

**PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK KOPI *COLD*
BREW PADA PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

LAPORAN MAGANG

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGAI PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA ADMINISTRASI BISNIS



DIAJUKAN OLEH:
ALVITA JAYANTI
23111008

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN MAGANG

**PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK KOPI *COLD BREW*
PADA PROGRAM WIRAUUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA
2024**

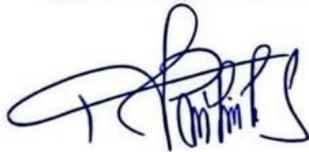
DIAJUKAN OLEH:

ALVITA JAYANTI

23111008

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

KETUA PROGRAM STUDI



JULI PRASTYORINI, S.Sos., M.M.
NIDN : 0708067104

DOSEN PEMBIMBING



Dr. GUGUS WIJONARKO, MM
NIDN : 0708116501

MENGETAHUI,

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA



Dr. GUGUS WIJONARKO, MM
NIDN : 0708116501

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK KOPI *COLD BREW* PADA
PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

DISUSUN OLEH:

ALVITA JAYANTI

23111008

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG
PADA TANGGAL

PENGUJI

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

(.....)
(.....)

2. **SOEDARMANTO,SE,MM**
NIDN : 0709058202

MENGETAHUI,
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
KETUA



Dr.GUGUS WIJONARKO,MM
NIDN : 0708116501

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat Tuhan yang Maha Esa, berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Magang ini dengan judul “Pengembangan Dan Pemasaran Produk Kopi *Cold Brew* Pada Program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024” dalam rangka pemenuhan salah satu syarat penyelesaian persyaratan akademik yaitu kegiatan magang yang saya laksanakan sebagai mahasiswa di STIAMAK Barunawati dengan studi Administrasi Bisnis Kepelabuhanan.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr.Gugus Wijonarko,MM selaku Ketua dan Dosen Pembimbing Magang di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
2. Juli Prastyorini,S.Sos, M.M. selaku Ketua Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
3. Dr. Indriana Kristiawati.SE.,MM selaku Dosen Penguji di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
4. Soedarmanto,SE,MM selaku Dosen Penguji di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya
5. Dr. David S. Kodrat, MM., CPM (A)., CRME, selaku Ketua dalam program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka;
6. Ibu Christina dan Bapak Rendy sebagai Mentor/Fasilitator yang sudah memberikan saya serta teman-teman kesempatan selama kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka di Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka;

7. Owner Kopi Siipp beserta karyawan yang sudah memberikan kesempatan untuk saya dan teman-teman untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman disana;
8. Kedua Orang Tua yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat guna menyelesaikan Laporan Magang ini;
9. Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan hingga pada penulisan laporan ini;
10. Teman-teman Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang telah saling mendukung satu sama lain dan berbagi pengalaman selama proses kegiatan hingga penulisan laporan ini;

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

Surabaya, 20 Desember 2024

ALVITA JAYANTI

NIM 2311008

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang	3
1.2.1 Tujuan Magang.	3
1.2.2 Manfaat Magang	5
BAB II GAMBARAN OBJEK PROGRAM MAGANG	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	7
2.3 Simbol Perusahaan	7
2.4 Struktur Organisasi.....	7
2.5 Tugas dan Tanggung Jawab	8
2.6 Aktivitas Perusahaan.....	11
2.7 Personalia	12
BAB III LANDASAN TEORI.....	13
3.1 Pengembangan Produk <i>Cold Brew</i>	13
3.2 Pemasaran Produk <i>Cold Brew</i>	13
3.3 Teori Pemasaran <i>Cold Brew</i>	14
3.4 Tren Modern Pada Konsumen.....	14
3.5 Faktor Konsistensi Rasa Pada Biji Kopi Lokal.....	15
3.6 Faktor Pendukung Yang Mempengaruhi Konsistensi Rasa	17
3.7 Konsep Wirausaha Merdeka	19
BAB IV PEMBAHASAN	20
4.1 Kegiatan Praktis	20
4.2 Metode Kegiatan Magang	21

Tabel 4.2 Aktivitas Magang	Error! Bookmark not defined.
Sumber : Kopi Siuppp 2024	23
4.3 Metode Pengumpulan Data	23
4.4 Analisis Data	26
4.5 Identifikasi Masalah	26
4.6 Sebab dan Akibat Masalah.....	27
4.6.1 Sebab Masalah	27
4.6.2 Akibat Masalah.....	28
4.6.3 Solusi Masalah.....	30
BAB V PENUTUP	33
5.1 Kesimpulan.....	33
5.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Aktivitas Magang atau *Learning Together*
2. Data Pendukung yang Berhubungan dengan Laporan Magang
3. Daftar Nilai Magang dari Perusahaan
4. Surat Persetujuan Magang dari Perusahaan
5. Nilai Universitas Ciputra Surabaya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahwa magang ini adalah salah satu pengembangan dari program Wirausaha Merdeka yang merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Wirausaha Merdeka adalah bagian dari Kampus Merdeka yang dimana Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia yang bertujuan untuk mendorong mahasiswa belajar dan mengembangkan potensi wirausahawan melalui kegiatan di luar lingkup perkuliahan, hingga kegiatan dan terjun langsung untuk melihat perkembangan bisnis-bisnis para UMKM di sekitar lingkungan kita. Sehingga kita mendapatkan pengalaman dan sekaligus ikut menjadi bagian dalam pelaksanaan kegiatan operasional dalam magang dengan UMKM.

UMKM merupakan singkatan dari usaha kecil, mikro, dan menengah. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian karena kontribusi dalam UMKM dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sumber daya manusia yang baik dapat berpengaruh dalam berjalannya kegiatan bisnis, contohnya dalam bisnis *F&B (Food&Beverage)* atau pengembangan kopi *cold brew* pada industri kopi lokal. Industri kopi lokal di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya minat Masyarakat terhadap kopi. Dan salah satunya inovasi dalam metode kopi ini

adalah *cold brew* yang memiliki cita rasa kopi yang halus, rendah kafein, dan menyegarkan.

Metode produk *cold brew* ini menjadi salah satu trend minuman kopi modern yang diminati terutama oleh generasi kalangan muda. Pertumbuhan industri biji kopi lokal dengan metode *cold brew* tidak hanya memberikan dampak positif pada perekonomian, dan juga membuka peluang besar untuk pengembangan sumber daya manusia. Industri kopi lokal memiliki potensi yang sangat besar, didukung oleh keberagaman biji kopi yang berkualitas tinggi seperti arabika flores bajawa, aceh gayo, kerinci jambi, toraja Sulawesi selatan.

Inovasi dalam beberapa tahun terakhir pengolahan kopi semakin berkembang, salah satunya melalui metode *cold brew*, dalam proses penyeduhan kopi dengan menggunakan air dingin atau suhu ruang selama waktu yang tertentu (12-24 jam). Metode ini menghasilkan kopi dengan rasa yang lebih halus, dan segar, sehingga diminati oleh kalangan muda dan pasar internasional. *Cold brew* adalah produk yang dapat dikembangkan dengan modal awal yang relatif kecil, sehingga memberikan peluang besar bagi Sumber Daya Manusia, khususnya generasi muda, untuk memulai bisnis baru. Dukungan terhadap kewirausahaan ini dapat menciptakan Sumber Daya Manusia yang lebih mandiri, kreatif, dan inovatif. Dengan berkembangnya industri cold brew, banyak lapangan kerja baru yang tercipta, baik di bidang produksi, distribusi, hingga pemasaran.

Hal ini memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan Sumber Daya Manusia, terutama di daerah penghasil kopi. Produksi kopi *cold brew* melibatkan berbagai pihak, seperti petani, *roaster*, *barista*, dan

pelaku usaha. Proses kolaborasi ini memberikan kesempatan bagi Sumber Daya Manusia untuk mengembangkan keterampilan kerja tim dan membangun jaringan profesional yang luas.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Magang

Sehubungan dengan adanya kegiatan magang ini bertujuan untuk kita dapat memahami operasional sehari-hari dalam kegiatan bisnis di *cafe* tersebut, pengelolaan stok, pemasaran, dan interaksi terhadap pelanggan. Selain itu, magang ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan manajemen waktu, kepemimpinan, serta pemahaman mendalam tentang produk kopi *cold brew* pada industri kopi lokal untuk mempersiapkan diri dalam berwirausaha atau berkarier di industri *F&B (Food&Beverage)*.

1. Tujuan Bagi Mahasiswa

- a) Menambah pemahaman tentang operasional bisnis di industri *F&B (Food&Beverage)*.
- b) Pengembangan keterampilan manajemen waktu hingga kepemimpinan.
- c) Melatih keterampilan kewirausahaan dalam konteks nyata dengan cara terjun langsung menjadi bagian dari pelaksana UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).
- d) Mendukung peningkatan daya saing kopi *cold brew* pada industri kopi lokal.
- e) Meningkatkan kesadaran akan bisnis berkelanjutan dalam kopi *cold brew*.
- f) Meningkatkan Kemampuan *soft skill* dan *hard skill* pada mahasiswa seperti kepemimpinan, kerja tim, kemampuan media sosial.

2. Tujuan Bagi Institusi Tempat Magang

- a) Meningkatkan efisiensi operasional dapat mendorong efisiensi dalam berbagai aspek bisnis tempat magang tersebut.
- b) Berpotensi untuk mendapatkan ide-ide inovatif dari mahasiswa magang.
- c) Untuk memperluas jaringan dan koneksi dalam memperluas bisnis .
- d) Meningkatkan branding dan citra perusahaan dari usaha institusi di tempat magang.
- e) Dapat memberikan kontribusi positif pada perkembangan bisnis.
- f) Mendukung penelitian dan pengembangan eksplorasi bahan baku baru dan teknik penyeduhan yang lebih efisien tempat magang tersebut.

3. Tujuan Bagi STIAMAK

- a) Kampus dapat memfasilitasi pengembangan keterampilan mahasiswa.
- b) Mahasiswa dapat meningkatkan kualitas dalam dunia pendidikan.
- c) Dapat memperluas jejaring industri.
- d) Kampus dapat mendorong inovasi dan penelitian.
- e) Memperkaya kurikulum dengan pengalaman nyata dari lapangan atau secara langsung lewat magang.

Dapat meningkatkan reputasi kampus sebagai lembaga pendidikan yang mempersiapkan mahasiswanya untuk tantangan-tantangan yang akan di hadapi di dalam dunia bisnis

1.2.2 Manfaat Magang

Magang ini memberikan manfaat berupa pengembangan keterampilan praktis, pengembangan mendalam tentang tantangan dan peluang industri, peningkatan kepercayaan diri dalam mengambil risiko, meningkatkan kreativitas dan inovasi serta kesempatan untuk menerapkan konsep kewirausahaan dalam situasi nyata. Beberapa manfaat magang :

- a) Pengalaman Praktis: Mahasiswa mendapatkan pengetahuan teoritis dalam konteks dunia nyata, dan meningkatkan pemahaman praktis operasional bisnis.
- b) Pengembangan Keterampilan : Memberikan mahasiswa dengan wawasan dan pengembangan tentang keterampilan kewirausahaan , manajemen waktu , komunikasi dan pengelolaan keuangan.
- c) Wawasan Industri: Dapat memberikan wawasan mendalam tentang keunikan kopi lokal Indonesia, termasuk tren pasar, tantangan, dan peluang yang dapat membentuk pemahaman mahasiswa terhadap lingkungan bisnis.
- d) Pemahaman Kewirausahaan: Memungkinkan mahasiswa untuk merasakan menjadi manajemen wirausaha, dapat melibatkan diri dalam pengambilan keputusan dengan menjalankan bisnis.

BAB II

GAMBARAN OBJEK PROGRAM MAGANG

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Kopi Siipp merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Kopisiipp memulai gerai pertamanya Siipp1 pada tanggal 23 Januari 2020 terletak di Jalan Letjen S. Parman 36, Malang. Dan Siipp Toast gerai pertama di Siipp pada tanggal 2 September 2020 di Jalan Danau Bratan E2-J23 Kav. B, Malang. Sampai saat ini Kopi Siipp dan Siipp Toast sudah buka 39 outlet di 15 kota untuk ekspansi peluasan usaha. Tidak menutup kemungkinan bahwa Kopi Siipp dan Siipp Toast akan hadir nantinya di setiap kota di Indonesia. Dengan pemilihan biji kopi local dan bahan bahan berkualitas yang kita pakai menjadikan Kopi Siipp dan Siipp Toast selalu menyediakan minuman kopi dan toast yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Kopi Siipp dan Siipp Toast adalah sebuah jawaban dari banyaknya permintaan konsumen penikmat kopi yang menginginkan kopi yang praktis dan enak, didampingi dengan roti panggang yang renyah dengan harga tetap terjangkau. Kombinasi roti panggang varian manis dan gurih dengan varian kopi yang beraneka ragam cocok sekali untuk penceria hari. Perusahaan ini bergerak di bidang kuliner yaitu jasa penyediaan minuman dan roti panggang. Nama Kopi Siipp dan Siipp Toast kita pakai karena keyakinan kami terhadap produk kopi dan snack kami yang memang lebih siipp dari rata-rata penyedia produk serupa yang tersebar saat ini. Banyak produk serupa yang dijual murah tetapi cenderung

mengurangi kualitas, tetapi tidak dengan cara pengelolaan kami, kualitas adalah hal yang utama yang kami junjung di usaha ini.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi:

Menjadi sebuah perusahaan dibidang penyedia minuman dan snack yang terkemuka dan terpercaya lewat kualitas pelayanan yang unggul dan memuaskan.

b) Misi:

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

2.3 Simbol Perusahaan



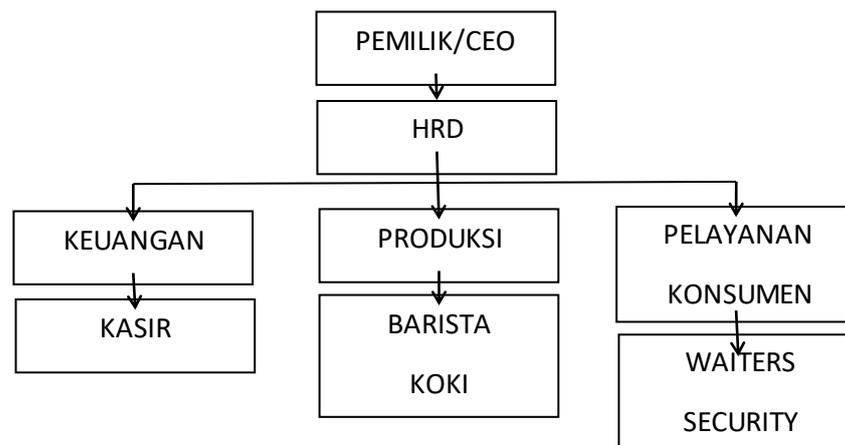
Gambar 2.3 Logo Perusahaan

Sumber : Kopi Siipp, 2024

2.4 Struktur Organisasi

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

hubungan hierarki antara anggota organisasi. Struktur organisasi dapat bersifat hierarkis, matriks, fungsional, atau campuran dari beberapa jenis struktur yang berbeda. Tujuannya adalah untuk menciptakan kerangka kerja yang efisien untuk mencapai tujuan organisasi dengan mengatur dan mengelola sumber daya manusia serta fungsi operasional secara sistematis. hubungan hierarki antara anggota organisasi. Struktur organisasi dapat bersifat hierarkis, matriks, fungsional, atau campuran dari beberapa jenis struktur yang berbeda. Tujuannya adalah untuk menciptakan kerangka kerja yang efisien untuk mencapai tujuan organisasi dengan mengatur dan mengelola sumber daya manusia serta fungsi operasional secara sistematis.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi

Sumber : Kopi Siipp, 2024

2.5 Tugas dan Tanggung Jawab

1. Berikut ini merupakan Pemilik/*CEO*: Pemilik atau *CEO* dalam bisnis bertanggung jawab untuk mengambil keputusan strategis, merencanakan bisnis, memimpin tim eksekutif, mengelola risiko, berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, mengawasi keuangan, dan mendorong inovasi serta

pertumbuhan perusahaan. Pemilik atau *CEO* juga memiliki tanggung jawab kepada pemegang saham untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

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

efisiensi operasional. Koki bertanggung jawab untuk menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi pelanggan.

4. Berikut ini merupakan Keuangan Kasir: Tugas dan tanggung jawab seorang kasir dalam bisnis melibatkan menerima pembayaran dari pelanggan, memberikan kembalian, mencatat transaksi penjualan, memastikan akurasi uang tunai, menjaga kebersihan dan kerapihan area kasir, memberikan pelayanan pelanggan yang baik, dan dapat melibatkan penggunaan sistem kasir elektronik. Kasir juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan uang tunai dan mencatat laporan transaksi harian.
5. Berikut ini merupakan Pelayanan Konsumen:
 - a. *Waiters*: Tugas dan tanggung jawab seorang pelayan (*waiters*) dalam bisnis restoran melibatkan menerima pesanan dari pelanggan, menyajikan makanan dan minuman, menjelaskan menu jika diperlukan, memastikan kepuasan pelanggan, menjaga kebersihan meja dan area makan, menanggapi pertanyaan atau permintaan pelanggan, dan bekerja sama dengan tim restoran untuk memastikan layanan yang efisien. Pelayan juga dapat membantu dalam menjual menu atau menyarankan pilihan makanan kepada pelanggan.
 - b. *Security*: Tugas dan tanggung jawab petugas keamanan (*security*) dalam bisnis melibatkan pemantauan keamanan fisik dan elektronik, penjagaan properti dan aset perusahaan, pemeriksaan identitas karyawan dan pengunjung, menanggapi keadaan darurat atau insiden keamanan, serta bekerja sama dengan pihak berwenang jika diperlukan. Petugas keamanan juga dapat bertanggung jawab

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

2.6 Aktivitas Perusahaan

Beberapa aktivitas-aktivitas yang melibatkan tahapan seperti:

a) Berikut tahapan-tahapan Produksi:

1. Persiapan dan pembuatan menu minuman dan makanan.
2. Pelatihan barista untuk memastikan kualitas produk dan konsistensi rasa.

b) Berikut tahapan-tahapan *Stocking*:

1. Manajemen persediaan bahan baku dan kebutuhan *cafe*.
2. Penerimaan, penyimpanan, dan pemantauan stok barang.

c) Berikut tahapan-tahapan *Marketing*:

1. Perencanaan dan implementasi strategi pemasaran *cafe*.
2. Penggunaan media sosial dan promosi untuk menarik pelanggan.

d) Pelayanan Pelanggan/Konsumen :

1. Menyediakan layanan pelanggan yang ramah dan efisien.
2. Memastikan kebersihan dan kenyamanan ruangan *cafe*.

e) Manajemen Keuangan:

1. Pencatatan transaksi keuangan harian.
2. Pengelolaan anggaran, pembayaran tagihan, dan pemantauan profitabilitas.

f) Pengaturan Ruangan :

1. Penataan interior dan eksterior *cafe* untuk menciptakan suasana yang nyaman.
2. Desain *cafe* yang menarik/unik.
3. Mengelola reservasi dan kapasitas *cafe*.

2.7 Personalia

a) Tugas

1. Mengelola absensi dan daftar hadir karyawan, pinjaman karyawan, mencatat cuti, dan filing dokumen.
2. Melakukan sosialisasi dan koordinasi.
3. Menyiapkan perjanjian kerja dengan karyawan baru.
4. Penerimaan tenaga kerja koordinasi dengan *labour supply*.
5. Menyiapkan *internal letter* dan *outgoing letter*.
6. Memperbaharui/*updt*e dan *record data*.

b) Fungsi

1. Pengadaan, seperti (menyediakan Sumber Daya Manusia sesuai dengan kebutuhan Perusahaan).
2. Pengembangan.
3. Pemberian kompensasi (kenaikan gaji dan tunjangan karyawan).
4. Perintegrasian, Pemeliharaan.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengembangan Produk *Cold Brew*

Pengembangan produk merupakan proses menciptakan, meningkatkan, atau memodifikasi suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), pengembangan produk mencakup identifikasi kebutuhan pasar, inovasi pada produk, hingga penyesuaian strategi dalam pemasaran.

Cold brew adalah inovasi dalam produk kopi, yang dimana metode penyeduhan dengan suhu yang dingin dapat menghasilkan rasa yang lebih halus, kadar asam yang lebih rendah, dan aroma yang kaya dibandingkan metode penyeduhan panas. Dalam konteks kopi lokal, pengembangan pada produk *cold brew* memanfaatkan bahan baku kopi khas Indonesia untuk menciptakan produk yang memiliki nilai tambah.

Cold brew merupakan bentuk inovasi yang memperkenalkan cara produksi yang baru dalam mengolah biji kopi untuk menciptakan pengalaman minum kopi macam rasa yang berbeda. Inovasi ini juga berfungsi sebagai alat untuk menarik pada konsumen baru dan dapat menciptakan pasar yang lebih luas.

3.2 Pemasaran Produk *Cold Brew*

Pemasaran adalah proses menciptakan komunikasi, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan untuk kepentingan organisasi dan para pemangku kepentingan. Dalam konteks pemasaran produk

cold brew, fokus utama adalah membangun kesadaran brand, menjangkau segmen konsumen potensial, dan menciptakan pengalaman kepada pelanggan, serta memperkenalkan keunggulan produk kepada konsumen melalui strategi komunikasi yang efektif, distribusi yang tepat, dan diferensiasi yang kuat. Pemasaran *cold brew* harus menonjolkan nilai tambah seperti bahan baku biji kopi lokal yang berkualitas, keunggulan pada rasa *cold brew*, dan kemasan yang inovatif.

3.3 Teori Pemasaran *Cold Brew*

- a) *Product* (Produk): *Cold brew* merupakan inovasi produk kopi dengan karakter rasa yang unik, pembuatan yang berkualitas, dan ramah kesehatan. Diferensiasi produk dapat dilakukan melalui varian rasa, kemasan, dan cerita lokal.
- b) *Price* (Harga): Strategi penetapan harga harus mencerminkan nilai yang ditawarkan, seperti harga yang premium untuk *cold brew* berbahan baku biji kopi lokal berkualitas tinggi atau harga kompetitif untuk menjangkau konsumen agar lebih luas.
- c) *Place* (Distribusi): Saluran distribusi mencakup *cafe*, toko ritel, *marketplace online*, dan aplikasi pengantaran makanan. Lokasi distribusi yang strategis akan meningkatkan aksesibilitas pada produk *cold brew*.
- d) *Promotion* (Promosi): Media sosial, kampanye digital, dan ulasan konsumen merupakan alat utama dalam mempromosikan produk *cold brew*. Selain itu, kolaborasi dengan influencer kopi dan komunitas lokal dapat meningkatkan daya tarik pada *brand*.

3.4 Tren Modern Pada Konsumen

Keberlanjutan: Konsumen semakin peduli pada isu lingkungan, sehingga produk

cold brew dengan memiliki kemasan yang ramah lingkungan akan memiliki daya tarik lebih.

- a) Praktis: *Cold brew* dalam kemasan yang siap minum (*ready-to-drink*) akan menjadi solusi bagi konsumen yang mengutamakan pada efisiensi waktu.
- b) Gaya Hidup Sehat: Konsumen modern cenderung memilih produk dengan kadar keasaman rendah dan manfaat kesehatan, yang sesuai dengan karakteristik pada produk kopi *cold brew*.
- c) Keunikan Cita Rasa: Setiap daerah penghasil kopi di Indonesia memiliki karakteristik rasa khas yang dapat diintegrasikan ke dalam produk *cold brew*, seperti floral dari kopi Gayo atau earthy dari kopi Toraja.

3.5 Faktor Konsistensi Rasa Pada Biji Kopi Lokal

Dalam industri kopi lokal, khususnya pada produksi *cold brew*, beberapa faktor yang mempengaruhi konsistensi rasa:

- a) Kualitas Biji Kopi: Kualitas rasa *cold brew* sangat bergantung pada biji kopi yang digunakan. Sumber Daya Manusia harus mampu menilai dan memilih biji kopi lokal dengan karakteristik yang konsisten, seperti tingkat kematangan dan metode pengolahan paska panen.
- b) Pemahaman Proses pada Kopi *Cold Brew*: Produksi *cold brew* membutuhkan pemahaman mendalam tentang proses ekstraksi, seperti proporsi air dan kopi, durasi perendaman, serta suhu penyimpanan. Kinerja Sumber Daya Manusia dalam mematuhi standar ini secara langsung memengaruhi konsistensi rasa dari setiap *batch* yang dihasilkan.

- c) Fasilitas dan Peralatan: Peralatan yang digunakan untuk memproduksi *cold brew*, seperti grinder, alat penyeduhan, dan wadah fermentasi, harus dalam kondisi optimal. Sumber Daya Manusia yang terampil dapat memanfaatkan peralatan ini secara maksimal untuk menjaga konsistensi rasa.
- d) Pelatihan Teknis Sumber Daya Manusia : Pelatihan yang berfokus pada teknik penyeduhan *cold brew*, perawatan peralatan, dan manajemen waktu ekstraksi diperlukan agar Sumber Daya Manusia dapat menghasilkan produk dengan rasa yang konsisten. Karyawan yang tidak terlatih cenderung melakukan kesalahan teknis yang berdampak pada hasil akhir.
- e) Pengawasan Selama Produksi : Proses produksi *cold brew* membutuhkan pengawasan ketat, terutama dalam hal durasi ekstraksi dan kebersihan peralatan. Supervisi yang konsisten membantu memastikan setiap tahapan produksi sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP).
- f) Manajemen Waktu Produksi : Proses produksi *cold brew* membutuhkan waktu yang lama, biasanya 12-24 jam untuk perendaman. Sumber Daya Manusia harus mampu mengelola waktu dengan baik untuk memastikan rasa yang konsisten tanpa *over-extraction* atau *under-extraction*.
- g) Kolaborasi dan Komunikasi Tim : Dalam industri kopi lokal, kerja sama antara tim produksi, tim pengawasan kualitas, dan manajemen sangat penting. Komunikasi yang baik memastikan kendala teknis atau masalah bahan baku dapat segera ditangani sebelum memengaruhi kualitas produk.
- h) Adaptasi terhadap Perubahan Permintaan Konsumen: Sumber Daya Manusia harus memahami preferensi rasa konsumen lokal yang mungkin berbeda dari

pasar global. Kemampuan beradaptasi dengan ekspektasi konsumen membantu menjaga relevansi produk *cold brew* sambil tetap mempertahankan konsistensi rasa.

Integrasi efektif dari faktor-faktor ini dapat menciptakan lingkungan dimana fokus terhadap konsistensi rasa, mendukung pertumbuhan bisnis dan memperkuat posisi perusahaan.

3.6 Faktor Pendukung Yang Mempengaruhi Konsistensi Rasa

- a) Ketersediaan Bahan Baku Berkualitas: Akses yang konsisten terhadap biji kopi lokal berkualitas tinggi memastikan bahwa produk memiliki karakteristik rasa yang seragam. Kemitraan dengan petani kopi lokal menjadi faktor pendukung penting dalam menjaga suplai bahan baku yang stabil.
- b) Koneksi dengan Komunitas Kopi Lokal: Dukungan dari komunitas kopi lokal, seperti asosiasi petani kopi atau barista, memberikan peluang untuk berbagi pengalaman, pengetahuan, dan praktik terbaik dalam menjaga konsistensi rasa *cold brew*.
- c) Dukungan Teknologi Informasi: Pemanfaatan perangkat lunak manajemen produksi membantu Sumber Daya Manusia mencatat dan memantau setiap batch produksi secara detail. Teknologi ini memastikan bahwa setiap parameter yang memengaruhi rasa dapat dipantau dan dijaga.
- d) Sistem Penerapan Teknologi Produksi Modern: Penggunaan teknologi seperti mesin penggiling otomatis dan sistem penyeduhan khusus untuk *cold brew* mempermudah Sumber Daya Manusia menjaga akurasi dalam proses produksi,

mulai dari penggilingan hingga ekstraksi. Teknologi ini juga membantu mengurangi potensi kesalahan manual.

- e) Lingkungan Kerja yang Kondusif: Suasana kerja yang nyaman, bersih, dan mendukung kreativitas mendorong Sumber Daya Manusia untuk bekerja dengan lebih fokus. Fasilitas yang lengkap seperti ruang produksi ber-AC dan alat kebersihan yang memadai juga memengaruhi hasil kerja.
- f) Sistem Manajemen yang Berkualitas: Manajemen yang berkualitas dalam memberikan pelatihan, insentif, dan penghargaan kepada Sumber Daya Manusia menciptakan budaya kerja yang positif. Dukungan ini membangun rasa tanggung jawab Sumber Daya Manusia untuk menjaga kualitas produk.
- g) Sistem Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia: Pelatihan rutin tentang teknik produksi *cold brew*, perawatan peralatan, dan kontrol kualitas memperkuat kompetensi Sumber Daya Manusia pada pengembangan.
- h) Sistem Umpan Balik Pelanggan: Mengumpulkan dan merespon umpan balik pelanggan dengan cepat dapat membantu perusahaan menyesuaikan produk atau layanan untuk mempertahankan kualitas rasa yang konsisten.

Integrasi dan penerapan dari beberapa faktor ini dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk meningkatkan kinerja hubungan Sumber Daya Manusia dengan konsistensi rasa, mendukung keberlanjutan bisnis, dan membangun kepercayaan pelanggan dengan konsistensi rasa pada produk *cold brew*. Dalam industri kopi lokal, kombinasi antara bahan baku berkualitas, pelatihan Sumber Daya Manusia, dan teknologi modern adalah kunci untuk menghasilkan produk yang memenuhi ekspektasi konsumen.

3.7 Konsep Wirausaha Merdeka

Program Wirausaha Merdeka yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi bertujuan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa melalui pembelajaran berbasis praktik. Dalam program ini, inovasi produk menjadi salah satu kompetensi utama yang harus dikembangkan oleh peserta. Produk seperti kopi *cold brew* yang memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi kreativitas dan kemampuan inovasi mereka di pasar lokal. Pasar Lokal sebagai Target Inovasi

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Praktis

Kegiatan magang ini di laksanakan di KopiSiipp yang berlokasi di Apartemen Royal Cityloft B7 Shop House Unit 0203, Royal residence, Sumur Welut, Kec. Lakarsantri, Surabaya, Jawa Timur 60215. Yang saya mulai dengan kelompok di tanggal 28 Oktober 2024. Berikut ini rincian pelaksanaan kegiatan praktis:

4.1 Tabel Rincian Pelaksanaan Kegiatan Magang

No	Waktu	Bentuk Kegiatan
1	Minggu 1 28 Oktober-02 November	Pengenalan Lingkungan Tempat magang
2	Minggu 2 04 November-11 November	Pengenalan Alat dan Proses Pembuatan Minuman Kopi dan Non Kopi (Barista)
3	Minggu 3 11 November-16 November	Pendalaman Kegiatan Magang
4	Minggu 4 18 November-22 November	Pengumpulan Data dan Penyusunan Laporan
5	Minggu 5 19 November-23 November	Pengumpulan Data dan Penyusunan Laporan
6	11 Januari	Pengumpulan Laporan Magang

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel diatas adalah tabel kegiatan-kegiatan yang di laksanakan di tempat magang di Kopi siipp sampai dengan pembuatan laporan magang, yang di mulai dari tanggal 28 Oktober 2024 hingga tanggal 14 desember 2024 .

4.2 Metode Kegiatan Magang

Metode dalam kegiatan magang yang kami lakukan ini saya belajar metode dasar bagaimana pembuatan minuman berbahan dasar kopi. Ini melibatkan pemahaman tentang jenis kopi, seperti:

- a) Teknik penggilingan biji kopi.
- b) Kalibrasi Kopi atau kegiatan memastikan skala tertentu untuk menjaga konsistensi dari sajian kopi, kalibrasi dilakukan untuk mencapai keseimbangan rasa sajian kopi dari pendekatan persiapan penyajiannya.
- c) Teknik cara mengolah susu untuk menciptakan busa atau *foam* yang sempurna dalam kopi yang berbasis susu, seperti: *latte dan cappuccino*.
- d) Belajar *Latte Art*, *Latte Art* adalah seni menciptakan gambar yang indah pada permukaan minuman kopi, terutama pada minuman yang berbasis susu seperti *latte*. Teknik ini melibatkan kemampuan barista untuk mengatur susu dan *espresso* dengan presisi, menciptakan pola dan bentuk yang menarik di permukaan minuman.
- e) Pemahaman bahan makanan dan teknik memotong.
- f) Belajar membuat masakan dari menu makanan berat hingga makanan ringan atau *snack*.
- g) Penyesunan menu makanan dan minuman.
- h) *Food Plating* yaitu metode penataan dan penyajian makanan di atas piring dengan memperhatikan posisi dan komposisi makanan agar menunjukkan nilai seni dan kualitas yang tinggi.

- i) Kasir, disini kita belajar untuk berinteraksi langsung dengan konsumen atau customer dengan menawarkan menu hingga menu di beli oleh konsumen atau customer dan juga melakukan rekap laporan hasil penjualan di hari itu.
- j) *Waiters*, melayani konsumen atau customer dengan ramah seperti mengantar makanan atau minuman, membersihkan meja, memberikan informasi makanan atau minuman yang belum di buat.
- k) Kerjasama Tim, ini adalah hal yang paling penting dalam pembelajaran dalam magang ini. Karena kita harus bekerja di dalam tim yang terbagi menjadi tiga yaitu: *Bar, Kitchen, dan Floor*. Berikut penjelasannya:
 - 1. *Bar*: tim yang di dalam bar itu bertugas untuk membuat menu minuman dan pemesanan menu di bagian kasir.
 - 2. *Kitchen*: tim yang berada di kitchen akan mengolah pesanan makanan yang dipesan oleh customer hingga plating makanan.
 - 3. *Floor*: tim yang berada di *floor* adalah tim yang menjadi *waiters* yang dimana tugasnya mengantarkan makanan maupun minuman yang sudah di pesan, lalu wajib membersihkan atau merapihkan meja atau kursi yang ada.
- l) *General Cleaning*, hal ini di lakukan untuk menjaga kebersihan, kesehatan, dan keamanan lingkungan kerja yang di lakukan bersama-sama dengan seluruh karyawan. Dengan menjaga kebersihan dan keaman melalui *general cleaning*, kafe dapat memberikan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan, dan memastikan standar kesehatan dan keselamatan makanan di *cafe* tersebut.

Metode kegiatan-kegiatan ini lah yang saya dan kelompok pelajari, dari mulai menjadi *barista*, koki atau tukang masak, kasir, dan *waiters*.

Aktivitas magang :

4.2.1 Tabel Aktivitas Magang

Hari/Tanggal	Aktivitas Magang	Hal yang dipelajari
28 Oktober-2 November 2024	Melakukan perkenalan lingkungan <i>cafe</i> atau tempat magang	- Beradaptasi dengan lingkungan <i>cafe</i> . - Membangun <i>chemistri</i> antar anggota dan tim <i>cafe</i> . - <i>Customer Relationship</i>
3 November-11 November 2024	<i>Barista</i>	- Kalibrasi Kopi - Steam susu -Membuat varian minuman kopi dan non kopi
11 November-16 November 2024	<i>Kitchen</i>	- Membuat olahan makanan - Prepare bahan olahan - Pengemasan makanan
17 November -24 November 2024	<i>Waiters</i>	- Melayani customer - <i>Cleaning up</i>
25 November – 2 Desember 2024	<i>General Cleaning</i>	- Kerjasama Tim - Kekompakan Tim
3 Desember-16 Desember 2024	<i>Chasier</i>	-Menjelaskan menu - Menerima pesanan - Laporan keuangan

Sumber : Kopi Siuppp, 2024

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metodologi penelitian yang digunakan dalam pengambilan dan pengumpulan data dalam laporan magang ini adalah dengan metode kualitatif.

Dalam proses pengumpulan data dengan metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata ungkapan berupa lisan maupun tertulis dari hasil wawancara atau interview yang sudah dilakukan menurut beberapa narasumber. Berikut ini adalah beberapa metode pengumpulan data antara lain :

a) Observasi :

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

b) Wawancara :

Pengumpulan data melalui wawancara melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk mendapatkan data. Langkah penting melibatkan perencanaan pertanyaan, pemilihan responden, dan analisis data yang teliti. Metode ini mengumpulkan data menggunakan interaksi secara langsung dengan responden atau narasumber secara langsung dengan menentukan tujuan wawancara, identifikasi responden yang relevan, dan dengan daftar yang terstruktur.

Kopi yang memiliki rasa seperti apa yang anda sukai?..
9 jawaban

- coffe latte
- Coffe latte
- yang manis kayak hoooh
- Tidak terlalu manis
- Creamy dan tidak asam
- rasa pekat kayak robusta
- like caramel machiato
- Tidak terlalu pahit sedang saja dan cenderung rendah gula
- kadano pahit, kadano manis



Sumber : JA'I Kopi Cold Brew 2024

c) Dokumentasi :

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



Sumber : JA'I Kopi Cold Brew 2024

4.4 Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat di temukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Data analisis yang digunakan dalam penulisan laporan magang dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dan pengumpulan data-data yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dan mencari pemecahan masalah yang sering terjadi di KopiSiipp khususnya dalam kinerja Sumber Daya Manusia dalam pengaruh konsistensi rasa dalam kegiatan pembuatan menu. Khususnya pergantian pada biji kopi baru dalam pembuatan metode *cold brew* yang lebih menarik. Meskipun analisis ini berjalan dengan baik, namun sebagian konsumen kurang tertarik dengan biji kopi yang baru atau metode yang digunakan.

4.5 Identifikasi Masalah

Dalam pelaksanaan program learning together atau magang di KopiSiipp saya melihat dari metode observasi, wawancara hingga dokumen munculnya suatu masalah yang ada di dalam kegiatan pembuatan menu, yang dimana pengembangan dan pemasaran kopi *cold brew*.

Dari penjabaran data analisis di atas, ada beberapa masalah pendukung seperti:

- a) Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten: Variasi dalam jenis kualitas atau tingkat kesegaran pada biji kopi dapat memengaruhi rasa. Terjadi variasi rasa antar batch berbeda yang disebabkan oleh perbedaan kualitas bahan baku atau prosedur yang tidak konsisten dan terjadinya rasa yang tidak konsisten.

- b) Efisiensi Produksi: Proses produksi memakan waktu yang lama atau peralatan yang kurang optimal. Pada produksi kopi *cold brew* yang berkualitas membutuhkan waktu yang cukup panjang antara 12-24 jam dan terbatasnya alat untuk produksi kopi *cold brew*.

4.6 Sebab dan Akibat Masalah

4.6.1 Sebab Masalah

1. Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten:

- a) Variasi Biji Kopi: Biji kopi memiliki variasi rasa yang berbeda yang disebabkan oleh kondisi tanah, iklim cuaca, dan metode budidaya, dan menghasilkan karakteristik rasa yang unik. Maka dari itu produk *cold brew* harus memilih supplier biji kopi yang terpercaya dan gunakan jenis yang sama secara konsisten.
- b) Metode Ekstraksi yang Tidak Standar: Perbedaan dalam pembuatan kopi *cold brew* dengan cara Teknik perendaman atau rasio kopi dengan air selama waktu yang ditentukan agar mendapat hasil rasa yang berbeda.
- c) Perbedaan Waktu Perendaman: Dalam waktu yang cukup lama sekitar 12-24 jam dapat mempengaruhi karakter rasa pada produk *cold brew*, jika waktu perendaman kopi yang berbeda maka setiap *batch* akan menghasilkan rasa yang tidak sama.

2. Efisiensi Produksi:

- a) Proses produksi yang Lambat: Proses pada produk *cold brew* memerlukan waktu yang cukup lama untuk menghasilkan rasa yang lembut dan kadar asam

yang rendah. Proses ini memerlukan kontrol yang cukup ketat terhadap waktu dan suhu perendaman, dan dapat memakan waktu maupun energi.

- b) Jumlah Produksi yang Besar: Pada produksi dalam jumlah skala yang besar, seperti pada kualitas air, suhu perendaman, dan kelembapan menjadi lebih sulit, dan dapat memengaruhi rasa dalam kualitas produk.
- c) Keterbatasan Peralatan: Keperluan peralatan yang cukup banyak untuk digunakan membuat produk *cold brew* dalam jumlah yang besar dan tidak dirancang dalam proses perendaman yang efisien, meningkatkan energi dan waktu, serta menambah biaya operasional.

Kesalahan tersebut dapat dipahami agar lebih mudah untuk menemukan Solusi dan mengatasi dalam pembuatan produk *cold brew* yang konsisten.

4.6.2 Akibat Masalah

Akibat dari masalah yang terjadi pada analisis *cold brew* pada industri kopi lokal dan dapat mempengaruhi berbagai aspek dalam bisnis, mulai dari kualitas produk hingga pengalaman konsumen. Berikut beberapa akibat yang mungkin timbul masalah dalam inovasi produk kopi *cold brew*:

1. Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten:

a) Variasi Biji Kopi:

Akibat: Konsumen merasa kecewa karena biji kopi yang digunakan berbeda dan terjadi rasa produk kopi *cold brew* berbeda dari yang mereka inginkan. Hal ini dapat merusak reputasi *brand* dan menyebabkan penurunan loyalitas pelanggan. Perbedaan pada rasa juga dapat mengurangi minat beli pada pelanggan, karena pelanggan merasa kualitas produk yang tidak stabil atau tidak dapat diandalkan.

b) Metode Ekstraksi yang Tidak Standar:

Akibat: Rasa yang tidak stabil dan tidak konsisten pada produk kopi *cold brew* bisa menjadi terlalu pahit atau terlalu lemah, memengaruhi pengalaman rasa pada pelanggan. Rasa yang tidak cocok ini dapat menyebabkan pelanggan beralih ke produk pesaing yang menawarkan konsistensi pada rasa, dan dapat merugikan penjualan dan citra *brand*.

c) Perbedaan Waktu Perendaman:

Akibat: Jika waktu pada perendaman yang tidak stabil dan tidak konsisten, maka hasil rasa yang didapat pada produk *cold brew* akan berubah. Hal ini mengakibatkan pelanggan yang tidak puas dan menginginkan rasa yang stabil dan konsisten. Jika pelanggan merasa tidak puas, mereka tidak yakin dan memikirkan untuk membeli produk, pelanggan akan mencari produk pada *brand* lain.

2. Efisiensi Produksi:

a) Proses Produksi yang Lambat:

Akibat: Waktu produksi yang cukup lama dapat meningkatkan biaya operasional dan dapat memperlambat kecepatan distribusi. Hal ini dapat menyebabkan keterlambatan dalam memenuhi penjualan pasar, yang berujung pada kehilangan peluang penjualan dan pengaruh terhadap ketersediaan produk di pasar.

b) Jumlah Produksi yang Besar:

Akibat: Kesulitan dalam menjaga kualitas konsisten dalam produksi besar dan dapat menurunkan standar pada produk. Terjadi ketidakmampuan untuk mengontrol produk dalam jumlah cukup besar dan dapat menyebabkan produk

dengan kualitas yang buruk, pada akhirnya merusak akan citra *brand* dan merugikan bisnis dalam jangka waktu yang panjang.

c) Keterbatasan Peralatan:

Akibat: Peralatan yang tidak efisien dapat meningkatkan biaya produksi dan waktu cukup lama yang dibutuhkan untuk menghasilkan kopi *cold brew* dalam jumlah yang besar. Dan peralatan yang tidak optimal dapat meningkatkan pemborosan bahan baku, sehingga mengurangi profitabilitas perusahaan dan meningkatkan biaya operasional.

4.6.3 Solusi Masalah

Akibat dari masalah yang terjadi pada produk *cold brew* yang diatas, maka dapat saya simpulkan ada beberapa faktor-faktor penyebab yang menimbulkan akibat adalah:

1. Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten :

a) Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP):

Untuk mengatasi perbedaan pada rasa, maka dari itu Standar Operasional Prosedur yang ketat dalam pemilihan pada biji kopi, proses ekstraksi, dan waktu perendaman. Menetapkan pada rasio kopi dan air yang konsisten serta kontrol waktu dan suhu perendaman yang dapat membantu menjaga kestabilan rasa di setiap *batch*.

b) Pemilihan Macam Biji Kopi yang Terpercaya:

Pemilihan biji kopi dengan standar kualitas yang tinggi dan konsisten. Dapat memilih biji yang lebih stabil dan mengontrol kualitas melalui uji cupping secara berkala dapat membantu mengurangi variasi rasa antar *batch*.

c) Penggunaan Teknologi untuk Monitoring Ekstraksi:

Penggunaan pada teknologi untuk memantau dan mengontrol variabel seperti suhu dan waktu pada produksi. Beberapa perangkat otomatis dapat membantu menjaga konsistensi rasa dengan memberikan parameter yang lebih presisi selama waktu proses pada produksi.

2. Efisiensi Produksi:

a) Penggunaan Peralatan Ekstraksi Otomatis:

Investasi pada mesin ekstraksi kopi *cold brew* otomatis dapat mengatur suhu dan waktu secara presisi agar mempercepat proses dan mengurangi ketergantungan pada proses manual. Mesin ini juga membantu menghasilkan *batch* yang lebih konsisten, dengan efisiensi yang lebih baik.

b) Pelatihan dan Standarisasi Tim Produksi:

Pastikan tim produksi terlatih dengan baik dan dapat memahami setiap proses secara menyeluruh. Mengurangi variabel manusia dalam proses produksi akan membantu menjaga kualitas dan efisiensi, dan dapat mengurangi kesalahan dan bisa menambah waktu dan biaya.

c) Penyederhanaan Proses Ekstraksi:

Penyederhanaan proses ekstraksi dalam pembuatan *cold brew* bertujuan untuk meningkatkan efisiensi produksi, memastikan konsistensi rasa, dan mengurangi kesalahan manual. Dengan menggunakan teknik perendaman yang

lebih cepat, seperti menggunakan tekanan atau vakum pada *cold brew* seperti metode tekanan, bisa mempercepat ekstraksi tanpa mengorbankan kualitas rasa pada kopi *cold brew*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di bab sebelumnya, pada pengembangan dan pemasaran produk kopi *cold brew* pada industri kopi lokal. Dari hasil identifikasi masalah yang ada, terdapat dua masalah yang dapat mempengaruhi kualitas dan daya saing produk, yaitu kualitas rasa yang tidak konsisten, dan efisiensi produksi yang memakan waktu cukup lama dan sumber daya.

Melalui analisis yang mendalam, ditemukan bahwa pengembangan produk kopi *cold brew* memerlukan kombinasi antara inovasi, konsistensi kualitas, dan pemahaman terhadap preferensi pasar. Inovasi pada varian rasa, desain kemasan, serta metode distribusi yang lebih efisien menjadi poin penting untuk meningkatkan daya saing pada produk. Sementara itu, strategi pemasaran berbasis digital dan pendekatan langsung kepada konsumen terbukti efektif untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

Program magang ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi antara tim produksi dan pemasaran dalam menciptakan sebuah produk yang berkualitas tinggi dan diterima baik oleh konsumen. Selain itu, pendekatan berbasis data dalam memahami perilaku konsumen, tren pasar, serta efektivitas strategi promosi terbukti menjadi elemen kunci dalam mendukung keberhasilan pada pemasaran produk.

Untuk mengatasi masalah kualitas rasa yang tidak konsisten, sangat penting untuk menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat, untuk

memastikan pemilihan biji kopi yang berkualitas, serta memanfaatkan teknologi untuk mengontrol variabel ekstraksi seperti suhu dan waktu. Dengan langkah ini, produk cold brew dapat diproduksi dengan rasa yang lebih stabil dan terjaga kualitasnya di setiap batch, yang dimana akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan brand.

Terkait dengan masalah pada efisiensi produksi yang memakan waktu cukup lama dan sumber daya, solusi yang diterapkan yaitu menggunakan peralatan ekstraksi otomatis untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produksi. Selain itu, penggunaan teknik perendaman yang lebih cepat dan pelatihan tim produksi juga akan mengurangi pemborosan waktu dan meningkatkan kualitas produksi dalam skala besar. Dengan Solusi yang diatas dapat diterapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan begitu pengembangan dan pemasaran produk *cold brew* meningkat dan berkualitas kepuasan konsumen, dan bisnis akan berkembang pesat dan meningkatkan citra *brand*.

5.2 Saran

Berdasarkan pengembangan dan pemasaran produk *cold brew*, berikut beberapa saran untuk meningkatkan citra *brand* pada daya saing produk di pasar:

1. Meningkatkan Konsistensi Kualitas Rasa *Cold Brew*:

a) Teknologi dalam Proses Ekstraksi:

Penggunaan teknologi yang efisien dapat mengontrol suhu serta waktu ekstraksi dan mengurangi variabilitas dalam hasil produksi, sehingga mendapatkan rasa yang lebih stabil kepada konsumen.

b) Penerapan Standar Operasional Prosedur pada Tim:

Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) sangat penting untuk memastikan bahwa setiap *batch cold brew* memiliki kualitas rasa yang konsisten, yang sangat penting untuk mempertahankan rasa yang diinginkan konsumen.

2. Efisiensi Produksi:

a) Peningkatan Sistem Produksi Berkelanjutan:

Untuk skala produksi yang jumlah lebih besar, penerapan pada sistem otomatis pada monitor suhu, kelembapan, dan kualitas air dapat mengurangi kesalahan pada produksi dan dapat meningkatkan konsistensi produk. Hal ini dapat membantu menjaga kualitas produk.

b) Pelatihan dan Standarisasi Proses Produksi:

Memberikan pelatihan rutin kepada tim produksi mengenai standar dan prosedur yang telah ditetapkan pada bisnis akan sangat membantu dalam mengurangi kesalahan pada tim, sehingga dapat mengurangi pemborosan dan menjaga kualitas pada bisnis.

Dengan adanya penerapan solusi tersebut dapat meningkatkan kualitas rasa yang konsisten pada produk *cold brew* di industri kopi lokal, dan efisien produk *cold brew*. Dapat meningkatkan daya saing produk di pasar, dan meningkatkan penjualan produk dalam jangka Panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardini, S.N., Jayanti, I.D., Ulfah, M. And Saputro, B.A., 2021. Implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka di Universitas PGRI Semarang Tahun 2020-2021: Permasalahan Dan Solusi. JP3 (Jurnal Pendidikan dan Profesi Pendidik), 7(2). DOI: <https://doi.org/10.26877/jp3.v7i2.10662>
- Chamberlin, J., Novotney, A., Packard, E., & Price, M. (2008, May). *Enhancing worker well-being: Occupational health psychologists convene to share their research on work, stress, and health. Monitor on Psychology, 39*(5).
- Fransegi Domelky, F. D., Indriana Kristiawati, S. E., & MM, I. (2023). Kepuasan kerja, kepuasan kehidupan kerja, dan Organizational trust terhadap employee engagement pada karyawan Multitrans (Doctoral dissertation, Stia Manajemen dan Keperlabuhan Barunawati Surabaya)
- G Wijonarko, GW and A Wirapraja, AW (2022) Pengaruh Green Human Resource Management Terhadap Peningkatan Kepuasan Kerja dan Produktivitas Karyawan Melalui Perspektif *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Konstelasi: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi, Vol.2 (No.1)*. (Stia Manajemen Dan Keperlabuhan Barunawati Surabaya).
- Haryono Rezky. 2021. Pengaruh Lama Penyeduhan Terhadap Kualitas dan Jumlah Padatan Minuman Kopi Seduh Dingin Arabika. Universitas Negeri Jakarta.
- Izzatina Rahmawati, A., W., & Rejeki, H. (2021). Analisis Kadar Kafein Pada Produk Bubuk Kopi Murni Yang Dihasilkan Di Kabupaten Pekalongan Menggunakan Metode High Performance Liquid Chromatography (HPLC). *Kajen: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pembangunan, 5*(01),61-78.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi, 8*(1),

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pemberitahuan Bergabung WMK Universitas Ciputra



Kartu Hasil Seleksi

Nama : ALVITA JAYANTI
NIM : 23111008
Perguruan Tinggi : STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Kode Registrasi : 073088-23111008

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

Status : **Diterima**

Kartu hasil seleksi ini merupakan tanda bahwa mahasiswa bersangkutan telah mengikuti proses seleksi program Wirausaha Merdeka dan mahasiswa diwajibkan mengikuti aturan pelaksanaan program yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi pelaksana.

Diambil dari www.wirausahamerdeka.id pada: 20 September 2024 10:11:23

Lampiran 2 Aktivitas Magang atau Learning Together



Lampiran 3 Daftar Nilai Magang dari Perusahaan



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

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

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

**NILAI MAGANG DI TEMPAT KERJA
TAHUN 2024**

Nama : Alvita Jayanti
NIM : 23111008
Tempat Magang: KOPi GRIFF
Alamat Instansi : Apartemen Royal Citylet B7 0203
Judul : Analisis Pengembangan dan Pemasaran Produk kopi Cold brew Pada industri kopi lokal di wirausaha merdeka universitas caputra 2024

NO	Penilaian Atas Dasar	Nilai		Keterangan
		Angka	Huruf	
1	Etika dan Kedisiplinan	85	A	
2	Inisiatif dan Kreativitas	85	A	
3	Hasil Magang	85	A	
4	Hubungan dalam Lingkungan Kerja	80	A-	

Keterangan : Nilai diberikan berupa angka pada interval 1-100

1 - 50 : E (Gagal)
51 - 55 : D (Kurang)
56 - 65 : C (Cukup)
66 - 70 : BC (Antara baik dan cukup)
71 - 75 : B (Baik)
76 - 80 : AB (Antara sangat baik dan baik)
81 - 100 : A (Sangat baik)

Mengetahui,
Pimpinan Perusahaan



Surabaya, 07 Januari 2025
Pembimbing Perusahaan



Lampiran 4 Surat Persetujuan Magang dari Perusahaan

Kopi Siipp

Royal City Loft B07 shop House unit 0203, Royal residence, semur welut, kec
Lakarsantri, Surabaya Jawa timur 60215

SURAT PERSETUJUAN MAGANG

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andhika pratama
Jabatan : Owner (pemilik kedai)
Alamat : Jln.lidah Bukit Mas

Dengan menerangkan bahwa :

Nama : Alvita jayanti
Jabatan : Magang
Alamat : jl. kreimbangan bhakti X no 05

Adalah benar merupakan karyawan yang akan melakukan kegiatan learning together di Kopi Siipp mulai 28 Oktober 2024 sampai dengan 16 Desember 2024. Selama magang, yang bersangkutan telah menunjukkan dedikasi dan loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan dan tidak pernah melakukan hal-hal yang merugikan perusahaan.

Kami berterimakasih dan berharap semoga yang bersangkutan dapat lebih sukses dimasa yang akan datang.

Demikian surat keterangan ini di buat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat saya,

Andhika pratama
Owner kopi siipp

Lampiran 5 Nilai Universitas Ciputra Surabaya

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

16/01/2025

ACADEMIC TRANSCRIPT

Name ALVITA JAYANTI
 Student Identification Number 0206032417218
 Place and Date of Birth - / 2024-09-29
 Faculty School of Creative Industry
 Department Architecture
 Level Bachelor

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

Grade:

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

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

Surabaya, January 16, 2025

Authorized by Office Of The Registrar