

**AKTIVITAS PELAYANAN PELANGGAN PADA ELMAR CAFE  
& EATERY TERHADAP PROGRAM MBKM WIRAUSAHA  
MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

**LAPORAN MAGANG**

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



**DIAJUKAN OLEH :  
VANDIM MAHARDIKA  
23111040**

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

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LAPORAN MAGANG**

**AKTIVITAS PELAYANAN PELANGGAN PADA ELMAR CAFE  
& EATERY DALAM PROGRAM MBKM WIRUSAHA  
MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

**DIAJUKAN OLEH :  
VANDIM MAHARDIKA  
23111040**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

**KEPALA PROGRAM STUDI**



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

**DOSEN PEMBIMBING**



**DIAN ARISANTI, S.Kom, MM**  
NIDN : 0709058202

**MENGETAHUI,  
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA  
KETUA**



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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LAPORAN MAGANG**

**AKTIVITAS PELAYANAN PELANGGAN PADA ELMAR  
CAFE & EATERY DALAM PROGRAM MBKM WIRUSAHA  
MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA 2024**

DISUSUN OLEH  
**VANDIM MAHARDIKA**  
23111040

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG PADA

TANGGAL :

**DEWAN PENGUJI**

1. **Dr. GUGUS WIJONARKO, MM**  
NIDN : 0708116501
2. **NUR WIDYAWATI, S.SI, S.SE, M.SM**  
NIDN : 0704069201



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

MENGETAHUI  
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA  


**Dr. GUGUS WIJONARKO, MM**

NIDN : 0708116501

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran tuhan yang maha esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehinggaa dapat menyelesaikan laporan kegiatan magang judul “**AKTIVITAS PELAYANAN PELANGGAN PADA ELMAR CAFE & EATERY**” untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu administrasi bisnis pada program studi administrasi bisnis kepelabuhanan di stiamak barunawati.

Laporan magang ini tidak akan dapat berhasil apabila tidak adanya keterlibatan pihak lainnya yang turut membantu dalam proses pembuatan laporan magang oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Gugus Wijanarko, MM. Selaku Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
2. Juli Prastyorini, S. Sos, MM. Selaku Ketua Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
3. Dian Arisanti, S.Kom, MM. Selaku Dosen Pembimbing dari Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.
4. Dr. David Sukardi Kodrat, M.M, CPM (Asia). Selaku Ketua Pelaksana Wirausaha Merdeka di Universitas Ciputra Surabaya
5. Prof. Dr. Drs. Thomas Kaihatu, M.M. Selaku Mentor 1 di Universitas Ciputra Surabaya.
6. Wina Christina, S.E, M.M. Selaku Mentor 2 di Universitas Ciputra Surabaya.
7. Bapak iqbal ramadhan Selaku owner/pemilik elmar caffe & eatery yang telah memberikan tempat pengalaman selama magang.

8. Kedua Orang Tua yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat guna menyelesaikan laporan magang ini.
9. Dan semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu terima kasih atas segala dukugan informasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu diharapkan segala kritik dan saran yang dapat membangun untuk menjadi lebih baik lagi. Akhir kata penulis mengucapkan syukur serta semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan kepada seluruh pembaca.

Surabaya, Januari 2025

Vandim Mahardika  
23111040

## 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> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Magang.....	2
1.2.2 Manfaat Magang.....	4
<b>BAB II</b> .....	5
<b>GAMBARAN OBJEK PROGRAM MAGANG</b> .....	5
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Dan Visi Misi Perusahaan.....	5
2.2 Struktur organisasi, Tugas, dan Tanggung Jawab .....	6
2.3 Aktifitas perusahaan .....	14
<b>BAB III</b> .....	16
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	16
3.1 Pengertian Café .....	16
3.2 Pengertian Kopi.....	17
3.3 Pengertian Pelayanan Pelanggan .....	18
3.4 Strategi Meningkatkan Pelayanan Pelanggan .....	19
3.5 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	21
<b>BAB IV</b> .....	24
<b>PEMBAHASAN</b> .....	24
4.1 Kegiatan Praktis .....	24
4.2 Metode kegiatan magang.....	28
4.3 Pengumpulan Data.....	32
4.4 Analisis Data.....	33
4.5 Identifikasi Masalah .....	34

4.6 Sebab dan Akibat Masalah .....	35
4.6.1 Sebab masalah.....	35
4.6.2 Akibat Masalah.....	36
4.7 Solusi Pemecah Masalah .....	36
<b>BAB V</b> .....	37
<b>PENUTUP</b> .....	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran.....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	39
<b>LAMPIRAN</b> .....	xii

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Kegiatan Magang.....	28
--------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Struktur Organisasi .....	7
Gambar 2.4. Daftar Menu.....	15
Gambar 4.1 Prosedur Aktivitas Pelayanan Pelanggan <i>Elmar Café &amp; Eatery</i> .....	27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Magang
- Lampiran 2 Aktifitas Magang Atau Leaning Together
- Lampiran 3 Tempat Magang Atau Leaning Together
- Lampiran 4 Daftar Nilai
- Lampiran 5 Formulir Pendaftaran Magang
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Magang
- Lampiran 7 Lembar Nilai Magang Di Tempat Kerja

## **BAB I**

### **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 program pertukaran mahasiswa, melakukan kegiatan kewirausahaan, membuat studi proyek independen, dan mengikuti program kemanusiaan.

Salah satu upaya yang dilakukan ialah dengan mewujudkan mata kuliah Magang untuk mahasiswa. Pada kesempatan ini sebagai salah satu mahasiswa Program Studi S1 Administrasi Bisnis, STIAMAK Barunawati mendapat kesempatan mengikuti kegiatan MBKM Wirausaha Merdeka di salah satu kampus swasta Surabaya yaitu Universitas Ciputra dan kampus ini yang memberikan tempat dimana mahasiswa yang ingin mempelajari wirausaha dan penerapannya secara langsung yaitu kegiatan magang/leaning together.

Magang kerja merupakan kegiatan penting bagi mahasiswa yang bertujuan untuk mendapatkan pengalaman langsung di dunia kerja, dalam hal ini di salah satu kafe di Surabaya. Kegiatan ini sesuai dengan program Wirausaha Merdeka, yang fokus pada bidang FnB (food and beverages). Salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis kafe adalah pelayanan pelanggan. Pelayanan yang baik tidak hanya meliputi penyajian makanan dan minuman yang enak, tetapi juga mencakup pengalaman keseluruhan yang dialami pelanggan, mulai dari interaksi dengan staf hingga kenyamanan tempat. Semua aspek ini berkontribusi dalam penilaian pelanggan

terhadap kafe dan mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali atau merekomendasikannya.

Pelayanan pelanggan yang baik menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan bisnis, yang sangat penting untuk membangun loyalitas. Pelanggan yang merasa dihargai lebih cenderung untuk kembali dan berbagi pengalaman positif mereka. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menurunkan reputasi kafe dan menyebarkan ulasan negatif. Memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan juga menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan. Oleh karena itu, pelaku bisnis kafe perlu memprioritaskan pelatihan staf dan meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, keberhasilan dalam bisnis kafe sangat dipengaruhi oleh seberapa baik pelayanan yang diberikan, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan bisnis jangka Panjang.

Topik "Aktivitas Pelayanan Pelanggan Pada Elmar *Café & Eatery* Terhadap Program MBKM Wirausaha Usaha Merdeka Universitas Ciputra 2024" dipilih karena relevansinya dengan program Wirausaha Merdeka yang memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam dunia bisnis FnB. Pelayanan pelanggan adalah faktor kunci dalam keberhasilan sebuah kafe, dan dengan mengeksplorasi aktivitas pelayanan di Elmar *Café & Eatery*, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam era digital saat ini, reputasi bisnis sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan, sehingga penting untuk memahami bagaimana pelayanan yang baik dapat membangun citra positif. Selain itu, dengan memahami harapan dan kebutuhan pelanggan, kafe dapat berinovasi dalam menu dan layanan. Melalui penelitian ini, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengalaman praktis tetapi juga berkontribusi pada pengembangan profesi mereka, memberikan dasar yang kuat untuk memahami aspek-aspek penting dalam industri pelayanan.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat Magang**

### **1.2.1 Tujuan Magang**

Sehubungan dengan mengikuti program MBKM Wirausaha Merdeka yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya yang dimana di dalam

kegiatan tersebut terdapat kegiatan *Leaning Together*. Berikut tujuan magang (*Leaning Together*) bagi Mahasiswa, bagi Institut tempat bagi Stiamak :

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola aktivitas pelayanan pelanggan, yang dapat menjadi bekal untuk karir di masa depan.
- b. Mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan komunikasi, kerja tim, manajemen waktu, serta kemampuan problem-solving yang dibutuhkan di dunia kerja.
- c. Mahasiswa mendapatkan sertifikat pengalaman magang yang dapat digunakan sebagai nilai tambah dalam dunia professional/kerja.

2. Bagi Institut Tempat Magang

- a. Mahasiswa magang dapat membawa perspektif segar dan ide-ide kreatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan.
- b. Mahasiswa dapat membantu operasional harian, sehingga memberikan manfaat langsung bagi bisnis.
- c. Keterlibatan institut tempat magang dalam program MBKM menunjukkan komitmen mereka dalam mendukung pendidikan dan pengembangan generasi muda.

3. Bagi STIAMAK

- a. Mendapatkan peningkatan kompetensi dan daya kerja mahasiswa terutama dalam pengembangan kualitas mahasiswa yang mampu bersaing di dunia kerja maupun di dunia wirausaha
- b. Sebagai saran untuk meningkatkan dan mengimplementasikan kerjasama anatar Elmar *Café & eatery* dengan kampus STIAMAK baik yang bersifat akademis dan juga organisasi.
- c. Memperkaya kurikulum dengan pengalaman nyata dari lapangan atau secara langsung liwat magang.

### **1.2.2 Manfaat Magang**

Tujuan yang didapatkan dari program magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) adalah sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh wawasan dan pengetahuan tentang dunia kerja selama dilapangan. Mahasiswa akan merasa secara langsung perbedaan antara teori di dalam perkuliahan dengan yang ada dilapangan.
2. Untuk meningkatkan pengalaman mahasiswa dalam dunia kerja.
3. Serta dapat meningkatkan soft skill yang dimiliki mahasiswa selama mengikuti program magang MBKM.

## BAB II

### GAMBARAN OBJEK PROGRAM MAGANG

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Dan Visi Misi Perusahaan

##### 2.1.1 Sejarah singkat elmar *café & eatery*

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

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

Cafe ini dibangun dilokasi yang cukup strategis karena kafe dikelilingi oleh sekolah sehingga banyak pengunjung dari lingkungan sekitar, seperti murid yang bersekolah dilingkungan kafe dan juga wali murid yang sedang menunggu anaknya. Perhitungan yang matang mengenai aspek pengadaan bahan baku yang pasti, kualitas makanan yang terjaga baik, financial yang matang. Harga yang cukup terjangkau kenyamanan, operasional yang terkontrol serta marketing yang tajam dalam menciptakan segmentasi pasar yang cukup luas.

### **2.1.2 visi dan misi elmar *café & eatery***

#### **a. Visi :**

Memberikan pelayanan terbaik terhadap customer dalam harga yang terjangkau, dan di tunjjang dengan tempat yang nyaman dan pelayanan terbaik.

#### **b. Misi :**

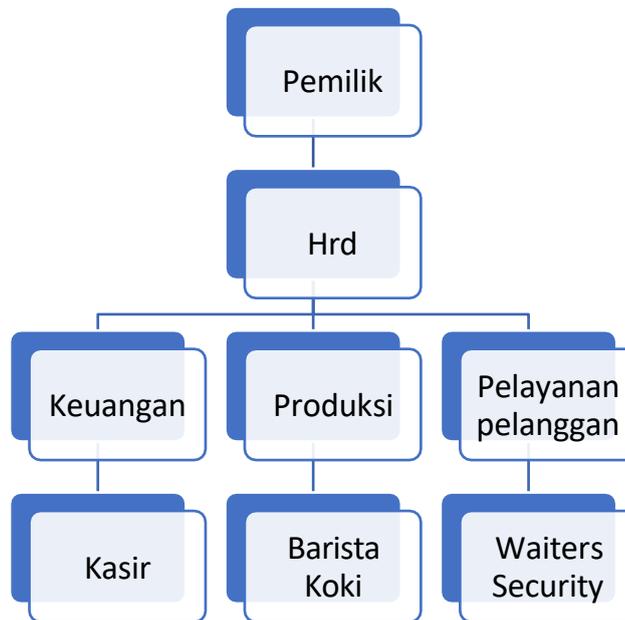
- a. Menyiapkan kopi berkualitas tinggi dan menu makanan yang inovatif untuk memuaskan selera pelanggan.
- b. Menyediakan layanan pelanggan yang ramah, profesional, dan responsife guna menciptakan hubungan jangka Panjang.
- c. Mempertahankan cita rasa kopi yang berkualitas tinggi serta meningkatkan kreativitas untuk menciptakan menu-menu baru yang lebih bervariasi untuk ditawarkan dan dinikmati customer.
- d. Berkomitmen untuk keberlanjutan dengan mengutamakan bahan-bahan praktik ramah lingkungan.

## **2.2 Struktur organisasi, Tugas, dan Tanggung Jawab**

### **2.2.1 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah sistem yang digunakan untuk mendefinisikan hierarki dalam sebuah organisasi dengan tujuan menetapkan cara sebuah organisasi dapat beroperasi, dan membantu organisasi tersebut dalam mencapai tujuan yang ditetapkan di masa depan. Seperti bagaimana pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikomunikasikan secara formal.

Struktur organisasi memengaruhi Tindakan organisasi dan memberikan dasar bagi prosedur operasional standar dan rutinitas. Hal ini termasuk menentukan individu mana yang dapat berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan dan dengan demikian sejauh mana pandangan mereka membentuk Tindakan organisasi. Struktur organisasi juga daapt dianggap sebagai kaca pembesar atau perspektif yang dapat digunakan individu untuk melihat organisasi dan lingkungannya.



**Gambar 2.2** struktur organisasi elmar *café & eatery*

Sumber : Elmar *Café & Eatery*

### 2.2.2 Tugas dan Tanggung Jawab

Setiap struktur organisasi pasti memiliki tugas dan tanggung jawab masing” Adapun tugas dan tanggung jawab adalah sebagai berikut:

1. Pemilik: Atau yang sering disebut sebagai owner, memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan dan mengelola bisnis.
  - a. Memimpin dan mengelola bisnis  
Pemilik Perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa bisnis berjalan dengan lancar. Mereka harus mengambil Keputusan strategi yang mempengaruhi arah dan keberhasilan Perusahaan.
  - b. Pengambil Keputusan  
Pemilik memiliki kewenangan untuk membuat Keputusan penting terkait operasional, investasi, dan pengembangan Perusahaan. Ini termasuk menentukan visi, misi, dan tujuan jangka panjang perusahaan.
  - c. Delegasi tugas

Meskipun perusahaan harus mempertimbangkan tanggung jawab, mereka juga dapat mendelegasikan tugas-tugas tertentu kepada jajaran karyawan. Ini membantu dalam pengelolaan yang lebih efisien dan fokus pada aspek strategis.

d. Tanggung jawab kepada pihak terkait

Pemilik perusahaan harus mempertimbangkan tanggung jawab kepada berbagai pihak, termasuk karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Ini mencakup memastikan kesejahteraan karyawan dan keputusan pelanggan.

e. Pengawasan keuangan

Pemilik bertanggung jawab untuk mengawasi aspek perusahaan, termasuk pengelolaan anggaran dan laporan keuangan. Mereka harus memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara efisien dan menguntungkan.

f. Inovasi dan pengembangan

Pemilik juga harus mendorong inovasi dan pengembangan produk atau layanan baru untuk menjaga daya saing perusahaan di pasar.

2. HRD: Departemen yang berfokus pada pengembangan sumber daya manusia dalam sebuah organisasi. Tugas utama HRD meliputi pengelolaan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan keterampilan, dan kemampuan mereka agar dapat berkontribusi secara maksimal terhadap tujuan perusahaan.

a. Rekrutmen dan seleksi

HRD bertanggung jawab untuk menarik, memilih, dan merekrut karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Ini termasuk Menyusun iklan lowongan, melakukan wawancara, dan menilai kandidat.

b. Pelatihan dan pengembangan

Salah satu tugas utama HRD adalah merancang dan melaksanakan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan

pengetahuan karyawan. Ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja.

c. Manajemen kinerja

HRD juga bertanggung jawab untuk mengelola kinerja karyawan melalui penilaian berkala dan memberikan umpan balik. Mereka membantu dalam menetapkan tujuan dan mengembangkan rencana perbaikan jika diperlukan.

d. Pengelolaan hubungan karyawan

HRD berperan dalam menjaga hubungan yang baik antara manajemen dan karyawan. Mereka menangani masalah yang muncul, seperti konflik di tempat kerja, dan memastikan bahwa kebijakan perusahaan diikuti.

e. Kompensasi dan tunjangan

HRD mengelola sistem kompensasi dan tunjangan untuk karyawan, termasuk gaji, bonus, dan manfaat lainnya. Mereka juga melakukan analisis pasar untuk memastikan bahwa paket kompensasi kompetitif.

f. Kepatuhan hukum

HRD harus memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua peraturan dan undang-undang ketenagakerjaan yang berlaku. Ini termasuk pengelolaan dokumen dan pelaporan yang diperlukan.

3. Keuangan: Aspek penting yang mencakup pengelolaan dan pengendalian sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan bisnis.

a. Laporan keuangan

Dokumen yang menyajikan informasi keuangan perusahaan, termasuk neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas. Laporan ini berfungsi untuk memantau keadaan keuangan perusahaan dan membantu pemilik dalam mengambil keputusan.

b. Pengelolaan keuangan

Pengelolaan keuangan yang efektif adalah kunci untuk kesuksesan perusahaan. Ini mencakup perencanaan anggaran, pengendalian

biaya, dan pengelolaan arus kas. Pemilik perusahaan perlu memahami cara mengatur keuangan agar bisnis dapat berjalan dengan lancar dan menghindari kerugian.

c. Ekuitas

Merupakan hak atau kepentingan pemilik perusahaan terhadap asset perusahaan. Ini mencerminkan jumlah uang yang akan dikembalikan kepada pemegang saham setelah semua kewajiban dilunasi. memahami akuitas penting untuk menilai kesehatan finansial perusahaan.

d. Kinerja keuangan

Pemilik perusahaan menggunakan laporan keuangan untuk menilai kinerja karyawan dan keseluruhan perusahaan. Dengan memantau laba dan pengeluaran, pemilik dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan merencanakan langkah-langkah selanjutnya.

e. Kepatuhan dan akuntabilitas

Perusahaan harus mematuhi berbagai regulasi keuangan dan akuntansi. Ini termasuk penyusunan laporan yang akurat dan transparan, yang penting untuk membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan, termasuk investor dan kreditor.

4. Produksi: Proses menghasilkan barang atau jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam konteks perusahaan, produksi, mencakup berbagai kegiatan yang mengubah bahan baku menjadi produk akhir yang siap dipasarkan.

a. Proses produksi

Proses produksi melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pengadaan bahan baku, pengelolaan, hingga distribusi produk akhir. Setiap tahap memiliki peran penting dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan efisien biaya.

b. Jenis sistem produksi

Ada berbagai jenis sistem produksi yang dapat diterapkan, seperti produksi massal, yang memungkinkan perusahaan untuk

memproduksi barang dalam jumlah besar dengan biaya per unit yang lebih rendah. Selain itu, ada juga sistem produksi berkelanjutan yang mengubah bahan baku secara terus-menerus untuk menghasilkan produk.

c. Peran karyawan dalam produksi

Produksi tidak dapat dilakukan oleh pemilik perusahaan sendirian. Dibutuhkan tim yang terampil untuk menjalankan proses produksi secara efisien. Oleh karena itu, perekrutan dan pelatihan karyawan menjadi sangat penting untuk mendukung kegiatan produksi.

d. Tujuan produksi

Tujuan utama dari produksi adalah untuk memenuhi permintaan pasar dan menciptakan nilai tambah dari bahan mentah. Dengan meningkatkan kegunaan suatu benda, perusahaan dapat menghasilkan produk yang lebih bermanfaat bagi konsumen.

e. Pengelolaan produksi

Pengelolaan produksi yang baik mencakup, perencanaan, pengendalian, dan pengawasan terhadap seluruh proses produksi. Ini penting untuk memastikan bahwa produksi berjalan lancar, tepat waktu, dan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan.

5. Layanan konsumen:

Memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga hubungan perusahaan dan pelanggan. Berikut adalah beberapa tugas dan tanggung jawab layanan konsumen:

a. Menangani pertanyaan dan keluhan

Layanan konsumen bertanggung jawab untuk menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani keluhan yang muncul. Mereka harus mampu memberikan Solusi yang cepat dan efektif untuk memastikan kepuasan pelanggan.

b. Memberikan informasi produk dan layanan

Layanan konsumen harus memberikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan.

Ini termasuk menjelaskan fitur, manfaat, dan kebijakan terkait produk.

c. Mencatat dan mengelola interaksi pelanggan

Penting bagi layanan konsumen untuk mencatat semua interaksi dengan pelanggan, termasuk pertanyaan, keluhan, dan perbaikan layanan di masa depan.

d. Menjaga hubungan positif dengan pelanggan

Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan adalah kunci untuk meningkatkan loyalitas. Layanan konsumen harus berkomunikasi dengan baik dan menunjukkan empati terhadap kebutuhan pelanggan.

e. Mengkoordinasikan dengan tim internal

Jika ada masalah yang tidak dapat diselesaikan oleh tim layanan konsumen, mereka harus mengarahkan masalah tersebut ke tim internal yang tepat dan menindaklanjutinya untuk memastikan penyelesaian yang memuaskan.

f. Edukasi pelanggan

Layanan konsumen juga berperan dalam mengedukasi pelanggan tentang produk dan layanan, serta memberikan informasi yang dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang penggunaan produk.

6. Kasir:

a. Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.

b. Melakukan pencatatan atas semua transaksi.

c. Membantu pelanggan mengenai informasi suatu produk

d. Menawarkan produk tambahan

e. Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.

f. Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan laporan kepada atasan.

g. Melakukan pengecekan atas stok bulanan

h. Menjaga keamanan terutama uang tunai.

## 7. Barista:

- a. Melakukan kalibrasi
- b. Menyiapkan atau menyajikan minuman panas atau dingin, seperti kopi, minuman ekspreso, dan lainnya.
- c. Memeriksa suhu, timer saat membuat kopi.
- d. Memeriksa mesin kopi dan peralatan kopi untuk memastikan berfungsinya dengan benar.
- e. Memeriksa suhu freezer, lemari es, atau peralatan pemanas untuk memastikan berfungsinya dengan benar.
- f. Menimbang, menggiling, dan membungkus kopi untuk pelanggan.
- g. Mengatur atau mengisi kembali tampilan produk.

## 8. Koki

- a. Menyiapkan semua bahan yang diperlukan.
- b. Memasak dan mengolah hidangan sesuai dengan resep yang telah ditentukan.
- c. Koki sering kali diharapkan untuk berinovasi dan menciptakan hidangan baru.
- d. Koki juga harus mampu mengelola dapur dengan efisien.
- e. Menjaga kebersihan dapur dan keamanan makanan adalah tanggung jawab utama koki.
- f. Koki senior harus bertanggung jawab untuk melatih anggota tim dapur yang lebih junior.
- g. Koki juga memantau persediaan bahan makanan dan melakukan pemesanan jika diperlukan.

## 9. Waiters

- a. Membersihkan dan menyiapkan semua peralatan makan dan minum, lalu meletakkannya sesuai dengan tempatnya.
- b. Menata secara keseluruhan meja agar siap untuk dipakai.
- c. Membersihkan side stand.
- d. Mengecek dan menyiapkan buku menu makanan dan minuman.

- e. Melengkapi secara khusus perlengkapan makan di meja yang telah dipesan oleh customer.
  - f. Menyambut dengan baik customer yang datang.
  - g. Menawarkan dan mengantarkan ke meja makan.
  - h. Menjelaskan dan menawarkan menu makanan dan minuman yang tersedia kepada tamu.
  - i. Memastikan makanan dan minuman yang dipesan telah siap.
  - j. Mengatarkan pesanan ke meja customer.
  - k. Menangani pembayaran.
  - l. Menyipkan dan merapikan meja dan kursi ke tempatnya masing-masing.
  - m. Mengambil dan menyiapkan buku menu.
  - n. Mengecek peralatan yang sudah digunakan dan mematikan listrik.
10. Security
- a. Menyelenggarakan keamanan dan ketertiban di tempat kerja dan lingkungannya.
  - b. Melindungi dan mengayomi terhadap warga di tempat kerja dan lingkungannya.

### 2.3 Aktifitas perusahaan

Adapun aktifitas elmar *café & eatery*:

1. Presensi atau kehadiran karyawan.
2. Cleaning/ membersihkan *café*.
3. Mempersiapkan produk atau bahan baku makanan, kopi dan lainnya.
4. Opening *café*.
5. Penjualan.
6. Pergantian shift.
7. Cloasingan *café*.

## 2.4 Produk yang di jual

Adapun beberapa produk yang dijual di *elmar café & eatery* berupa kopi, minuman, makanan tradisional, platter, makanan ringan dan lain sebagainya.



Gambar 2.4 daftar menu

Sumber : Elmar *Café & Eatery*

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Pengertian Café**

Cafe merupakan tempat yang biasa digunakan untuk nongkrong, makan ataupun ngobrol bareng orang-orang tersayang. Untuk membuat pengunjung nyaman saat berkunjung, biasanya cafe didesain semenarik mungkin. Demi membuat pengunjung betah, biasanya cafe dibuat dengan tambahan hiburan seperti live music atau mini game. Untuk desain interiornya, tak jarang yang membuat spot foto instagramable agar pengunjung bisa mengabadikan moment ketika berada di dalam cafe tersebut.

Secara harafiah, sebenarnya cafe merupakan minuman (kopi), dan seiring berkembangnya zaman maka berubah menjadi tempat yang menyediakan berbagai macam minuman dan makanan. Selain kopi yang menjadi bintang utama ketika berkunjung ke sebuah cafe, ada tambahan minuman lainnya seperti juice, milkshake, bahkan minuman dengan kadar alkohol yang rendah juga ada.

Cafe berasal dari bahasa Perancis yang artinya kopi. Cafe pertama kali dikenal sebagai kedai kopi berasal dari Turki, dimana pertama kali berdiri di Costantinopel, tepatnya di Istanbul Turki pada tahun 1475. Meskipun berdiri pertama kali di Turki, istilah cafe ini berkembang pesat di Negara Perancis. Sehingga negara Perancis menerima julukan sebagai “Negri Cafe”. Dari negara Perancis inilah banyak sekali negara yang mendirikan cafe dengan beragam macam desain dan menu yang menjadi daya tarik utamanya.

Jika di Indonesia, cafe pertama kali didirikan pada tahun 1878 yang diberi nama Tek Sun Ho yang terletak di daerah Jawa Barat. Awalnya pada cafe ini menyajikan kopi jenis arabika. Namun seiring berjalannya waktu cafe ini menyajikan beragam jenis sajian kopi hingga berkembang lagi dengan menyajikan makanan ringan juga. Saat ini, bahkan ada juga cafe yang menyediakan makanan

berat untuk menambah menu yang ada di cafe agar lebih komplit. Tujuannya adalah membuat cafe menjadi lebih banyak pengunjungnya.

Cafe sendiri dinilai menjadi tempat paling nyaman dan enak untuk ngobrol santai bersama teman, rekan kerja ataupun orang-orang tersayang. Tak sedikit juga mahasiswa yang mengunjungi cafe untuk mengerjakan tugas, apalagi kebanyakan cafe menyediakan yang namanya wifi gratis. Hal ini menjadi daya tarik cafe menjadi tempat yang disukai pelajar terutama mahasiswa. Selain mengerjakan tugas, mereka bisa makan, minum, atau ngobrol bareng bersama mahasiswa yang lain. Apalagi saat ini budaya dan gaya hidup masyarakat semakin berkembang. Untuk mengikuti gaya hidup itulah, banyak sekali cafe yang didirikan di berbagai macam daerah dan kota di Indonesia. Tak heran jika banyak sekali pebisnis cafe yang berlomba-lomba mempercantik tempatnya menjadi lebih aesthetic, cozy dan super instagramable dengan menu yang enak agar para pengunjung bisa beramai-ramai datang ke bisnis cafenya.

### **3.2 Pengertian Kopi**

Kopi adalah komoditi perkebunan rakyat mencapai 96% areal kopi yang termasuk dalam kategori komoditi strategis di Indonesia, kopi khas Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk bersaing di pasar luar negeri khususnya Eropa, Amerika dan Asia. Indonesia saat ini menjadi produsen kopi terbesar dengan areal kopi nasional mencapai 1,24 juta ha dan produksi 717,9 ribu ton serta melibatkan 1,8 juta petani yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Potensi dan perkembangan permintaan ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara, pada tahun 2018 jumlah ekspor kopi menempati urutan keempat komoditas terbesar di Indonesia setelah kelapa sawit, karet dan kelapa (Maulani dan Diah, 2021)

Kopi yang diproduksi Indonesia adalah kopi arabika sekitar 24% dan kopi robusta 75% dan sisanya kopi liberika (Sunarharum dkk, 2019). Kopi banyak di ekspor ke negara-negara maju yang merupakan negara konsumen kopi, diantaranya Amerika Serikat, Jerman, Malaysia, Italia, Jepang, Rusia dan negara Asia lainnya. Jenis kopi yang diekspor banyak ke negara luar lebih banyak dalam bentuk green bean hampir lebih dari 95%. Kualitas dan rasa dari kopi Indonesia beragam dengan

keunggulan yang sudah diakui oleh dunia. Pada setiap varietas kopi Indonesia memiliki cita rasa yang berbeda sesuai dengan wilayah dan keadaan iklim asal tumbuh kopi. Terdapat daerah penghasil produksi kopi tertinggi meliputi pulau: Sumatera, Jawa, Nusa Tenggara, Sulawesi, Kalimantan, Papua dan Maluku.

Pulau Sumatera merupakan penghasil kopi terbesar di Indonesia, jenis kopi yang dihasilkan adalah robusta dan Provinsi Lampung merupakan salah satu pusat produksi kopi yang ada di Indonesia. Luas tanaman perkebunan kopi di Lampung yaitu 161.060 ha (BPS, 2018). Produksi kopi di Lampung pada tahun 2020 (angka sementara) yaitu mencapai 773,4 ribu ton (Direktorat Jendral Perkebunan, 2020), Lampung merupakan penghasil kopi robusta terbesar di Indonesia dan kopinya yang terkenal di dunia. Kopi robusta diperdagangkan di dunia dengan sistem future contract atau kontrak berjangka. Future contract merupakan kontrak yang penyerahannya dilakukan pada waktu yang telah ditentukan dimasa yang akan mendatang. Bandar Lampung merupakan kota tempat untuk para ekspor kopi robusta, karena Bandar Lampung memiliki pelabuhan peti kemas Internasional yang dapat digunakan untuk melakukan ekspor kopi.

### **3.3 Pengertian Pelayanan Pelanggan**

Pelayanan pelanggan adalah proses interaksi yang berlangsung antara perusahaan dan pelanggan, yang bertujuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan melalui penyediaan produk atau layanan. Pelayanan pelanggan mencakup semua aspek dari pengalaman pelanggan, mulai dari sebelum pembelian, selama pembelian, hingga setelah pembelian, dan merupakan faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Berikut adalah beberapa aspek komponen dalam pelayanan pelanggan:

**a. Interaksi Pelanggan:**

Interaksi antara karyawan perusahaan dan pelanggan dapat terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk komunikasi tatap muka, melalui telepon, email, dan platform digital. Kualitas interaksi ini sangat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan.

**b. Kepuasan Pelanggan:**

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran seberapa baik produk atau layanan memenuhi harapan pelanggan. Tingkat kepuasan ini dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan dan keputusan untuk menggunakan kembali produk atau layanan di masa depan.

**c. Loyalitas Pelanggan:**

Pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, di mana pelanggan tidak hanya kembali untuk membeli produk atau layanan, tetapi juga merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas ini sering kali menjadi indikator keberhasilan bisnis jangka panjang.

**d. Manajemen Keluhan:**

Bagaimana perusahaan menangani keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan juga merupakan bagian penting dari pelayanan pelanggan. Respons yang cepat dan efektif terhadap keluhan dapat mengubah pengalaman negatif menjadi positif, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

**e. Pengalaman Pelanggan:**

Pengalaman pelanggan mencakup semua interaksi yang dilakukan pelanggan dengan perusahaan. Pengalaman yang positif dapat mendorong pelanggan untuk kembali, sedangkan pengalaman negatif dapat menyebabkan hilangnya pelanggan.

### **3.4 Strategi Meningkatkan Pelayanan Pelanggan**

Strategi meningkatkan pelayanan pelanggan mencakup berbagai pendekatan dan metode yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, meningkatkan kepuasan, dan membangun loyalitas pelanggan. Berikut adalah beberapa aspek penting sebagai berikut:

**a. Pemetaan Kebutuhan Pelanggan**

Salah satu langkah awal dalam meningkatkan pelayanan pelanggan adalah dengan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, atau analisis data pelanggan. Dengan memahami

apa yang diinginkan pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan layanan mereka untuk memenuhi ekspektasi tersebut.

**b. Pelatihan Karyawan**

Karyawan adalah ujung tombak dalam pelayanan pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan yang efektif sangat penting. Pelatihan ini harus mencakup keterampilan komunikasi, empati, dan pengetahuan produk. Karyawan yang terlatih dengan baik akan lebih mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan menangani keluhan pelanggan dengan baik.

**c. Penggunaan Teknologi**

Teknologi dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam meningkatkan pelayanan pelanggan. Penggunaan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan platform digital lainnya dapat membantu perusahaan dalam:

1. Mengelola interaksi dengan pelanggan secara lebih efisien.
2. Mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan untuk memahami pola perilaku dan preferensi mereka.

**d. Peningkatan Proses Layanan**

Menganalisis dan memperbaiki proses layanan yang ada dapat membantu mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi. Ini termasuk:

1. Mengidentifikasi titik-titik masalah dalam proses pelayanan.
2. Mengimplementasikan solusi yang dapat mempercepat layanan tanpa mengorbankan kualitas.

**e. Feedback Pelanggan**

Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan setelah mereka menggunakan layanan adalah cara yang efektif untuk mengetahui area mana yang perlu diperbaiki. Perusahaan dapat menggunakan survei kepuasan pelanggan atau platform media sosial untuk mendapatkan masukan. Respons yang cepat terhadap umpan balik ini juga menunjukkan bahwa perusahaan menghargai pendapat pelanggan.

**f. Personalisasi Layanan**

Memberikan pengalaman yang dipersonalisasi kepada pelanggan dapat meningkatkan kepuasan mereka. Ini bisa dilakukan dengan:

1. Menggunakan data pelanggan untuk menawarkan rekomendasi produk yang relevan.
2. Menyesuaikan komunikasi dan interaksi berdasarkan preferensi individu pelanggan

**g. Membangun Budaya Pelayanan**

Membangun budaya pelayanan yang kuat di dalam organisasi sangat penting. Ini berarti bahwa seluruh tim, dari manajemen hingga staf, harus memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Budaya ini dapat ditanamkan melalui:

1. Visi dan misi perusahaan yang jelas terkait pelayanan pelanggan.
2. Penghargaan dan pengakuan bagi karyawan yang memberikan pelayanan luar biasa.

### **3.5 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Pada dasarnya, kualitas pelayanan tersusun atas beberapa unsur sehingga kepuasan pelanggan akhirnya memiliki dimensi tersendiri. Ada banyak sekali teori yang dicetuskan oleh para ahli terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Namun, satu pemikiran yang masih sering digunakan datang dari A. Parasuraman. Parasuraman menelurkan gagasan tentang dimensi *servqual*. Dimensi *servqual* adalah sebuah dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan. Dengan menggunakan dimensi *servqual* ini Anda dapat mengetahui jarak antara ekspektasi pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Dimensi *servqual* terdiri atas 5 dimensi yang menggambarkan kepuasan pelanggan. Apa saja kelima dimensi tersebut? Berikut penjelasannya :

1. **Tangibles (Bukti langsung)**

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.

2. **Reliability (Keandalan)**

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

### 3. Responsiveness (Ketanggapan)

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

### 4. Assurance (Jaminan)

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang

berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5. Emphaty (Empati)

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Kegiatan Praktis**

Kegiatan magang kerja ini dilaksanakan disalah satu coffe shop di Surabaya yaitu *Elmar Café & Eatery*. Kegiatan magang ini dilakukan oleh penulis selama tujuh minggu dengan 6 hari kerja selama satu minggu. Selama magang yang berlangsung di *Elmar Café & Eatery*, penulis terlibat dalam serangkaian kegiatan yang sangat komprehensif dan berfokus pada berbagai aspek penting dari pelayanan pelanggan dan operasional cafe, di mana kita mulai dengan memberikan sambutan hangat kepada setiap pelanggan yang datang, menciptakan suasana yang ramah dan mengundang agar pelanggan merasa nyaman, serta menjelaskan menu dengan rinci untuk membantu pelanggan membuat pilihan yang tepat sesuai dengan selera mereka, termasuk memberikan rekomendasi berdasarkan pengetahuan mereka tentang makanan dan minuman yang ditawarkan; selain itu, mahasiswa juga bertanggung jawab dalam proses pengambilan dan pengelolaan pesanan, di mana mereka mencatat setiap detail pesanan dengan cermat, memastikan bahwa preferensi dan kebutuhan khusus pelanggan, seperti alergi atau permintaan diet, diperhatikan dengan seksama agar pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan secara optimal.

Di samping itu, penulis juga berkolaborasi dengan anggota tim lainnya untuk menjaga kelancaran layanan, berkoordinasi dalam penyajian makanan dan minuman, serta berupaya meningkatkan efisiensi operasional, terutama pada saat jam sibuk seperti makan siang atau acara khusus, dengan meminimalkan waktu tunggu bagi pelanggan dan memastikan semua pesanan disiapkan dan disajikan dengan baik; mereka juga aktif terlibat dalam kegiatan promosi produk baru atau spesial yang ditawarkan oleh cafe, sehingga dapat mendorong penjualan dan

menarik pelanggan baru, di mana pengetahuan mendalam tentang item-menu yang ada memungkinkan mahasiswa untuk memberikan rekomendasi yang lebih baik dan menyesuaikan dengan preferensi pelanggan.

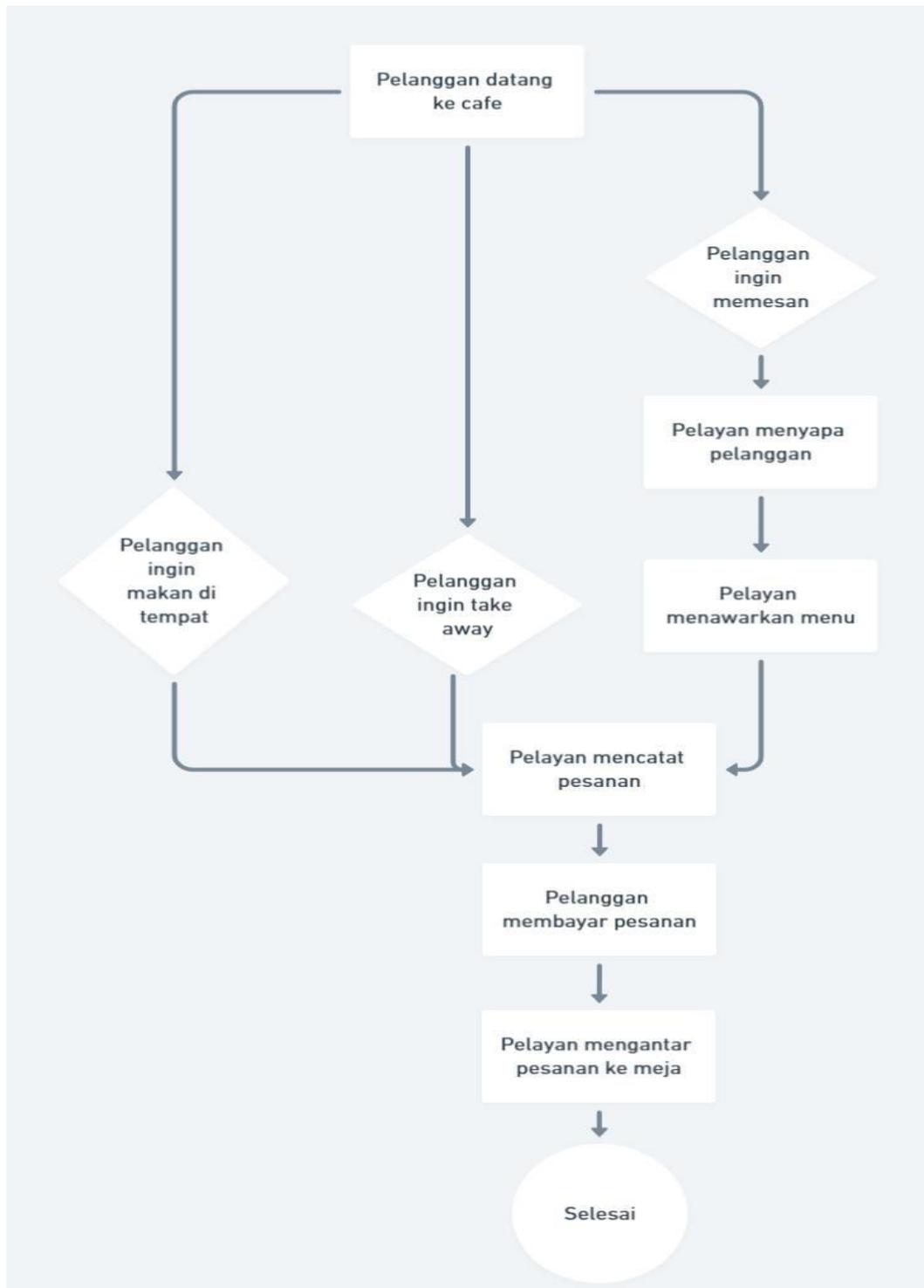
Selama magang kita juga belajar menggunakan sistem kasir untuk mengelola transaksi keuangan dengan akurat, termasuk berbagai metode pembayaran, dan memberikan struk kepada pelanggan sebagai bukti transaksi, yang memberikan mereka keterampilan dasar dalam akuntansi dan pengelolaan keuangan yang akan berguna dalam berbagai konteks bisnis. Mereka juga memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan komunikasi dan interpersonal yang penting dalam dunia kerja melalui interaksi langsung dengan pelanggan dan anggota tim, serta belajar bagaimana mengatur waktu dengan baik, terutama dalam situasi yang penuh tekanan di mana banyak pelanggan datang sekaligus dan layanan harus tetap berjalan dengan baik.

Selain itu kita juga melakukan pengamatan dan analisis terhadap pola kunjungan serta preferensi pelanggan, yang memungkinkan mereka untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik, serta mengumpulkan umpan balik dari pelanggan untuk membantu cafe meningkatkan layanan dan produk yang ditawarkan; analisis ini memberikan wawasan yang sangat berguna untuk strategi pemasaran dan pengembangan produk yang akan datang. Salah satu kegiatan penting yang juga dilakukan adalah kalibrasi kopi, yang melibatkan proses pengujian dan penyesuaian rasa kopi untuk memastikan konsistensi dan kualitas setiap sajian, di mana mahasiswa belajar tentang berbagai metode penyeduhan kopi, seperti espresso, pour-over, dan French press, serta bagaimana setiap metode dapat mempengaruhi rasa dan aroma kopi.

Proses kalibrasi dimulai dengan pemilihan biji kopi berkualitas tinggi, di mana kita dilatih untuk mengenali berbagai jenis biji kopi dan karakteristiknya, sebelum melakukan penggilingan biji kopi dengan tingkat kehalusan yang tepat, yang sangat penting untuk menghasilkan rasa yang optimal. Setelah itu, mahasiswa melakukan penyeduhan kopi menggunakan berbagai teknik, mencatat

setiap langkah, termasuk rasio kopi terhadap air, suhu air, dan waktu penyeduhan, dan setelah penyeduhan, mereka mencicipi hasilnya dan mendiskusikan rasa, aroma, dan aftertaste yang dihasilkan, sehingga membantu mereka memahami pentingnya konsistensi dalam penyajian kopi dan bagaimana berbagai variabel dapat mempengaruhi hasil akhir.

Kita juga belajar tentang teknik cupping, yaitu proses mencicipi dan mengevaluasi kopi secara sistematis untuk menentukan kualitas dan karakteristiknya; kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan mereka tentang kopi tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang dapat digunakan dalam pengembangan menu cafe dan dalam menciptakan pengalaman kopi yang luar biasa bagi pelanggan. Melalui berbagai kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengalaman berharga tetapi juga pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika operasional dalam industri cafe yang sangat kompetitif, dan keterlibatan mereka dalam kalibrasi kopi secara khusus memberikan wawasan mendalam tentang kualitas dan penyajian kopi, yang merupakan salah satu aspek utama dalam menarik pelanggan serta menciptakan loyalitas, sehingga pengalaman ini tentunya akan sangat bermanfaat dalam pengembangan profesional mereka di masa depan, terutama bagi mereka yang tertarik untuk berkarir di bidang food and beverages.



**Gambar 4.1** Prosedur Aktivitas Pelayanan Pelanggan *Elmar Café & Eatery*

Sumber : Data diolah, 2024

#### 4.1.1 Tempat dan waktu magang

Berikut tempat, waktu dan pelaksanaan magang:

1. Tempat pelaksanaan: elmar *café & eatery*
2. Lokasi: jl. dupak bangun sari no.40 kec.genteng Surabaya
3. Waktu pelaksanaan: 21 oktober-4 desember 2024

#### 4.2 Metode kegiatan magang

Dalam kegiatan magang di elmar *café & eatery* penulis terlibat langsung dalam aktivitas ditempat magang. Untuk memberikan pembelajaran berbasis tugas yang memungkinkan penulis memperoleh pengalaman secara langsung dan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan. Berikut ini kegiatan magang di elmar *café & eatery*.

**Tabel 4.2 Kegiatan Magang**

Hari/tanggal	Kegiatan magang	Hal yang di pelajari
21-26 oktober 2024	Orientasi dan pengenalan lingkungan cafe	<p><b>a.</b> Memahami visi, misi struktur dan budaya kerja <i>café</i>.</p> <p><b>b.</b> Berkenalan dengan rekan yang ada di <i>café</i>.</p> <p><b>c.</b> Mengenal area bar, dapur, meja kasir, dan lainnya.</p> <p><b>d.</b> Mendapatkan pelatihan tentang prosedur kebersihan, keamanan makanan, dan penggunaan alat dasar.</p> <p><b>e.</b> Mengamati jalannya operasional <i>café</i> untuk memahami alur kerja.</p>

28-2 november 2024	Pelayanan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>a.</b> Belajar cara menyapa pelanggan dengan ramah dan profesional.</li> <li><b>b.</b> Mempelajari cara menerima pesanan dengan baik, baik secara langsung maupun melalui sistem operasional.</li> <li><b>c.</b> Menghafal menu, bahan utama, dan rekomendasi untuk pelanggan.</li> <li><b>d.</b> Berlatih menghadapi situasi layanan pelanggan seperti keluhan atau permintaan khusus.</li> </ul>
4-9 november 2024	Pelatihan Barista	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>a.</b> Belajar cara menggunakan mesin espresso, dan alat-alat barista lainnya.</li> <li><b>b.</b> Mempelajari resep dasar seperti espresso, latte, dan minuman berbasis no kopi.</li> <li><b>c.</b> Berlatih Teknik latte art dan cara menyajikan minuman kepada pelanggan.</li> <li><b>d.</b> Menjaga kebersihan dan keteraturan area bar.</li> </ul>

11-16 november 2024	Pembuatan makanan	<ul style="list-style-type: none"><li><b>a.</b> Memahami peralatan dapur dan prosedur keaman kerja.</li><li><b>b.</b> Membantu dalam pembuatan menu makanan ringan.</li><li><b>c.</b> Belajar cara mengatur waktu agar makanan dapat disajikan dengan cepat dan tetap berkualitas.</li><li><b>d.</b> Memastikan makanan yang disajikan memenuhi standar café.</li></ul>
18-23 november 2024	Manajemen operasional	<ul style="list-style-type: none"><li><b>a.</b> Membantu mengecek ketersediaan bahan baku, mencatat stok, dan mempelajari cara melakukan pemesanan ulang.</li><li><b>b.</b> Membantu dalam perhitungan dan pencatatan barang masuk dan keluar.</li><li><b>c.</b> Belajar cara mengoperasikan mesin kasir, menangani pembayaran, dan memberikan struk kepada pelanggan.</li></ul>

25-30 november 2024	Pemasaran dan promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>a.</b> Terlibat dalam aktivitas promosi seperti diskon, paket menu special, atau acara khusus.</li> <li><b>b.</b> Membantu membuat konten untuk media sosial cefe seperti memnuat video makanan atau minuman, serta memposting cerita di Instagram atau platform lainnya.</li> <li><b>c.</b> Belajar teknik menawarkan tambahan produk kepada pelanggan.</li> </ul>
2-4 desember 2024	Evaluasi dan penyelesaian	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>a.</b> Melakukan refleksi atas kegiatan yang telah dilakukan selama 6 minggu mengikuti magang.</li> <li><b>b.</b> Menerima masukan dan umpan balik dari supervisor tentang performa selama magang.</li> <li><b>c.</b> Mendiskusikan potensi untuk bekerja lebih lanjut di café atau masukan untuk masa depan</li> <li><b>d.</b> Menyampaikan pengalaman atau Pelajaran</li> </ul>

		<p>yang didapatkan selama magang.</p> <p>e. Mengakhiri program magang dengan memberikan apresiasi kepada tim elmar <i>café &amp; eatery</i>.</p>
--	--	--

Sumber : Data diolah, 2024

### 4.3 Pengumpulan Data

Riduwan (2010:51) teknik pengumpulan data merupakan salah satu metode yang ada di dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik atau cara yang digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan data. Adapun metode pengambilan data yang dilakukan dalam kegiatan magang yang kami lakukan adalah:

#### 1. Praktik

Data yang diperoleh ini dari praktik kerja langsung sesuai dengan aktivitas yang ada di kantor. Praktik ini dilakukan dengan cara ikut langsung dilingkungan aktivitas perusahaan, baik dilapangan maupun di kantor.

#### 2. Dokumentasi

Melakukan pengumpulan data dengan meneliti dan mencatat dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan. Mendokumentasikan kegiatan aktivitas pelayanan pelanggan.

#### 3. Metode Observasi Langsung

Metode ini dilakukan untuk mengamati bagaimana staf *café* melaksanakan tugas mereka dan bagaimana interaksi dengan pelanggan berlangsung. Observasi ini akan memberikan wawasan tentang alur operasional dan aktivitas layanan pelanggan.

#### 4. Metode Wawancara

Merupakan kegiatan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam, kami dapat mewawancarai staf atau manajer untuk memahami tantangan dan kebutuhan yang ada dalam operasional café dan aktivitas pelayanan pelanggan. Wawancara juga dapat dilakukan dengan pelanggan untuk mengumpulkan umpan balik tentang pengalaman mereka.

#### 5. Studi Literatur

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

### 4.4 Analisis Data

Suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh berdasarkan penelitian yang dilakukan dari hasil observasi langsung dan wawancara. Sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang dilakukan dengan menganalisis aktivitas pelayanan pelanggan. dengan adanya analisis dan pengumpulan data ini dapat mempermudah mencari permasalahan dan pemecahan masalah yang terdapat di elmar *café & eatery*.

#### 1. Melayani Pemesanan

Proses ini dimulai saat pelanggan memasuki cafe. Pelayan atau staf akan menyapa pelanggan dan memberikan menu. Mereka akan membantu pelanggan dalam memilih makanan dan minuman yang diinginkan, menjawab pertanyaan tentang menu, serta memberikan rekomendasi jika diperlukan.

#### 2. Mencatat Pesanan

Setelah pelanggan menentukan pilihan mereka, pelayan akan mencatat pesanan dengan teliti. Ini bisa dilakukan dengan menggunakan kertas atau perangkat digital. Penting untuk memastikan bahwa semua detail pesanan dicatat dengan benar, termasuk jumlah, variasi, dan preferensi khusus pelanggan.

#### 3. Melayani Pembayaran

Setelah pelanggan selesai menikmati makanan dan minuman, mereka akan melakukan pembayaran. Staf cafe akan mengeluarkan struk atau total biaya yang harus dibayar. Proses ini mencakup berbagai metode pembayaran seperti tunai, kartu kredit, atau aplikasi pembayaran digital. Pelayanan yang baik di sini juga mencakup memberikan kembalian dan mengucapkan terima kasih.

#### 4. Mengantar Pesanan

Aktivitas ini merupakan bagian penting dari pengalaman pelanggan. Staf bertanggung jawab untuk mengantar pesanan ke meja pelanggan dengan efisiensi dan kecepatan. Sebelum mengantar, pelayan harus memeriksa kembali pesanan untuk memastikan bahwa semua item yang dipesan telah lengkap dan dalam kondisi baik. Hal ini termasuk memastikan bahwa makanan disajikan dengan presentasi yang menarik dan minuman disajikan dengan suhu yang tepat.

### 4.5 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah langkah awal yang krusial dalam proses penelitian dan analisis untuk memahami isu-isu yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Di *Elmar Café & eatery*, identifikasi masalah dilakukan untuk menemukan dan merumuskan isu-isu. Berikut ini adalah identifikasi masalah yang ditemukan oleh penulis:

1. Waktu tunggu pelayanan yang lama dapat menyebabkan pelanggan merasa frustrasi dan tidak puas, terutama saat mereka harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan layanan yang diharapkan.
2. Ketidakpuasan pelanggan terhadap sikap staf dapat muncul ketika pelanggan merasa diabaikan atau tidak diperlakukan dengan baik, yang dapat memperburuk citra layanan secara keseluruhan.
3. Kesalahan dalam penyajian pesanan sering terjadi, di mana pelanggan menerima makanan atau minuman yang tidak sesuai dengan apa yang mereka pesan, mengganggu pengalaman bersantap mereka.

## 4.6 Sebab dan Akibat Masalah

### 4.6.1 Sebab masalah

Melihat dari identifikasi masalah yang ada di perusahaan, berikut ini sebab- sebab yang terjadi:

1. Waktu tunggu pelayanan yang lama di Elmar *Café & eatery* disebabkan oleh beberapa faktor utama. Pertama, jumlah staf yang tidak memadai pada jam-jam sibuk, seperti saat makan siang dan malam, membuat beban kerja staf menjadi sangat tinggi. Kedua, alur kerja yang tidak efisien dalam proses pengambilan dan penyajian pesanan dapat memperlambat proses pelayanan. Keduanya berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang buruk, di mana mereka harus menunggu lebih lama dari yang diharapkan untuk menerima pesanan mereka.
2. Ketidakpuasan pelanggan terhadap sikap staf dapat ditelusuri hingga kurangnya pelatihan yang memadai tentang pelayanan pelanggan. Banyak staf yang mungkin tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang bagaimana memberikan pelayanan yang ramah dan responsif. Selain itu, beban kerja yang tinggi juga dapat menyebabkan staf menjadi terburu-buru, sehingga mereka tidak dapat memberikan perhatian yang cukup kepada setiap pelanggan. Hal ini berpotensi menciptakan pengalaman negatif bagi pelanggan, yang merasa diabaikan.
3. Kesalahan dalam penyajian pesanan yang sering terjadi di Elmar *Café & eatery* disebabkan oleh komunikasi yang buruk antara pelayan dan staf dapur. Ketidakjelasan dalam menyampaikan pesanan dapat menyebabkan kesalahan dalam makanan yang disiapkan. Selain itu, penggunaan sistem pencatatan yang tidak efektif, seperti pencatatan manual, dapat meningkatkan kemungkinan kesalahan pengambilan pesanan. Keduanya mengakibatkan pelanggan menerima pesanan yang tidak sesuai dengan harapan mereka.

#### 4.6.2 Akibat Masalah

Dalam hal ini memiliki terdapat beberapa akibat masalah antara lain sebagai berikut:

1. Pelanggan yang mengalami waktu tunggu yang lama untuk menerima pesanan mereka cenderung merasa frustrasi dan kecewa. Pengalaman negatif ini langsung berdampak pada kepuasan mereka, yang dapat menurunkan persepsi positif terhadap kafe.
2. Ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan dapat dengan cepat menyebar melalui media sosial dan platform ulasan online. Ulasan negatif yang mencerminkan pengalaman buruk dengan sikap staf dapat merusak reputasi *Elmar Café & eatery* dan mengurangi daya tariknya bagi calon pelanggan.
3. Ketika pesanan disajikan dengan kesalahan, pelanggan merasa kecewa karena tidak mendapatkan apa yang mereka harapkan. Pengalaman ini dapat menciptakan rasa ketidakpuasan yang mendalam dan mengurangi kemungkinan pelanggan untuk kembali.

#### 4.7 Solusi Pemecah Masalah

1. Untuk mengatasi waktu tunggu yang lama, manajemen perlu melakukan analisis mendalam terhadap pola kunjungan pelanggan. Dengan memahami kapan jam sibuk terjadi, manajemen dapat menyesuaikan jumlah karyawan yang dipekerjakan. Misalnya, jika jam makan siang dan malam adalah waktu tersibuk, maka menambah karyawan selama periode tersebut akan sangat membantu.
2. Mengadakan program pelatihan yang berfokus pada keterampilan komunikasi, pelayanan pelanggan, dan penanganan keluhan dapat membantu karyawan memahami pentingnya memberikan layanan yang berkualitas. Pelatihan ini harus dilakukan secara berkala untuk mengingatkan karyawan tentang standar yang diharapkan.

3. Mengembangkan protokol komunikasi yang jelas antara pelayan dan dapur sangat penting. Misalnya, penggunaan sistem kode atau penanda pada pesanan untuk memastikan bahwa semua detail pesanan disampaikan dengan akurat.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan selama proses analisis data yang dikumpulkan dalam membuat tugas akhir ini, maka penulis dapat menyimpulkan Elmar *Café & eatery* menunjukkan bahwa café ini menghadapi berbagai tantangan yang signifikan yang berpengaruh tidak hanya pada aktivitas pelayanan pelanggan tetapi juga pada kinerja dan reputasi bisnis. beberapa masalah utama yang teridentifikasi meliputi waktu tunggu pelayanan yang lama, ketidakpuasan pelanggan terhadap sikap karyawan serta kesalahan dalam penyajian pesanan.

1. Waktu tunggu pelayanan yang lama

Elmar *Café & Eatery* menghadapi masalah waktu tunggu yang berlebihan, yang dapat menyebabkan frustrasi pelanggan dan menurunkan tingkat kepuasan mereka. Dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif, pelanggan mengharapkan layanan yang cepat dan efisien

2. Ketidakpuasan Pelanggan terhadap Sikap Karyawan

Pelanggan menunjukkan ketidakpuasan terhadap sikap karyawan, yang mencerminkan pentingnya pelayanan yang ramah dan responsif. Ketidakpuasan ini dapat menyebar melalui ulasan negatif di media sosial, merusak reputasi *café*.

3. Kesalahan dalam Penyajian Pesanan

Kesalahan dalam penyajian pesanan menjadi masalah signifikan yang dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap *café*. Pengalaman negatif ini dapat mendorong pelanggan untuk mencari alternatif lain, yang berdampak pada penurunan frekuensi kunjungan dan pendapatan Elmar *Café & Eatery*.

## 5.2 Saran

1. Menambah jumlah staf, terutama pada jam sibuk, untuk memastikan pelayanan lebih cepat dan efisien. kemudian juga bisa melakukan pelatihan bagi staf untuk meningkatkan keterampilan dalam menangani pesanan dan mempercepat proses layanan.
2. Mengadakan pelatihan secara rutin mengenai layanan pelanggan untuk membangun sikap yang ramah dan responsif. Serta mendorong budaya kerja yang baik di antara staf, sehingga mereka merasa termotivasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.
3. Menerapkan sistem verifikasi sebelum pesanan dikirim ke pelanggan, seperti mengulang kembali pesanan dengan pelanggan untuk memastikan keakuratan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C. (2023). *Customer Service Excellence: Best Practices for Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Pedoman Implementasi Merdeka Belajar – Kampus Merdeka*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Rani, S., & Prabowo, A. (2024). "Pengaruh Pelayanan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen di Kafe". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45-60.
- Robbins, Stephen P.; Judge, Timothy A. (2008). *Perilaku Organisasi Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat. Hal. 214-224.
- Sunarharum, W. B., Mustaniroh, S. A., Riana, F. D., & Azizah, D. F. (2023). Increasing the capability, competitiveness and technology of coffee wine production as a superior product supporting Meru Betiri in Kebonrejo village, Kalibaru sub-district, Banyuwangi.
- Suryana, S. (2012). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2012). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Magang Atau Leaning Together

**PROPOSAL**  
**PROGRAM LEARNING TOGETHER**  
**WIRUSAHA MERDEKA**  
**MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM)**



Oleh:

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

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

2024

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

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

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

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

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

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

## **B. Tujuan**

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

## **C. Manfaat**

### **Manfaat Bagi Mahasiswa**

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

### **Manfaat bagi Kafe**

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

## II. RENCANA PROGRAM LEARNING TOGETHER

### A. Durasi dan Waktu

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

### B. Posisi dan Tugas

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

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

Surabaya, 15 Oktober 2024

Ketua Tim kelompok Q2 Learning Together,

SALWA AYUNDA NURFADILAH

23111034

Lampiran 2 Aktivitas Magang Atau Leaning Together







Lampiran 3 Tempat magang atau Leaning Together



## Lampiran 4 Daftar Nilai

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

23/12/2024

# ACADEMIC TRANSCRIPT

Name VANDIM MAHARDIKA  
Student Identification Number 0306012417224  
Place and Date of Birth - / 2024-09-29  
Faculty School of Psychology  
Department Psychology  
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, December 23, 2024

Authorized by Office Of The Registrar

Lampiran 5 Formulir Pendaftaran Magang



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)

**FORMULIR PENDAFTARAN MAGANG**

Kepada :  
Yth. Kepala Program Studi STIAMAK Barunawati Surabaya  
Di  
Tempat

Kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Magang dengan keterangan sebagai berikut :

- a. Nama : Vandim Mahardika
- b. NIM : 23111040
- c. Tempat Magang : ELMAR CAFE
- d. Alamat : Jl. Dupaq Banguncari No 90 Surabaya
- e. Tanggal Pelaksanaan: 21 Oktober 2024 s/d 05 Desember 2024

NO	JUDUL MAGANG
	Aktivitas Pelayanan Pelanggan pada ELMAR CAFE & EATERY pada program Witausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024

Demikian permohonan kami, atas perkenannya kami sampaikan terima kasih.

Mengetahui  
KAPRODI

  
JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM

Surabaya, 7 Januari 2025

  
Vandim Mahardika  
NO HP : 081246317295

Dosen Pembimbing : DIAN ARISANTI, S.Kom, MM

Formulir dibuat rangkap 3 untuk :

1. Mahasiswa
2. Dosen Pembimbing
3. Arsip

Lampiran 6 Lembar Bimbingan Magang



**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)

**LEMBAR BIMBINGAN MAGANG  
TAHUN 20.....**

Nama : Vandim Mahardika  
NIM : 23111040  
Tempat Magang: ELMAR CA  
Judul : "Aktivitas Pelayanan Pelanggan Pada Elmar Cafe & Eatery Pada Program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra 2024"  
Pembimbing : Dian Arisanti, S.kom, MM

No.	Hari/ Tanggal	Bimbingan	Paraf
1.	Selasa/7-1-2025	Bimbingan Bab 1&2	<i>[Signature]</i>
2.	Kamis/2-1-2025	Bimbingan Bab 3	<i>[Signature]</i>
3.	Jumat/3-1-2025	Bimbingan Bab 4&5	<i>[Signature]</i>

Mengetahui,  
Kaprosdi Ilmu Administrasi Bisnis

*[Signature]*  
**JULI PRASTYORINI, S.Sos. MM**  
NIDN : 0708067104

Surabaya, .....2024

Mahasiswa  
*[Signature]*  
**Vandim Mahardika**  
NIM : 23111040

Lampiran 7 Lembar Nilai Magang Di Tempat Kerja



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)

**NILAI MAGANG DI TEMPAT KERJA  
TAHUN 2024**

Nama : Vandim Mahardika  
NIM : 23111040  
Tempat Magang: ELMAR CAFE  
Alamat Instansi : Jl. Dupak Bangunsari No 90 Surabaya  
Judul : "Akhitas Pelayanan Pelanggan pada ELMAR CAFE  
& Eatery Pada program Wirausaha Merdeka  
Universitas Ciputra 2024"

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

Keterangan : Nilai diberikan berupa angka pada interval 1-100

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

Mengetahui,  
Pimpinan Perusahaan

A. Muis Pratama

Surabaya, 28 Desember 2024  
Pembimbing Perusahaan