

**PROSES *PROTOTYPE* DALAM IDE BISNIS KOPI
PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA**

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



**DIAJUKAN OLEH :
NICOLAS RIZKY
23111029**

**SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN
KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA
2025**

LAPORAN PERSETUJUAN

LAPORAN MAGANG

**PROSES *PROTOTYPE* DALAM IDE BISNIS KOPI
PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA UNIVESITAS
CIPUTRA**

DIAJUKAN OLEH:

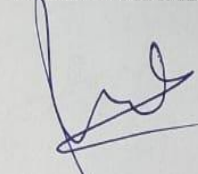

NICOLAS RIZKY

23111029

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

KEPALA PROGRAM STUDI

DOSEN PEMBIMBING



JULI PRASTYONI,S.Sos., MM

DR. INDRIANA KRISTIAWATI,SE.,MM

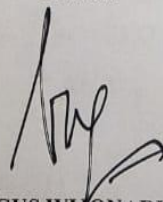
NIDN:0708067104

NIDN:0705056701

MENGETAHUI,

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA



DR. GUGUS WIJONARKO,MM

NIDN:0708116501

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**PROSES *PROTOTYPE* DALAM IDE BISNIS KOPI
PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA UNIVERSITAS
CIPUTRA**

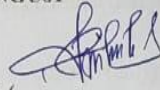
**DISUSUN OLEH:
NICOLAS RIZKY
23111029**

**TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG
PADA TANGGAL 11 JANUARI 2025**

DEWAN PENGUJI

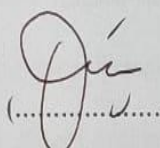
1. JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM (.....)

NIDN:0708067104



2. DIAN ARISANTI, S.Kom, MM (.....)

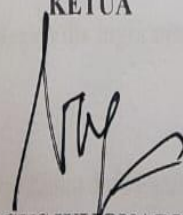
NIDN:0709058202



MENGETAHUI,

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA



DR.GUGUS WIJONARKO,MM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan magang dengan judul "Proses *Prototype* dalam Ide Bisnis Kopi pada Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Universitas Ciputra" ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bagian dari pelaksanaan program MBKM yang bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar yang komprehensif dan aplikatif kepada mahasiswa di dunia kerja, khususnya dalam pengembangan ide bisnis berbasis inovasi.

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk mendokumentasikan seluruh proses pengembangan *prototype* pada ide bisnis kopi, mulai dari perumusan konsep, analisis pasar, pengembangan produk, hingga uji coba *prototype*. Dalam laporan ini, penulis mencoba menyajikan secara detail langkah-langkah yang telah dilakukan, tantangan yang dihadapi, serta solusi yang diterapkan selama proses magang. Harapannya, laporan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin mengembangkan inovasi dalam bidang bisnis kopi maupun sektor usaha lainnya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Gugus Wijonarko,MM. Selaku Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrai dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya
2. Juli Prastyorini,S.Sos.M.M. Selaku Ketua Program Studi dan Dosen Penguji di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya
3. Dr. Indriana Kristiawati.SE.,MM. Selaku Dosen Pembimbing Magang di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya
4. Dian Arisanti, S.Kom, MM Selaku Dosen penguji Di sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya
5. Dr. David Sukardi Kodrat,M.M.CPM(Asia), CRME selaku Ketua Pelaksana Wirausaha Merdeka di Universitas Ciputra Surabaya
6. Prof.Dr.Drs.Thomas Kaihatu,M.M. dan Wina Christina,SE,M.M. Selaku Mentor di Universitas Ciputra Surabaya
7. 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 lainya.

Surabaya, 08januari 2024

Nicolas Rizky
NIM 23111029

DAFTAR ISI

LAPORAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	vi
Bab I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang	2
1.2.1 Tujuan Magang	2
1.2.2 Manfaat Magang untuk Mahasiswa	3
1.2.3 Tujuan Bagi Institusi Tempat Magang (Learning Together)	3
1.2.4 Manfaat Magang (<i>Learning Together</i>).....	3
BAB II.....	5
GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG	5
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan dan Visi - Misi Perusahaan	5
2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	5
2.1.2 Visi Universitas Ciputra	6
2.1.3 Misi Universitas Ciputra	7
2.2 Stuktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab.....	7
2.3 Aktivitas atau Kegiatan Perusahaan	9
2.4 Proyek Kewirausahaan.....	9
2.5 Kompetisi dan Presentasi Bisnis	9
2.6 Kegiatan Demo Day.....	9
BAB III	11
LANDASAN TEORI.....	11
3.1 Pengertian <i>Prototype</i>	11

BAB IV	14
PEMBAHASAN	14
4.1 Kegiatan Praktis	14
Sumber: OLAHAN DATA SENDIRI	16
4.2 Metode Magang	16
4.3 Tempat dan waktu magang.....	16
4.4 Pengumpulan data	17
4.5 Analisis Data	18
4.6 Identifikasi Masalah	20
4.7 Sebab dan Akibat Masalah	21
4.7.1 Sebab	21
4.7.2 Akibat	21
4.8 Solusi Pemecahan Masalah	21
2. Masalah pelayanan lambat.....	21
Penulis menggunakan cara pergantian karyawan untuk menjaga stand yang berada di tempat kami berjalan	21
5.1 Kesimpulan	
5.2 Saran.....	
5.3 Refleksi Pribadi.....	23
5.4 Penutup.....	24
DAFTAR PUSTAKA.....	xxvi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk menciptakan inovasi dalam berbagai aspek bisnis kopi, mulai dari pengolahan biji kopi hingga pengembangan konsep kafe yang unik. Tren konsumsi kopi yang terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda, juga mendorong pelaku bisnis untuk menghadirkan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki nilai tambah berupa inovasi dan pengalaman unik bagi pelanggan.

Universitas Ciputra, melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan melalui praktik langsung di dunia kerja atau melalui pengembangan ide bisnis kreatif. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam program ini adalah pembuatan prototipe (*prototype development*), yang menjadi langkah awal penting dalam merealisasikan ide bisnis.

Proses prototipe dalam ide bisnis kopi ini bertujuan untuk menguji kelayakan konsep, mendapatkan umpan balik dari calon pelanggan, dan menyempurnakan produk sebelum diluncurkan ke pasar. Dalam konteks magang, mahasiswa dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan pembuatan prototipe, mulai dari eksplorasi ide, pengembangan produk, hingga evaluasi dan validasi pasar. Pendekatan ini sejalan dengan filosofi Universitas Ciputra yang menekankan pada

entrepreneurial mindset, di mana mahasiswa didorong untuk berpikir kreatif, solutif, dan inovatif.

Selain itu, melalui proses ini, mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam memahami tantangan dan peluang di industri kopi. Proses ini melibatkan berbagai aspek, seperti pemilihan bahan baku berkualitas, pengembangan rasa yang unik, desain kemasan yang menarik, hingga strategi pemasaran berbasis kebutuhan konsumen. Dengan demikian, laporan ini akan mengulas secara mendalam setiap tahapan proses prototipe ide bisnis kopi yang dilakukan selama program MBKM Universitas Ciputra, serta hasil dan pembelajaran yang diperoleh dari kegiatan tersebut.

Melalui laporan ini, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya proses prototipe dalam menciptakan produk yang inovatif dan relevan di pasar, khususnya dalam industri kopi yang kompetitif.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Magang

1. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengalami dunia kerja secara langsung sesuai dengan bidang studi mereka.
2. Membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan teknis hard skills dan nonteknis soft skills yang relevan untuk mendukung karier di masa depan.
3. Memperluas koneksi mahasiswa dengan perusahaan, organisasi, atau profesional di industri terkait. Membekali mahasiswa dengan wawasan profesional untuk mempersiapkan mereka memasuki dunia kerja setelah lulus. Mendukung

mahasiswa dalam mengembangkan pola pikir kreatif, inovatif, dan kewirausahaan, sesuai dengan fokus Universitas Ciputra.

1.2.2 Manfaat Magang untuk Mahasiswa

Mahasiswa dapat mempraktikkan teori yang telah dipelajari di perkuliahan dalam situasi kerja nyata. Aktivitas magang diakui sebagai bagian dari mata kuliah konversi SKS, sehingga mahasiswa tetap bisa lulus tepat waktu. Magang memberikan pengalaman berharga yang dapat dicantumkan dalam CV atau portofolio, meningkatkan daya saing di pasar kerja. Banyak program magang membuka peluang untuk menjadi karyawan tetap jika mahasiswa menunjukkan kinerja yang baik. Mahasiswa dapat mempelajari cara kerja, budaya, dan tantangan dalam industri yang mereka minati

1.2.3 Tujuan Bagi Institusi Tempat Magang (*Learning Together*)

- a. UMKM mendapatkan langsung dari identifikasi model bisnis analisis strategi model bisnis kedepannya yang telah dilakukan oleh mahasiswa.
- b. Memberikan tentang perilaku dan kebiasaan pasar serta kebutuhan pelanggan dan cara yang efisien untuk pelanggan supaya dapat membantu UMKM.
- c. UMKM dapat memanfaatkan informasi dari mahasiswa untuk menjadikan bahan pertimbangan untuk lebih baik mengantisipasi dan beradaptasi dengan trend dan kemajuan teknologi.

1.2.4 Manfaat Magang (*Learning Together*)

Mahasiswa yang mengikuti program MBKM Wirusaha Merdeka yang dilakukan oleh setiap mahasiswa di Universitas Ciputra Surabaya yang dimana di dalam kegiatan tersebut terdapat kegiatan *Learning Together*. Magang (*Learning*

Together) memberikan manfaat pemahaman praktis terkait pekerjaan di lapangan, mengembangkan keterampilan kerja, memperluas jaringan *Profesional*

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan dan Visi - Misi Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Program Wirausaha Merdeka (WMK) adalah inisiatif dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang bertujuan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan diri menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan.

Universitas Ciputra (UC) telah aktif berpartisipasi dalam program ini sejak tahun 2022. Pada tahun 2023, UC kembali dipercaya sebagai salah satu penyelenggara program Wirausaha Merdeka. Program ini diikuti oleh 550 mahasiswa dari 39 perguruan tinggi yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, termasuk Jawa Timur, Jawa Tengah, DIY, DKI, Jawa Barat, Bali, Sumatera Utara, NTB, Kalimantan Barat, dan Sulawesi Selatan.

Salah satu kegiatan penting dalam program ini adalah Demo Day, yang dilaksanakan pada 18-19 Oktober 2023 di Corepreneur dan Plaza Universitas Ciputra. Demo Day diikuti oleh 80 kelompok bisnis, dengan 60% bergerak di bidang food and beverage dan 40% di bidang non-food and beverage. Kegiatan ini bertujuan untuk memvalidasi model bisnis, produk, dan layanan yang dimiliki oleh para peserta.

Tema yang diusung dalam program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra adalah "Sustainable Business Entrepreneurship in Global Context". Tema ini dipilih untuk mendorong mahasiswa agar dapat memulai bisnis dengan menggarap pasar global. Mahasiswa peserta program dibekali dengan pelatihan ekspor dan kurikulum yang menunjang kemampuan dalam mengenali peluang bisnis di pasar internasional.

Selain itu, Universitas Ciputra juga menjalin kerja sama dengan berbagai perguruan tinggi lain dalam pelaksanaan program Wirausaha Merdeka. Misalnya, Universitas Muhammadiyah Gresik (UMG) menggandeng Universitas Ciputra sebagai penyedia fasilitas program Wirausaha Merdeka di kampus mereka.

Melalui program Wirausaha Merdeka, Universitas Ciputra berkomitmen untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis dalam berwirausaha, meningkatkan kemampuan daya kerja, dan mendorong peningkatan pengalaman wirausaha mahasiswa. Program ini sejalan dengan visi Universitas Ciputra untuk mencetak entrepreneur kelas dunia yang kreatif dan inovatif.

2.1.2 Visi Universitas Ciputra Adalah Sebagai Berikut

1. Menjadi universitas berkelas dunia yang mencetak lulusan berjiwa wirausaha, kreatif, inovatif, dan berkontribusi positif dalam membangun masyarakat global.
2. Mengembangkan orang-orang yang ingin menjadi pembisnis muda dan memberikan banyak pengalaman dan tantangan baru bagi mereka yang ingin menjdai sukses dari bisnis ini.

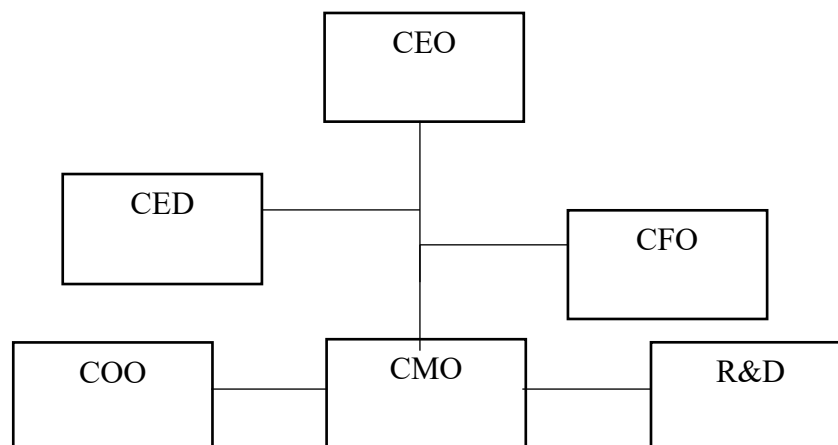
3. Memproses orang-orang yang berkarakter dan menjadi entrepreneur yang bisa melatih dan membuah jiwa-jiwa baru di Universitas Ciputra.

2.1.3 Misi Universitas Ciputra

1. Menyelenggarakan pendidikan berkualitas tinggi yang berorientasi pada pengembangan jiwa kewirausahaan.
2. Menciptakan lingkungan belajar yang kreatif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan industri serta perkembangan zaman.
3. Menghasilkan lulusan yang memiliki integritas, kemampuan adaptasi, dan kepemimpinan untuk bersaing secara global.
4. Mengembangkan penelitian dan inovasi yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dan dunia usaha.
5. Membangun kolaborasi dengan berbagai pihak untuk mendukung kemajuan pendidikan dan penerapan kewirausahaan.

2.2 Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab

Gambar 2.1 struktur organisasi



Sumber :Data diolah Penulis, 2024

1. CEO (Chief Executive Officer): Vandim Mahardika CEO (Chief Executive officer) memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengawasi, memotivasi, dan mengembangkan tim agar bisnis berjalan lancar
2. Creative Director : Dandi Creative Director bertugas Mengembangkan dan mengelola identitas merek perusahaan
3. CFO (Chief Financial Officer) : Salwa Ayunda CFO (Chief Financial Officer) bertugas mengurus keuangan serta dana bisnis seperti pembuatan laporan keuangan, pembentukan anggaran, dan pengandaan pendanaan bisnis
4. COO (Chief Operating Officer) : Marshela Dwinanda COO (Chief Operating Officer) memiliki tugas dan tanggung jawab dalam memimpin divisi operasional internal perusahaan.
5. CMO (Chief Marketing Officer) : Moch. Bintang Zulfikri Rivanto CMO (Chief Marketing Officer) memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menentukan tujuan dan pencapaian pemasaran, menyesuaikan strategi dan budget bisnis, dan menganalisis strategi perusahaan atau bisnis.
6. R&D Manager : Nicholas Rizky R&D Manager memiliki tugas dan bertanggung jawab untuk memimpin inovasi, mengelola pengembangan produk, menganalisis tren pasar, dan memastikan hasil penelitian dapat diterapkan untuk mendukung keunggulan kompetitif perusahaan.

2.3 Aktivitas atau Kegiatan Perusahaan

1. Workshop dan Kuliah Tamu Materi Kewirausahaan setiap Jum'at di Universitas Ciputra kita
2. oleh praktisi atau sesuai dengan mendapatkan langsung oleh praktisi atau bidangnya masing masing
3. Pelatihan Penggunaan Teknologi digital untuk bisnis, Seperti e-commerce, Digital Marketing dan analitik data

2.4 Proyek Kewirausahaan

1. Mahasiswa diwajibkan mengembangkan dan menjalankan proyek wirausaha nyata secara kelompok
2. Proyek dapat berupa pengembangan Produk atau Jasa baru atau optimalisasikan bisnis yang sudah berjalan
3. Mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengelola dan mengatur ide masing masing
4. Promosi dan menjual Produk atau Jasa yang telah di buat dalam
5. Program Demo day dan Launcing Day

2.5 Kompetisi dan Presentasi Bisnis

1. Sesi Pitching untuk mempresentasikan ide bisnis di depan investor, mentor dan juri
Kompetisi antar elompok mahasiswa untuk kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan solusi bisnis
2. Membuat video kreatif 1 menit Bersama kelompok bisnis di Universitas Ciputra
3. Presentasi dengan Para Mentor dan Mahasiswa Di Universitas Ciputra

2.6 Kegiatan Demo Day

kegiatan peristiwa krusial dalam rangkaian Wirausaha Merdeka, Acara ini berlangsung selama dua hari yang penuh dengan presentasi atau lebih dikenal dengan sebutan pitching Kepada Investor, pameran produk mahasiswa Wirausaha Merdeka dan sesi tanya jawab yang melibatkan dosen, mentor dan tamu undangan.

Memungkin langsung interaksi dan wawancara langsung dengan pengunjung, Memperkenalkan produk, dan menjelaskan nilai, kelebihan dan kekurangan dari produk yang kita buat. Interaksi ini menjadi jendela utama untuk memahami dalam produk kita selama pameran dan penjualan berlangsung mahasiswa akan mendapatkan umpan balik dari konsumen. Produk kita akan masukan mengenai rasa, tekstur dan tata letak produk, membuka pintu untuk meningkatkan yang berkelanjutan

2.7 Kegiatan Launching Day

Launching day di Kantor Pos Kebon Rojo Posbloc Surabaya menjadi salah satu momen puncak dalam perjalanan Wirausaha Merdeka Univeristas Ciputra. Acara ini berlangsung dalam dua hari dan dirancang untuk memberikan pengalaman langsung

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian *Prototype*

Pengertian *Prototype* dalam Pengembangan Bisnis *Prototype* adalah representasi awal dari sebuah produk atau layanan yang digunakan untuk menguji konsep atau ide sebelum produk atau layanan tersebut dikembangkan secara penuh. Dalam konteks bisnis kopi, *prototype* memungkinkan tim untuk menciptakan simulasi awal produk kopi (seperti menu, kemasan, atau konsep layanan) yang akan ditawarkan ke pasar.

Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk, memastikan keberlanjutan konsep, dan memvalidasi minat pasar. Sumber Teori: Ries (2011) dalam bukunya *The Lean Startup* menyebutkan bahwa prototyping adalah bagian penting dari proses Build-Measure-Learn dalam inovasi bisnis.

Peran *Prototype* dalam Program MBKM Dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengembangkan ide bisnis melalui pendekatan praktis. Proses prototyping menjadi penting untuk membantu mahasiswa menghubungkan teori dengan praktik, mengasah kemampuan analitis, dan meningkatkan entrepreneurial mindset. Universitas Ciputra, dengan fokus pada entrepreneurship, mendorong mahasiswanya untuk menciptakan *prototype* sebagai langkah awal merealisasikan ide bisnis mereka.

1. Tahapan Proses *Prototype* dalam Ide Bisnis Kopi Proses prototyping pada ide bisnis kopi dapat dijelaskan melalui beberapa tahapan:

Identifikasi Masalah dan Ide Bisnis Tahap ini dimulai dengan identifikasi masalah atau kebutuhan pasar terkait kopi. Misalnya, mahasiswa dapat menemukan peluang dari tren kopi lokal, kebutuhan kopi instan berkualitas tinggi, atau layanan kopi ramah lingkungan.

2. Teori Pendukung: Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa identifikasi kebutuhan pelanggan adalah dasar pengembangan produk inovatif.

Pengumpulan Informasi Mahasiswa mengumpulkan data melalui survei, wawancara pelanggan potensial, atau riset pasar untuk memastikan validasi ide. Dalam konteks kopi, ini melibatkan eksplorasi tentang cita rasa, harga, kemasan, atau kebutuhan gaya hidup konsumen.

3. Pembuatan *Prototype Awal* *Prototype* awal untuk bisnis kopi dapat berupa sampel produk (kopi dalam bentuk bubuk, sachet, atau botol), desain kemasan, atau simulasi konsep layanan (seperti aplikasi pemesanan kopi). Mahasiswa menggunakan bahan yang tersedia dan teknologi sederhana untuk membuat versi awal produk. Teori Pendukung: Cooper (1990) dengan model Stage-Gate menunjukkan bahwa prototyping membantu mengurangi risiko kegagalan produk sebelum diluncurkan ke pasar.

Uji Coba dan Validasi *Prototype* yang dibuat diuji melalui umpan balik dari calon konsumen. Proses ini melibatkan kegiatan seperti product testing, focus group

discussion, atau simulasi layanan. Hasil uji coba digunakan untuk melakukan iterasi dan penyempurnaan *prototype*.

Teori Pendukung: Prinsip Design Thinking dari Brown (2009) menekankan pentingnya proses iteratif dalam menciptakan solusi berbasis kebutuhan pengguna.

a. Penyempurnaan *Prototype* Berdasarkan umpan balik yang diterima, *prototype* disempurnakan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Misalnya, mahasiswa dapat memperbaiki rasa kopi, meningkatkan desain kemasan, atau menyesuaikan harga berdasarkan hasil validasi.

b. Penyusunan Strategi Bisnis Setelah *prototype* dianggap layak, langkah selanjutnya adalah menyusun strategi peluncuran produk ke pasar. Strategi ini meliputi pemasaran, distribusi, dan model bisnis yang mendukung kelanjutan produk kopi.

c. Manfaat Proses *Prototype* dalam Ide Bisnis Kopi

Validasi Ide: Prototyping membantu mahasiswa menguji kelayakan ide bisnis mereka sebelum investasi besar dilakukan. Pengurangan Risiko: Mahasiswa dapat mengidentifikasi dan mengatasi masalah sejak awal.

d. Kreativitas dan Inovasi: Prototyping mendorong eksplorasi ide baru dan inovatif dalam produk kopi. Pembelajaran Praktis: Mahasiswa belajar memahami dinamika pasar dan kebutuhan konsumen secara langsung.

BAB IV
PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Praktis

Tabel 4.1 Jadwal kegiatan praktis

HARI	TANGGAL	KEGIATAN
SENIN	21 OKTOBERT2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	22 OKTOBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	23 OKTOBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	24 OKTOBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERITAS CIPUTRA
JUMAT	25 OKTOBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
SENIN	28 OKTOBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	29 OKTOBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	30 OKTOBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	31 OKTOBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
JUMAT	01 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
SENIN	02 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	03 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	04 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	05 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVRSITAS CIPUTRA
JUMAT	06 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA

SENIN	07 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	08 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	09 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	10 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
JUMAT	11 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
SENIN	13 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	14 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	15 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	16 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
JUMAT	17 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSTAS CIPUTRA
SENIN	18 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	19 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	20 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	21 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
JUMAT	22 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
SENIN	25 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	26 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	27 NOVEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	28 NOVEMBER 2024	KEGITAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
JUMAT	29 NOVEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
SENIN	02 DESEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA

SELASA	03 DESEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
RABU	04 DESEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
KAMIS	05 DESEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERITAS CIPUTRA
JUMAT	06 DESEMBER 2024	KEGIATAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA
SENIN	07 DESEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA
SELASA	08 DESEMBER 2024	MAGANG DI DEPOT MAMA ANA

Sumber: Data Penulis 2024

4.2 Metode Magang

Metode magang merupakan pendalaman materi yang didapatkan dari proses pembelajaran dan menerapkannya secara langsung dan penempatan berada di dua tempat yang akhirnya memunculkan judul yang didapat dari Universitas Ciputra dan penulis mendapatkan arahan lagi untuk magang di di depot mama ana dan karena juga tidak ada tempat magang yang bisa ditempati akhirnya penulis memilih depot mama ana sebagai tempat magang yang cocok dengan usaha makanan dan minuman yang sedang penulis proses.

4.3 Tempat dan waktu magang

Kegiatan magang dilaksanakan di Univeristas Ciputra, JL Tirta Made, Kecamatan Sambikerep, Surabaya dan JL. Teluk Amurang RW 04 Tanjung Perak, kegiatan ini dimulai tanggal 21 Oktober sampai tanggal 08 Desember 2024.

4.4 Pengumpulan data

Kegiatan magang dilaksanakan selama 2 bulan. Adapun kegiatan magang meliputi seluruh kegiatan yang menyangkut aspek persiapan *prototype* untuk bisnis kopi yang akan dibuat oleh penulis. Selama kegiatan magang mingguan yang dibuat oleh penulis yang disajikan pada lampiran 4.1. Kegiatan yang dilakukan pada waktu magang adalah persiapan magang, menentukan tempat magang dan meminta surat persetujuan dari Universitas Ciputra untuk magang di depot mama ana.

Data penelitian ini memperoleh data sebagai bahan laporan praktek kerja lapangan dengan menggunakan beberapa metode serta pembahasan masalah selama melakukan praktek kerja lapangan di depot mama ana metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan karyawan yang bekerja di depot mama ana sebagai contoh, menanyakan proses penjual dan pembeli dari awal sampai akhir, menanyakan bagaimana penjualan dari pertama buka hingga sekarang, dan juga data penjualan yang didapatkan itu ada berapa ribu hasilnya apakah banyak keuntungan atau kerugiannya ada tidaknya dalam berwirausaha.

2. Observasi

Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang

diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Bungin (2007: 115-117) mengemukakan beberapa bentuk observasi yaitu observasi.

Partisipasi, tidak terstruktur, dan kelompok. Pada laporan magang yang disusun observasi yang dilakukan adalah observasi partisipasi. Observasi partisipasi adalah (participant observation) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan dimana peneliti terlibat dalam keseharian informan.

3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data melalui arsip-arsip mengenai data historis perusahaan dan sumber referensi lainnya seperti buku dan jurnal yang sesuai dengan fokus penelitian. Menurut Zed (2008:3) metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian.

4.5 Analisis Data

Suatu proses untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh berdasarkan penelitian yang dilakukan dari hasil wawancara, dokumentasi dan bahan- bahan lainnya. Sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat dinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang dilakukan dengan menganalisis proses pembuatan *prototype* yang diberikan oleh Univeritas Ciputra kepada penulis.

Dengan adanya analisis data dan pengumpulan data ini dapat mempermudah mencari masalah Survey: Melibatkan 50 responden (mahasiswa, dosen, dan masyarakat umum) untuk mengetahui preferensi terhadap produk kopi.

1. Uji Coba Produk: Prototype minuman kopi diuji kepada responden untuk mengukur tingkat kepuasan.
2. Observasi Pasar: Melihat tren kopi yang sedang populer (seperti kopi susu gula aren, kopi cold brew, atau kopi dengan topping unik). dan pemecahan masalah data ini di dalam suatu bisnis.

4.6 Prinsip *Prototype*

1. Tujuan *Prototype*

Menciptakan konsep bisnis kopi yang inovatif dengan diferensiasi dari competitor Menguji daya tarik produk dan respon pasar terhadap inovasi. Mengukur potensi keberlanjutan bisnis kopi di kalangan mahasiswa dan masyarakat sekitar.

2. Melakukan Desain Labeling *Prototype*

Melakukan Desain Labeling dan kemasan produk untuk menciptakan label untuk kemasan yang menarik dan informatif untuk produk. Labeling yang baik dapat mempengaruhi kesuksesan produk dengan membantu menarik dalam perhatian dari kemasan dipakai dari Cup Plastik Strawles untuk mudah dan tidak langsung diminum untuk kenyamanan dan kepuasan konsumen.

3. Preferensi rasa yang Dikumpulkan

Preferensi Rasa: Responden diminta memilih rasa favorit (kopi manis, kopi pahit, atau kopi inovatif seperti kopi buah). Harga Ideal: Responden memilih kisaran harga yang sesuai untuk mereka (Rp10.000–Rp20.000, Rp20.000–Rp30.000, atau lebih dari Rp30.000). Kemasan: Responden memberikan pendapat tentang desain kemasan prototype. Keunikan Produk: Apakah inovasi (seperti kopi botolan dengan topping boba atau sirup herbal) menarik bagi mereka.

4.7 Identifikasi Masalah

Pada pelaksanaan praktek pembuatan *prototype* di Univeritas Ciputra penulis mendapatkan adanya masalah yang dihadapi dalam proses kerja, pembuatan, pengelompokkan ,dan hasil akhir dari pembuatan bisnis kopi yang dibuat oleh penulis.

1. Penulis susah untuk mendapatkan bentuk dan tempat yang cocok untuk membuat tempat kopi agar beda dari tempat bisnis kopi yang lain sebagai awal menengah pembuatan ide bisnis kopi.
2. Kurangnya dana pribadi untuk mengawali proses *prototype* maka dari itu penulis meminta dana patungan dari 1 kelompok sendiri agar tidak stuck ditengah perjalanan bisnis kopi ini.
3. Barang bawaan bahan bahan yang kami bawa terlalu banyaka jadi penulis sedikit kesusahan saat membawa ke tempat penjualan atau stand yang sudah disediakan di Univesitas Ciputra.

4.8 Sebab dan Akibat Masalah

4.8.1 Sebab

1. Kopi yang kami bawa belum dihaluskan karena belum memiliki mesin kopi yang canggih
2. Bahan yang didapatkan masih kurang untuk pembuatan kopi yang lebih dari 50 gelas penjualan yang kadang juga banyak orang yang suka dengan kopi penulis, tetapi sudah kehabisan.
3. Penulis yang membawa banyak alat dan bahan membuatnya menjadi tidak mudah karena banyak yang harus dibawa ke tempat penjualan.

4.8.2 Akibat

1. Sementara menggunakan kopi bubuk yang sudah jadi di produksi kopi.
2. Membuat kopi kurang dari 100 kopi untuk orang yang datang kepada kami dengan cepat dan kami kehabisan bahan kopi yang ingin dibuat
3. Susah untuk membawa alat dan bahan yang berat dan banyak.

4.9 Solusi Pemecahan Masalah

1. Masalah stok: Penulis memakai atau meminjam mesin kopi dari café yang ingin membantu penulis untuk pembuatan kopi penulis.
2. Masalah pelayanan lambat: Penulis menggunakan cara pergantian karyawan untuk menjaga stand yang berada di tempat kami berjualan.
3. Solusi pendukung: Menyediakan opsi pre-order lewat WhatsApp untuk mempercepat proses transaksi. Menciptakan paket menu dengan harga lebih murah untuk menarik pelanggan tetap.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Program MBKM di Universitas Ciputra telah memberikan pengalaman berharga bagi saya dalam pengembangan pengetahuan dan keterampilan di bidang Food And Beverage

1. Kebutuhan dan Ketertarikan Pasar Hasil validasi menunjukkan minat yang tinggi terhadap kopi rasa buah
2. Faktor Penentu Keputusan Pembelian Responden menekankan pentingnya kualitas rasa dan warna pada kopi rasa buah
3. Potensi Pengembangan Produk dan Pemasaran Responden menyarankan Variasi kopi rasa aren, rasa stroberi, dan rasa melon

5.2 Saran

Program Wirausaha Merdeka ini harus terus tetap berkolaborasi agar semakin banyak minat orang yang menjadi pembisnis sukses dan di masa muda dengan dasar pengalaman dan minat yang baik.

1. Pengembangan Ide Bisnis yang inovatif
2. Peningkatan Kolaborasi
3. Eksperimen dan Eksekusi Strategis

5.3 Refleksi Pribadi

Kegiatan magang ini memberikan banyak pelajaran berharga bagi penulis, tidak hanya dalam bidang profesional, tetapi juga pengembangan pribadi. penulis merasa lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja, terutama dalam hal yang baru saya temukan di tempat magang.

5.4 Penutup

Mahasiswa menyampaikan terima kasih kepada pihak Universitas Ciputra, serta pembimbing magang yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses magang. Harapan mahasiswa, laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kegiatan magang yang telah dilaksanakan, serta menjadi bahan evaluasi bagi semua pihak terkait.

Demikian laporan ini disusun dengan sebaik-baiknya. mahasiswa menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang

DAFTAR PUSTAKA

- Fransegi Domelky, F. D., Indriana Kristiawati, S. E., & MM, I. (2023). kepuasan kerja, kualitas kehidupan kerja, dan organizational trust terhadap employee engagement pada karyawan pt. hersindo anugerah multitrans (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Kristiawati, I., Prastyorini, J., Putri, M., Safitri, C., Riyanto, T., & Taloim, Y. C. (2023). pemanfaatan teknologi digital marketing dan myob dengan bisnis metode canvas masyarakat produktif nelayan desa sidokumpul lamongan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 11387-11392.
- Rizky Yudha Arif H, R. Y., & Indriana Kristiawati, I. K. (2024). *pengaruh komunikasi dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan melalui motivasi pada pt anugerah tirta samudra* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Zed, *Mestika 2008. Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
Zed, *Mestika 2003*.

DAFTAR PUSTAKA

- Fransegi Domelky, F. D., Indriana Kristiawati, S. E., & MM, I. (2023). kepuasan kerja, kualitas kehidupan kerja, dan organizational trust terhadap employee engagement pada karyawan pt. hersindo anugerah multitrans (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Kristiawati, I., Prastyorini, J., Putri, M., Safitri, C., Riyanto, T., & Taloim, Y. C. (2023). pemanfaatan teknologi digital marketing dan myob dengan bisnis metode canvas masyarakat produktif nelayan desa sidokumpul lamongan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 11387-11392.
- Rizky Yudha Arif H, R. Y., & Indriana Kristiawati, I. K. (2024). *pengaruh komunikasi dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan melalui motivasi pada pt anugerah tirta samudra* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Zed, *Mestika* 2008. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
Zed, *Mestika* 2003.

