan teori di atas, penting untuk mengimplementasikan pemahaman ini dalam desain revenue model yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Beberapa langkah penting dalam implementasi konsep revenue model meliputi:

1. Segmentasi Pasar: Menentukan segmen pasar mana yang paling sesuai dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Model seperti freemium atau subscription dapat disesuaikan untuk pasar yang berbeda.
2. Penetapan Harga: Memilih strategi harga yang tepat berdasarkan teori ekonomi mikro dan pemahaman tentang nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.
3. Inovasi dalam Model Bisnis: Menggunakan teori inovasi dan *diffusion of innovation* untuk memperkenalkan model bisnis baru yang relevan dengan tren pasar dan kebutuhan pelanggan.

### 3.8 Konsep Dasar *Revenue Model*

Revenue model merujuk pada cara perusahaan menghasilkan uang dengan menyediakan produk atau layanan kepada pelanggan. Konsep dasar revenue model adalah bagaimana sebuah organisasi merancang aliran pendapatan dari aktivitas bisnisnya, mulai dari penetapan harga, struktur biaya, hingga cara pembayaran yang digunakan oleh pelanggan. Dalam teori bisnis, revenue model tidak hanya tentang menghasilkan uang, tetapi juga menciptakan nilai bagi pelanggan, yang pada gilirannya menghasilkan loyalitas dan retensi yang mendukung keberlanjutan pendapatan jangka panjang.

Beberapa komponen dasar yang perlu dipahami dalam revenue model adalah:

1. *Value Proposition*: Apa yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan untuk menarik mereka membeli atau berlangganan. Ini adalah produk atau layanan yang memberikan manfaat atau nilai tertentu bagi konsumen.
2. *Target Market*: Siapa yang menjadi audiens atau segmen pelanggan yang akan membeli produk atau layanan tersebut. Pemilihan target market yang tepat akan mempengaruhi jenis revenue model yang digunakan.
3. *Revenue Streams*: Aliran pendapatan yang berasal dari berbagai sumber, misalnya penjualan langsung, langganan, biaya penggunaan, iklan, atau lainnya.
4. *Cost Structure*: Biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan dan menyampaikan produk atau layanan kepada pelanggan.
5. *Channels*: Saluran distribusi yang digunakan untuk menjangkau pelanggan dan mengirimkan nilai produk atau layanan kepada mereka.

### **3.9 Implementasi *Revenue Model* di Dunia Nyata**

#### **3.9.1 Analisis Kasus Nyata *Revenue Model***

Salah satu cara terbaik untuk memahami penerapan *revenue model* adalah dengan melihat contoh dari perusahaan-perusahaan yang telah berhasil mengimplementasikannya. Berikut adalah dua studi kasus yang menggambarkan penerapan *revenue model* yang berbeda di dunia nyata.

##### **Studi Kasus 1: Model Langganan pada Netflix**

Netflix adalah contoh utama dari perusahaan yang berhasil mengimplementasikan *revenue model* berbasis langganan. Model ini memungkinkan pelanggan untuk mengakses konten secara terus-menerus dengan biaya bulanan tetap, yang memberikan pendapatan yang stabil dan berulang bagi perusahaan.

Pendapatan dan Pertumbuhan:

Netflix menggunakan *revenue model subscription-based* yang telah terbukti efektif untuk menarik pelanggan secara global. Dalam model ini, pelanggan membayar biaya tetap bulanan untuk mengakses berbagai jenis film, acara TV, dan dokumenter. Dengan model ini, Netflix dapat memprediksi pendapatan yang lebih konsisten dan dapat terus berinvestasi dalam konten baru tanpa khawatir tentang fluktuasi pendapatan yang besar.

Tantangan yang Dihadapi:

Meskipun model langganan memberikan keuntungan finansial yang stabil, Netflix menghadapi tantangan dalam mempertahankan pelanggan jangka panjang. Dengan

banyaknya pesaing di pasar seperti Disney+, Amazon Prime, dan Hulu, Netflix perlu terus berinovasi dengan menawarkan konten yang eksklusif dan pengalaman pengguna yang lebih baik. Selain itu, persaingan harga yang ketat dan masalah peningkatan biaya konten menjadi tantangan bagi keberlanjutan model ini.

**Keberhasilan:**

Netflix berhasil meraih keuntungan besar dengan model langganannya, terutama berkat kemampuannya mengembangkan konten asli yang menarik banyak pelanggan baru. Keberhasilan model ini juga dipengaruhi oleh tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi, yang disebabkan oleh ketergantungan mereka pada konten berkualitas dan kemudahan akses. Selain itu, model langganan ini meminimalkan risiko pendapatan yang tidak pasti, karena biaya langganan tetap dibayar setiap bulan.

### **Studi Kasus 2: Model Freemium pada Spotify**

Spotify mengadopsi *revenue model freemium*, yang memungkinkan pelanggan mengakses layanan musik gratis dengan beberapa pembatasan, seperti iklan dan akses terbatas ke fitur premium. Pengguna yang ingin menikmati layanan tanpa gangguan iklan atau ingin mengakses fitur tambahan seperti kualitas suara tinggi dapat memilih untuk berlangganan versi premium dengan biaya bulanan.

**Pendapatan dan Pertumbuhan:**

Spotify mengandalkan dua sumber pendapatan utama: langganan premium dan iklan dari pengguna gratis. Pengguna gratis dapat mendengarkan musik dengan iklan, sementara pengguna premium membayar untuk menghapus iklan dan mendapatkan

fitur tambahan. Model ini memungkinkan Spotify untuk memperluas basis penggunanya secara signifikan dengan menawarkan layanan gratis, sambil memperoleh pendapatan dari pelanggan yang membayar dan pengiklan.

Tantangan yang Dihadapi:

Meskipun model *freemium* membantu Spotify menarik jutaan pengguna gratis, tantangannya terletak pada konversi pengguna gratis menjadi pelanggan membayar. Spotify harus terus menawarkan nilai lebih bagi pelanggan premium, seperti playlist eksklusif dan kualitas suara yang lebih baik, untuk meyakinkan mereka untuk beralih ke langganan membayar. Selain itu, Spotify juga menghadapi tantangan dalam membayar royalti kepada pemilik konten, yang menjadi beban biaya signifikan bagi perusahaan.

Keberhasilan:

Spotify telah menjadi salah satu platform musik terbesar di dunia dengan lebih dari 400 juta pengguna aktif, dengan lebih dari 200 juta pengguna membayar. Keberhasilan model *freemium* ini terletak pada kemampuan perusahaan untuk memonetisasi pengguna yang gratis dengan iklan dan menarik pelanggan premium melalui peningkatan pengalaman pengguna.

### **3.9.2 Keberhasilan dan Tantangan *Revenue Model***

Penerapan *revenue model* di dunia nyata tidak selalu berjalan mulus. Setiap model pendapatan memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. Di bawah ini adalah

beberapa keberhasilan dan tantangan utama yang sering dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan revenue model mereka.

Keberhasilan dalam Implementasi *Revenue Model* :

1. Stabilitas Pendapatan:

Model langganan atau biaya penggunaan, seperti yang diterapkan oleh Netflix dan Spotify, memberikan stabilitas pendapatan bagi perusahaan. Dengan pembayaran yang dilakukan secara periodik, perusahaan dapat lebih mudah merencanakan pengeluaran dan investasi mereka.

2. Diferensiasi dan Inovasi:

Perusahaan yang mampu mengadaptasi revenue model yang inovatif (seperti *freemium* atau *pay-as-you-go*) dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang unik. Dengan menawarkan fitur atau konten eksklusif, perusahaan dapat membangun loyalitas dan meningkatkan nilai pelanggan.

3. Pertumbuhan Berkelanjutan:

Model bisnis yang berbasis langganan atau akses berulang memungkinkan perusahaan untuk terus berkembang, terutama dalam industri yang berbasis digital dan layanan berbasis *cloud*. Keberlanjutan pendapatan ini memberi perusahaan kapasitas untuk melakukan ekspansi dan inovasi lebih lanjut.

Tantangan dalam Implementasi *Revenue Model*

1. Persaingan Pasar yang Ketat:

Persaingan menjadi tantangan besar, terutama dalam industri yang menggunakan model langganan. Perusahaan seperti Netflix dan Spotify harus terus berinovasi dengan

menawarkan konten dan layanan yang berbeda untuk mempertahankan pangsa pasar mereka.

## 2. Monetisasi Pengguna Gratis:

Dalam model *freemium*, tantangannya adalah mengonversi pengguna gratis menjadi pelanggan berbayar. Ini sering kali memerlukan investasi besar dalam pemasaran, konten premium, dan peningkatan pengalaman pelanggan untuk mendorong konversi tersebut.

## 3. Masalah Biaya:

Bagi model berbasis langganan, terutama dalam industri hiburan atau media, perusahaan harus menyeimbangkan antara biaya penyediaan konten dan pendapatan yang dihasilkan. Misalnya, perusahaan seperti Spotify harus membayar royalti yang signifikan kepada pemilik hak cipta musik, sementara Netflix juga harus berinvestasi besar-besaran dalam produksi konten asli.

### **3.9.3 Keterkaitan *Revenue Model* dengan Peningkatan Pendapatan**

Implementasi yang tepat dari revenue model dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Beberapa hal yang dapat meningkatkan pendapatan melalui penerapan revenue model yang efektif antara lain:

#### 1. Peningkatan Layanan Pelanggan:

Revenue model yang baik sering kali melibatkan peningkatan layanan pelanggan, yang tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna tetapi juga mendorong mereka untuk berlangganan atau membeli lebih banyak produk dan layanan.

## 2. Segmentasi Pasar yang Lebih Baik:

Dengan memilih revenue model yang sesuai dengan segmen pasar tertentu, perusahaan dapat lebih efektif memanfaatkan peluang pasar dan memaksimalkan pendapatan mereka. Model seperti *pay-per-use* dapat sangat efektif untuk produk atau layanan yang digunakan sesekali.

## 3. Fleksibilitas dalam Penetapan Harga:

Beberapa *revenue model* memungkinkan perusahaan untuk menerapkan harga dinamis, yang memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan pendapatan berdasarkan permintaan atau perilaku pelanggan. Ini dapat meningkatkan pendapatan dengan cara menyesuaikan harga dengan kondisi pasar.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Kegiatan Wirausaha Merdeka**

Dalam program Wirausaha Merdeka di Universitas Ciputra, kami menjalankan berbagai aktivitas sebagai bagian dari pengelolaan bisnis. Proses pengumpulan data membantu kami memahami informasi yang diperoleh, memberikan gambaran yang jelas tentang kegiatan wirausaha yang dijalankan. Penilaian dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana tujuan wirausaha tercapai berdasarkan indikator tertentu, seperti angka penjualan, tingkat kepuasan pelanggan, atau efisiensi operasional.

Kami juga mengidentifikasi kendala atau tantangan yang muncul selama pelaksanaan kegiatan, serta peluang untuk pengembangan lebih lanjut. Informasi yang terkumpul menjadi landasan dalam menentukan langkah atau strategi perbaikan untuk kegiatan di masa depan. Selain itu, analisis dilakukan untuk mengetahui dampak atau manfaat kegiatan terhadap berbagai pihak, baik internal (tim wirausaha) maupun eksternal (pelanggan, mitra, atau masyarakat). Dengan menganalisis data tersebut, pembahasan ini bertujuan memberikan pandangan menyeluruh dan objektif terkait kinerja dan keberlanjutan usaha. Kami juga memanfaatkan hasil analisis ini untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam mengelola bisnis secara berkelanjutan.

## 4.2 Kegiatan Pada *Learning Together*

Kegiatan *Learning Together* adalah salah satu program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputa yang berlangsung kerja sama dengan pihak UMKM sesuai dengan bidang bisnis kita

**Tabel 4.1 kegiatan *Learning Together***

No	Tanggal	Program Kerja	Target	realisasi
1	Senin, 21 Oktober 2024	Mengenalkan diri ke pemilik depot	Pemilik depot	Bisa akrab dengan pemilik depot
2	Selasa, 22 Oktober 2024	Membantu menjualkan produk	Orang kantoran dan ibu yang mengantarkan anaknya	Menjual produk terbaik seperti sop buntut dan rawon
3	Rabu, 23 Oktober 2024	Membantu melayani pelanggan	Anak SMA dan SMP yang pulang sekolah	Menjual habis semua produk
4	Senin, 28 Oktober 2024	Membuat pesanan nasi 70 bungkus	Orang sedang hajatan	Memperkenalkan produk ke semua orang dan bisa dipesan kepada semua orang
5	Selasa, 29 Oktober 2024	Membantu menjualkan produk	Anak anak muda dan orang tua	Memperkenalkan produk baru sebagai makanan yang disukai
6	Rabu, 30 Oktober 2024	Menjualkan produk	Semua orang	Menjual produk terbaik seperti sop buntut dan rawon
7	Senin, 04 November 2024	Membantu menjualkan produk	Anak anak muda dan orang tua	Menjual habis semua produk
8	Selasa, 05 November 2024	Membantu menjual produk yang ada di depot mama ana	Anak anak muda, orang yang kerja, dan ibu yang tidak memasak	Menjual habis semua produk
9	Rabu, 06 November 2024	Membantu mempromosikan makanan yang akan dijual	Orang kantoran dan ibu yang mengantarkan anaknya	Menjual produk terbaik seperti sop buntut dan rawon
10	Senin, 11 November 2024	Membantu mempromosikan produk yang akan dijual	Anak anak muda, orang yang kerja, dan ibu yang tidak memasak	Menjual produk terbaik seperti sop buntut dan rawon
11	Selasa, 12 November 2024	Membantu mempromosikan produk yang akan dijual	Semua orang	Produk habis terjual

12	Rabu, 13 November 2024	Membantu menjualkan produk	Anak anak muda, orang yang kerja, dan ibu yang tidak memasak	Menjual habis semua produk
13	Senin, 18 November 2024	Membantu melayani pelanggan	Anak SMA dan SMP yang pulang sekolah	Produk habis terjual
14	Selasa, 19 November 2024	Menjaga kebersihan area kerja	Seluruh konsumen yang ada di depot	Produk habis terjual
15	Rabu, 20 November 2024	Membuat pesanan nasi bungkus	Orang sedang hajatan	Memperkenalkan produk yang bisa dipesan
16	Senin, 25 November 2024	Membantu pencatatan stok bahan baku dan barang jadi	Seluruh konsumen yang ada di depot	Produk habis terjual
17	Selasa, 26 November 2024	Membantu melayani pelanggan	Anak SMA dan SMP yang pulang sekolah	Menjual habis semua produk
18	Rabu, 27 November 2024	Membantu mempromosikan makanan yang akan dijual	Semua orang	Menjual habis semua produk
19	Senin, 2 Desember 2024	Menjualkan produk	Anak anak muda dan orang tua	Menjual produk terbaik seperti sop buntut dan rawon
20	Selasa, 3 Desember 2024	Membantu mempromosikan makanan yang akan dijual	Anak SMA dan SMP yang pulang sekolah	Menjual habis semua produk

Sumber : Dokumen Pribadi

### 4.3 Analisis Kinerja Wirausaha Merdeka

Program Wirausaha Merdeka adalah pendekatan yang dirancang untuk mendukung generasi muda, terutama mahasiswa, agar mampu menjadi wirausahawan yang mandiri, inovatif, dan kreatif. Program ini biasanya menjadi bagian dari inisiatif Kampus Merdeka yang digagas oleh Kementerian Pendidikan.

#### 4.3.1 Pembelajaran Proyek

a. Mahasiswa ditantang untuk merancang ide bisnis mulai dari tahap awal hingga menjadi prototipe atau usaha nyata.

- b. Metode ini melibatkan analisis pasar, perencanaan bisnis, serta implementasi ide.
- c. Tujuan utamanya adalah memberikan pengalaman langsung agar mahasiswa memahami tahapan dalam berwirausaha.

#### **4.3.2 Kolaborasi dengan Mentor dan Praktisi**

- a. Program melibatkan mentor profesional, praktisi bisnis, serta wirausahawan untuk mendampingi mahasiswa.
- b. Mahasiswa dapat memperoleh wawasan langsung dari pengalaman para ahli, termasuk cara mengatasi tantangan dalam bisnis.

#### **4.3.3 Inkubasi Bisnis**

- a. Mahasiswa berpartisipasi dalam program inkubasi untuk mengembangkan ide bisnisnya.
- b. Inkubasi mencakup pelatihan, bimbingan, serta pendampingan untuk menciptakan model bisnis yang berkelanjutan.

#### **4.3.4 Pengembangan *Soft Skills* dan *Hard Skills***

- a. Mahasiswa diberikan pelatihan keterampilan seperti manajemen keuangan, pemasaran digital, negosiasi, dan pengelolaan tim.
- b. Pengembangan soft skills seperti komunikasi, kepemimpinan, serta kreativitas juga menjadi fokus utama.

#### **4.3.5 Keunggulan Program Wirausaha Merdeka**

- a. Mahasiswa dapat langsung menerapkan ilmu yang telah dipelajari.
- b. Memberikan peluang bagi mahasiswa untuk membangun bisnis sejak dini.
- c. Mengasah kemampuan berpikir kritis dan inovatif.
- d. Meningkatkan rasa percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis.

#### **4.4 Tujuan Pengumpulan Data**

Memahami kapasitas serta kebutuhan para peserta program. Menggali peluang bisnis yang sesuai dengan kondisi lingkungan sekitar. Menilai kemajuan dan efek yang dihasilkan dari program Wirausaha Merdeka. Mencatat pengalaman untuk meningkatkan program di waktu mendatang.

#### **4.5 Analisis Data**

Analisis data dalam program Wirausaha Merdeka adalah langkah krusial untuk memahami dan menilai hasil dari inisiatif wirausaha yang telah dijalankan. Data yang dikumpulkan bisa berasal dari survei peserta, laporan keuangan, data penjualan, umpan balik pelanggan, dan dokumentasi aktivitas selama program. Beberapa jenis data yang dicari meliputi: penjualan, keuntungan, modal, jumlah pelanggan, umpan balik peserta, tantangan yang dihadapi, serta wawasan dari mentor.

1. Analisis Kinerja Usaha di Berbagai Bidang:
  - a. Keuangan: Mengukur profitabilitas, margin keuntungan, dan efisiensi penggunaan modal.
  - b. Pertumbuhan Usaha: Melacak tren pendapatan, jumlah pelanggan, atau skala operasi selama program berlangsung.
  - c. Pasar: Mengidentifikasi target pasar, preferensi konsumen, dan segmentasi.
2. Evaluasi Dampak Program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024:
  - a. Dampak pada Peserta: Peningkatan keterampilan wirausaha seperti manajemen waktu, pemasaran, dan pengambilan keputusan; serta perluasan jaringan atau koneksi selama program.
  - b. Dampak pada Usaha: Kemampuan usaha yang dibangun untuk bertahan dan memberikan manfaat ekonomi.
  - c. Dampak pada Masyarakat: Kontribusi usaha dalam menciptakan lapangan kerja baru atau mendukung ekonomi lokal.
3. Hambatan yang Dihadapi:
  - a. Kendala usaha, seperti keterbatasan modal, kesulitan pemasaran, atau pengelolaan operasional.
  - b. Tantangan dalam implementasi program, seperti kurangnya bimbingan atau waktu yang terbatas.
  - c. Kurangnya pemahaman peserta terhadap kebutuhan pasar, sehingga produk atau layanan yang ditawarkan kurang relevan dengan preferensi konsumen.

#### **4.6 Identifikasi Masalah**

Program Wirausaha Merdeka bertujuan untuk mendorong mahasiswa menjadi wirausaha yang mandiri, kreatif, dan inovatif. Mengidentifikasi masalah menjadi langkah awal yang penting dalam pelaksanaan program ini, karena membantu mahasiswa memahami tantangan yang terkait dengan usaha yang ingin mereka kembangkan.

1. Masalah utama yang dihadapi Depot Mama Ana adalah ketergantungan pada pendapatan dari penjualan langsung (misalnya, penjualan makanan di tempat atau takeaway). Meskipun ini adalah sumber pendapatan utama, ketergantungan yang tinggi pada model ini bisa membuat pendapatan tidak stabil, terutama jika ada penurunan pengunjung di hari-hari tertentu.
2. Depot Mama Ana belum memanfaatkan sepenuhnya berbagai potensi sumber pendapatan tambahan, seperti layanan catering, pemesanan online, atau penjualan produk kemasan.
3. Kurangnya fokus pada pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial atau aplikasi pemesanan online, menghambat kemampuan Depot Mama Ana untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, terutama di kalangan pelanggan muda yang lebih sering menggunakan platform online untuk memesan makanan.

#### **4.7 Sebab dan Akibat Masalah**

Program Wirausaha Merdeka bertujuan untuk memberikan keterampilan kewirausahaan kepada mahasiswa melalui pelatihan, pembinaan, dan pengalaman

praktis. Namun, pelaksanaan program ini bisa menghadapi berbagai masalah yang memiliki penyebab dan dampak tertentu.

1. Sebab: Depot Mama Ana lebih mengutamakan penjualan langsung di kedai atau takeaway tanpa memanfaatkan sumber pendapatan lain yang lebih stabil, seperti layanan online atau catering.

Akibat: Jika hanya mengandalkan penjualan langsung, Depot Mama Ana kehilangan potensi untuk menjangkau pelanggan baru melalui model bisnis lainnya, seperti pemesanan online atau pengiriman makanan.

2. Sebab: Depot Mama Ana mungkin lebih fokus pada operasi harian dan penjualan di kedai fisik, sehingga tidak mempertimbangkan ekspansi ke layanan tambahan seperti catering atau pemesanan online.

Akibat: Tanpa memanfaatkan sumber pendapatan tambahan, Depot Mama Ana hanya bergantung pada penjualan di kedai, yang dapat menyebabkan pendapatan yang fluktuatif dan tidak stabil, terutama di hari-hari atau musim tertentu.

3. Sebab: Depot Mama Ana mungkin tidak memiliki tim yang terampil atau cukup sumber daya untuk memanfaatkan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti media sosial atau aplikasi pemesanan online.

Akibat: Tanpa pemasaran digital, usaha ini hanya dapat menjangkau pelanggan yang sudah mengetahui lokasi fisiknya, sehingga pasar yang lebih luas dan potensi pelanggan baru tidak tercapai.

#### **4.8 Solusi Pemecahan Masalah**

Sebagai solusi, Depot Mama Ana dapat mempertimbangkan:

1. Menyediakan layanan pemesanan melalui aplikasi atau situs web, yang memungkinkan pelanggan memesan secara online untuk pengantaran atau takeout. Ini akan memperluas jangkauan pelanggan dan menstabilkan pendapatan.
2. Menawarkan layanan catering atau penjualan produk kemasan (seperti bumbu atau sambal khas) dapat menambah sumber pendapatan baru dan mengurangi ketergantungan pada penjualan langsung.
3. Mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial, aplikasi pemesanan online, dan layanan pengantaran makanan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, terutama yang lebih memilih kemudahan dalam memesan makanan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Jadi kesimpulan dari pembahasan yang penulis berikan ialah :

1. Depot Mama Ana menghadapi ketergantungan yang tinggi pada penjualan langsung di kedai, yang dapat menyebabkan ketidakstabilan pendapatan, terutama pada hari-hari atau musim tertentu saat pengunjung cenderung menurun. Penyebab masalah ini adalah fokus yang terlalu besar pada penjualan fisik tanpa mempertimbangkan potensi layanan tambahan seperti pemesanan online atau catering. Akibatnya, Depot Mama Ana berisiko kehilangan peluang untuk menjangkau pelanggan baru dan memperluas jangkauan pasar.
2. Depot Mama Ana belum memanfaatkan sepenuhnya potensi sumber pendapatan tambahan, seperti layanan catering atau penjualan produk kemasan, yang bisa menambah stabilitas pendapatan. Penyebab utama masalah ini adalah kurangnya perhatian terhadap ekspansi bisnis ke layanan tambahan di luar penjualan langsung di kedai. Akibatnya, usaha ini terlalu bergantung pada satu model pendapatan, yang mengarah pada fluktuasi pendapatan yang signifikan.
3. Depot Mama Ana belum memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal, yang menghambat kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, terutama di kalangan pelanggan muda yang lebih sering menggunakan platform

online untuk memesan makanan. Penyebab masalah ini adalah keterbatasan sumber daya dan kurangnya tim yang terampil dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital. Akibatnya, Depot Mama Ana hanya dapat menjangkau pelanggan yang sudah mengetahui lokasi fisik, sehingga potensi pasar yang lebih luas tidak tercapai.

## **5.2 Saran**

Penulis berharap program Wirausaha Merdeka bisa dapat:

1. Program dapat memperluas jaringan dengan melibatkan lebih banyak mitra industri untuk memberikan pengalaman langsung melalui magang, kolaborasi proyek, atau studi kasus. Hal ini dapat membantu mahasiswa memahami kebutuhan pasar dan memperkuat strategi usaha mereka.
2. Pendampingan dari mentor atau alumni yang berpengalaman sebaiknya dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan. Program juga dapat mengadakan sesi monitoring rutin untuk mengevaluasi perkembangan usaha mahasiswa, memberikan umpan balik, dan membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam perjalanan bisnis mereka.
3. Untuk mengatasi keterbatasan modal, program dapat memperluas akses ke pendanaan dengan menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan, pemerintah, atau perusahaan swasta.

4. memberikan panduan bagi mahasiswa untuk memanfaatkan platform crowdfunding atau mencari investor potensial akan sangat membantu keberlanjutan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Osterwalder, A. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*.
- Johnson, M. (2008). *Reinventing your business model*.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. simon and schuster.
- Anderson, C. (2009). *Free: The Future of a Radical Price*. Brockman Inc.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations the free Press of Glencoe*. NY, 32, 891-937.
- Rizky Agus Putra Pratama, R. A. P., Indriana Kristiawati, S. E., & MM, I. (2023). *Pengaruh Marketing Communication, Experiential Marketing dan Costumer Trust Terhadap Customer Loyalty pada PT. Andalan Pacific Samudra* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Remeňová, K., Kintler, J., & Jankelová, N. (2020). The general concept of the revenue model for sustainability growth. *Sustainability*, 12(16), 6635.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ketua Program Studi

 **SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN  
STIAMAK BARUNAWATI**  
Jl. Perak Barat 173 Surabaya  
Website : [www.stiamak.ac.id](http://www.stiamak.ac.id)  
Telp. (031) 3291096  
E-mail : [info@stiamak.ac.id](mailto:info@stiamak.ac.id)

---

**SURAT REKOMENDASI MAHASISWA PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA  
ANGKATAN 3 STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA TAHUN 2024**

**SURAT REKOMENDASI**  
Nomor: SKM/ 30 \ /STIAMAK/VIII/2024

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juli Prastyorini, S.Sos, MM  
NIP/NIDN/NIDK : 0708067104  
Jabatan : Ka. Prodi S1 Ilmu Administrasi Bisnis

Memberikan rekomendasi/persetujuan kepada:

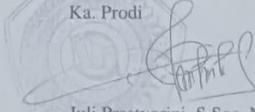
Nama : Moch Bintang Zulfikri Rivanto  
NIM : 23112053  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Administrasi Bisnis  
Semester : 3  
IPK : 3,41

Surat Rekomendasi digunakan sebagai salah satu persyaratan untuk:

1. mengikuti Program Wirusaha Merdeka Angkatan 3 Tahun 2024.
2. mendapatkan pengakuan setara 20 sks setelah mahasiswa menyelesaikan dan memenuhi ketentuan Program Wirusaha Merdeka Angkatan 3 Tahun 2024.

Demikian Surat Rekomendasi ini kami sampaikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Agustus 2024

Ka. Prodi  
  
Juli Prastyorini, S.Sos, MM  
NIDN : 0708067104

## Lampiran 2 Surat Pernyataan Peserta Wirauhasa Merdeka

### SURAT PERNYATAAN MAHASISWA PESERTA PROGRAM Calon Peserta Wirausaha Merdeka Angkatan 3 Tahun 2024

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moch. Bintang Zulfikri Rivanto  
NIM : 23112053  
Semester : 3  
Perguruan Tinggi : STIA Dan Manajemen Kepelabuhanan Baruna  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan kesanggupan mengikuti Program Wirausaha Merdeka Angkatan 3 Tahun 2024 dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mentaati seluruh ketentuan Program Wirausaha Merdeka yang ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dalam buku panduan operasional baku dan kebijakan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi lainnya yang ditetapkan kemudian.
2. Menaati segala aturan hukum yang berlaku di Indonesia.
3. Berkomitmen dengan sungguh-sungguh untuk menyelesaikan rangkaian Program Wirausaha Merdeka dari awal hingga akhir, dan berperan aktif dalam setiap kegiatan.
4. Memenuhi seluruh persyaratan administratif yang ditentukan oleh Program Wirausaha Merdeka.
5. Wajib menaati segala peraturan yang ditetapkan oleh Perguruan Tinggi Pelaksana Program.
6. Mengerjakan semua penugasan dan menyusun serta melakukan pelaporan dan dokumentasi di setiap tahapan kegiatan sesuai jadwal dan target yang ditetapkan oleh Perguruan Tinggi Pelaksana Program.

Mahasiswa Peserta Program dilarang melakukan hal sebagai berikut:

1. Memberikan informasi atau keterangan yang tidak benar, baik lisan maupun tulisan dalam rangka pengurusan administrasi dan/atau pelaksanaan Program Wirausaha Merdeka;

2. Melakukan tindakan pengabaian, kekerasan, perundungan, dan/atau melakukan intimidasi kepada teman sejawat;
3. Mengalihkan tugas laporan sehubungan dengan pelaksanaan program kepada pihak lain;
4. Tidak membuat laporan yang ditugaskan selama proses kegiatan Program;
5. Mengundurkan diri setelah program dimulai atau sebelum masa program berakhir selain yang diakibatkan oleh keadaan kahar, dalam hal mahasiswa peserta program mengundurkan diri sebelum masa program berakhir, maka berlaku sesuai rekomendasi sanksi dari Perguruan Tinggi pelaksana program;
6. Melakukan tindakan lain yang melanggar ketentuan peraturan yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari saya mengingkari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Surabaya, 28 Agustus 2024



Moch.Bintang Zulfikri Rivanto

### Lampiran 3 Pakta Integritas Peserta Wirausaha Merdeka



**SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN  
KEPELABUHAN  
STIAMAK BARUNAWATI**

Jl. Perak Barat 173 Surabaya  
Website : [www.stiamak.ac.id](http://www.stiamak.ac.id)

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

---

**PAKTA INTEGRITAS**  
**CALON PESERTA ENTREPRENEURSHIP FOR BUSINESS SUSTAINABILITY IN ECONOMIC  
CIRCULAR CONTEXT**  
**UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA**  
**PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA**  
**ANGKATAN 3 TAHUN 2024**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Moch Bintang Zulfikri Rivanto  
NIM : 23112053  
Fakultas : ilmu administrasi bisnis  
Program Studi : ilmu administrasi bisnis  
Perguruan Tinggi Asal : STIA Dan manajemen kepelabuhanan Barunawati  
Semester : tiga  
No. Telepon : 0881027647129  
Alamat E-mail : zulfikirm@gmail.com

Menyatakan **BERSEDIA** dan **SETUJU** mengikuti program *Entrepreneurship For Business Sustainability In Economic Circular Context* sebaik-baiknya, sesuai dengan ketentuan di bawah ini:

1. Berkomitmen dengan sungguh-sungguh untuk mengikuti program *Entrepreneurship For Business Sustainability In Economic Circular Context* selama 16 minggu secara baik dan benar serta memenuhi seluruh aturan yang berlaku;
2. Menyelesaikan semua tugas yang diberikan dalam program *Entrepreneurship For Business Sustainability In Economic Circular Context* sampai akhir;
3. Tidak mengundurkan diri jika telah dinyatakan diterima dalam program Wirausaha Merdeka 2024;
4. Menjaga nama baik STIA Dan manajemen kepelabuhanan Barunawati dan Universitas Ciputra Surabaya;
5. Berlaku sopan, patuh pada aturan yang berlaku dalam rangkaian program Wirausaha Merdeka 2024;
6. Apabila tidak dapat menyelesaikan dan/atau berhenti sebelum kegiatan pembelajaran selesai dengan alasan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, pihak *Entrepreneurship For Business Sustainability In Economic Circular Context* tidak akan merekognisi kegiatan pembelajaran yang sudah dilakukan oleh peserta

Demikian Pakta Integritas ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun untuk digunakan sebagaimana mestinya. Apabila saya melanggar hal-hal yang telah dinyatakan dalam Pakta Integritas ini, saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan hukum dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 17 September 2024  
Pembuat Pernyataan

(Moch Bi  vanto)



## Lampiran 4 Kartu Hasil Seleksi

---



### Kartu Hasil Seleksi

Nama : MOCH. BINTANG ZULFIKRI RIVANTO  
NIM : 23112053  
Perguruan Tinggi : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati  
Kode Registrasi : 073088-23112053

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](http://www.wirausahamerdeka.id) pada: 18 September 2024 14:44:49

---

**Lampiran 5 Kartu Hasil Studi Wirausaha Merdeka**

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

**Cum. Credits** : 0**Cum. GPA** : 0.00**Completed Cum. Credits** : 0**Completed Cum. GPA** : 0.00**Grade:**

• A : 4.00

• A- : 3.75

• B+ : 3.50

• B : 3.00

• B- : 2.75

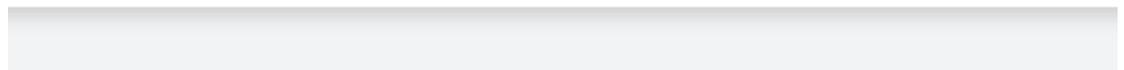
• C+ : 2.38

• C : 2.00

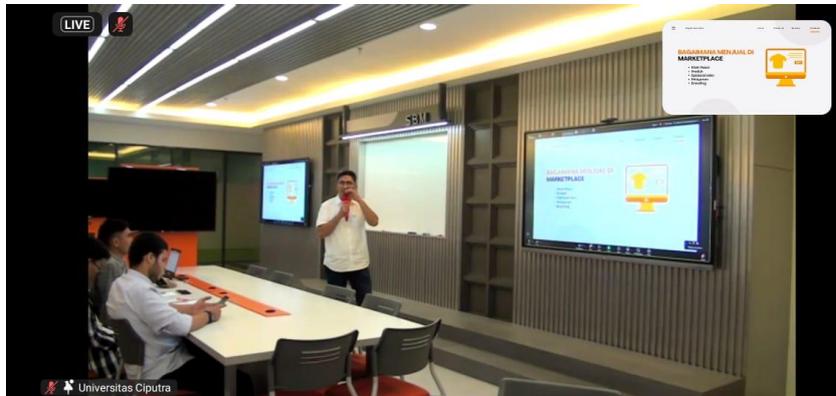
• D : 1.00

• E : 0.00

• T : 0.00



## Lampiran 6 Kegiatan Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra



### Lampiran 7 Kegiatan *Launching Day*



