

**INOVASI PRODUK DAN *IMPACT* PADA KOPI JA'I  
MELALUI PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS  
MERDEKA UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA**

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



**DIAJUKAN OLEH:  
ARDITA FIDELIA RAMADANI  
NIM 23111002**

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

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LAPORAN MAGANG**

**INOVASI PRODUK DAN *IMPACT* PADA KOPI JA'I MELALUI  
PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA  
UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:

**ARDITA FIDELIA RAMDANI**

**NIM 23111002**

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**

**INOVASI PRODUK DAN *IMPACT* PADA KOPI JA'I MELALUI  
PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA  
UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA**

DISUSUN OLEH:

**ARDITA FIDELIA RAMADANI**

**NIM 23111002**

TELAH DIPRESENTASIKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI MAGANG  
PADA TANGGAL 11 JANUARI 2025

**PENGUJI**

1. **Dr.INDRIANA KRISTIAWATI,SE.,MM**

**NIDN : 0705056701**

2. **SOEDARMANTO,SE,MM**

**NIDN : 0322036902**

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

MENGETAHUI,

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

KETUA

  
**Dr.GUGUS WIJONARKO**

**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 “Inovasi produk dan *impact* penjualan kopi Ja,i pada program merdeka belajar kampus universitas ciputra surabaya” dalam rangka pemenuhan salah satu syarat penyelesaian persyaratan akademik yaitu kegiatan magang yang saya laksanakan sebagai mahasiswa di STIAMAK Barunawati dengan studi Administrasi Bisnis Kepelabuhanan.

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

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkah-Nya yang telah di berikan dalam penyertaan selama pembuatan laporan ini.
2. Dr,GUGUS WIJONARKO,MM selaku Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
3. JULI PRASTYORINI,S.Sos, M.M. selaku Ketua Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya;
4. Dr,GUGUS WIJONARKO,MM selaku Dosen Pembimbing Magang di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan Surabaya.

5. Dr.INDRIANA KRISTIAWATI,SE,MM,Selaku penguji laporan magang di Sekolah Tinggi Ilmu Adiministrasi dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya.
6. SOEDARMANTO,SE,MM,Selaku penguji laporan magang di Sekoolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan Surabaya.
7. Dr. David S. Kodrat, MM., CPM (A)., CRME, selaku ketua dalam program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka;
8. Ibu Christina sebagai mentor/fasilitator yang sudah memberikan saya serta teman-teman kesempatan selama kegiatan MBKM WMK UC 2024
9. Owner Kopi siipp beserta karyawan yang sudah memberikan kesempatan untuk saya dan teman- teman untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman disana;
10. Kedua Orang Tua yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat guna menyelesaikan Laporan Magang ini;
11. Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan hingga pada penulisan laporan ini;
12. Teman-teman MBKM yang telah saling mendukung satu sama lain dan berbagi pengalaman selama proses kegiatan hingga penulisan laporan ini

Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dan ketidak sempurnaan di dalam laporan magang ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk

menyempurnakan dimasa yang akan datang. Dengan harapan laporan magang ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Surabaya, 20 Desember 2024

Ardita fidelia ramadani

NIM 23111002

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Magang .....	3
1.2.1 Tujuan Bagi Mahasiswa.....	3
1.2.2 Pengembangan keterampilan manajemen waktu hingga kepemimpinan.....	3
1.2.3 Tujuan Bagi Institusi Tempat Magang.....	4
1.2.4 Tujuan Bagi STIAMAK.....	4
1.3 Manfaat Magang .....	4
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG.....</b>	<b>6</b>
2.1 Sejarah Singkat Kopi siipp.....	6
2.2 Visi Kopi Siipp.....	7
2.3 Misi Kopi Siipp.....	7
2.4 Struktur Organisasi .....	8
2.5 Tugas dan Tanggung Jawab .....	9
2.6 Aktivitas Perusahaan.....	10
2.7 Personalia .....	11
<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
3.1 Definisi inovasi produk.....	13
3.2 Jenis jenis inovasi produk .....	13
3.3 Hubungan antara inovasi dan penjualan .....	13
3.4 Faktor faktor pendukung kesuksesan inovasi produk .....	14
3.5 Konsep Wirausaha Merdeka: .....	14
3.6 Karakteristik Pasar Lokal.....	14

3.7 Keunggulan Kompetitif di Pasar Lokal .....	15
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>16</b>
4.1 Kegiatan Praktis .....	16
4.2 Metode Kegiatan Magang .....	17
4.3 Metode Pengumpulan Data .....	19
4.4 Analisis Data .....	21
4.5 Identifikasi Masalah .....	22
4.6 Sebab dan Akibat Masalah.....	23
4.6.1Sebab Masalah .....	23
4.6.2Akibat Masalah .....	25
4.7 Solusi Masalah .....	27
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>30</b>
5.1 Kesimpulan .....	30
5.2 Saran.....	31
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>34</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>35</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Aktivitas magang atau Learning together

Lampiran 2 Data pendukung yang berhubungan dengan laporan magang

Lampiran 3 Daftar nilai dari perusahaan

Lampiran 4 Surat persetujuan magang dari perusahaan

Lampiran 5 GPA/CGPA Simulation

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bahwa magang ini adalah suatu pengembangan dari program Wirausaha Merdeka yang merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang melibatkan kolaborasi beberapa pihak dalam ruang lingkup. Wirausaha Merdeka adalah bagian dari Kampus Merdeka yang dimana Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa belajar dan mengembangkan diri menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas-aktivitas di luar kelas perkuliahan, hingga kegiatan bagaimana terjun langsung melihat perkembangan bisnis-bisnis usaha mikro kecil dan menengah di sekitar kita. Sehingga kita langsung mempelajari dan sekaligus ikut menjadi bagian dalam pelaksanaan kegiatan operasional dalam magang dengan usaha mikro kecil dan menengah.

Usaha Mikro Kecil Menengah adalah kegiatan atau usaha bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, ataupun badan usaha kecil. UMKM sendiri merupakan singkatan dari Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah. Sebelumnya UMKM diatur dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008, lalu diatur dalam PP No. 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disebut Usaha mikro kecil menengah. Di kota Surabaya ini sudah banyak sekali masyarakat yang sudah memiliki bisnis Usaha mikro kecil menengah maka dari itu Inovasi dalam dunia kuliner terus berkembang demi menciptakan kepuasan bagi para penikmatnya.

Manusia cepat jenuh akan hal atau rasa yang sama, dengan berharap ditemukannya satu cita rasa baru yang dapat memberikan kesan yang berbeda dari segala yang pernah dirasakan sebelumnya. Tidak hanya dari produk, dengan trend yang terus berubah, namun faktor pendukung lain yang berpengaruh pada *image* dari pihak produsen. Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global.

Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara insidental Roring dan Soegoto (2014:1229) menyatakan bahwa inovasi yang berkelanjutan dalam suatu. Perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif. Secara konvensional, istilah inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Definisi dari inovasi sendiri meliputi mengenai pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Istilah 'baru' di sini bukan berarti produk yang masih orisinal tetapi lebih mengarah pada *newness* (kebaruan).

Arti kebaruan ini, mengartikan bahwa inovasi adalah mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu yang telah ada menjadi satu kombinasi yang baru. 'Kebaruan' sendiri terkait dengan dimensi ruang dan waktu (Makmur & Thahier, 2015, p. 11)

Seperti usaha produksi kopi *cold brew* mempunyai peranan yang cukup besar baik dalam memenuhi kebutuhan konsumsi maupun pendapatan bagi petani kopi dan juga toko bahan baku lokal. Untuk menarik minat konsumen maka perusahaan ini sangat perlu membuat beberapa strategi yaitu dengan cara membuat inovasi baru pada produk kopi dengan cita rasa yang autentik seperti menggunakan biji kopi yang jarang di pakai dan menjual kopi dengan metode yang sangat unik seperti *Cold brew*.

Pelaku dalam bidang bisnis ini adalah JA'i, usaha ini terletak Kota Surabaya .Industri kopi yang semakin ketat dan berkembang, kopi ini berada diantara kota surabaya, yang tentu akan menimbulkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Tidak selamanya bisnis yang dijalankan berjalan dengan lancar serta melewati rintangan dan menghadapi resiko yang ada.

## **1.2 Tujuan Magang**

### **1.2.1 Tujuan Bagi Mahasiswa**

- a.Menambah pemahaman tentang operasional bisnis di industri F&B atau *food and baverage*.
- b.pengembangan keterampilan manajemen waktu hingga kepemimpinan.
- c.penerapan konsep-konsep kewirausahaan dalam konteks nyata dengan cara terjun langsung menjadi bagian dari pelaksana Usaha Mikro Kecil Menengah.

### **1.2.2 Pengembangan keterampilan manajemen waktu hingga kepemimpinan.**

- a..Penerapan konsep-konsep kewirausahaan dalam konteks nyata dengan cara terjun langsung menjadi bagian dari pelaksana Usaha Mikro Kecil Menengah.
- b.Mampu mengidentifikasi pasar dan peluang dalam industri F&B atau *Food and Beverage*.

c. Menambah pemahaman dalam pemasaran dalam industri F&B atau *Food and Beverage*.

d. Mampu menambah *soft skill* dan *hard skill* mahasiswa, seperti kepemimpinan, kerja tim, kemampuan media sosial, dan sebagainya.

### **1.2.3 Tujuan Bagi Institusi Tempat Magang**

a. Meningkatkan efisiensi operasional dalam berjalannya kegiatan bisnis sehingga dapat memudahkan kegiatan bisnis dari institusi tempat magang tersebut.

b. Berpotensi untuk mendapatkan ide-ide inovatif dari mahasiswa magang.

c. Untuk memperluas jaringan atau koneksi dalam memperlus bisnis mereka.

d. Meningkatkan citra merek dari usaha institusi tempat magang.

e. Dapat memberikan kontribusi positif pada perkembangan bisnis mereka

f. Mendukung perkembangan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri.

### **1.2.4 Tujuan Bagi STIAMAK**

a. Kampus dapat memfasilitasi pengembangan keterampilan mahasiswa

Dapat memperluas jejaring industri

b. Memperkaya kurikulum dengan pengalaman nyata dari lapangan atau secara langsung lewat magang.

c. Dapat menciptakan peluang kolaborasi antara kampus dengan dunia industri F&B atau *Food And Beverage*.

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

## **1.3 Manfaat Magang**

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

a. Pengalaman Praktis: Memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan teoritis dalam konteks dunia nyata, meningkatkan pemahaman praktis operasional bisnis.

b. Pengembangan Keterampilan Memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan, manajemen waktu, komunikasi, dan *problem-solving* yang diperlukan dalam dunia bisnis.

c. Wawasan Industri, Memberikan wawasan mendalam tentang industri F&B atau *Food And Beverage*, termasuk tren pasar, tantangan, dan peluang yang dapat membentuk pemahaman mahasiswa terhadap lingkungan bisnis.

d. Pemahaman Kewirausahaan, Memungkinkan mahasiswa untuk merasakan dinamika kewirausahaan, melibatkan diri dalam pengambilan keputusan, dan memahami risiko serta tanggung jawab yang terkait dengan menjalankan bisnis.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG**

#### **2.1 Sejarah Singkat Kopi siipp**



Gambar 2.1 logo perusahaan  
Sumber : Kopi Siipp, 2024

Kopi Siipp merupakan jenis usaha 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 #Siipp6 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 disetiap 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 guth 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 Kopi Siipp**

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

## **2.3 Misi Kopi Siipp**

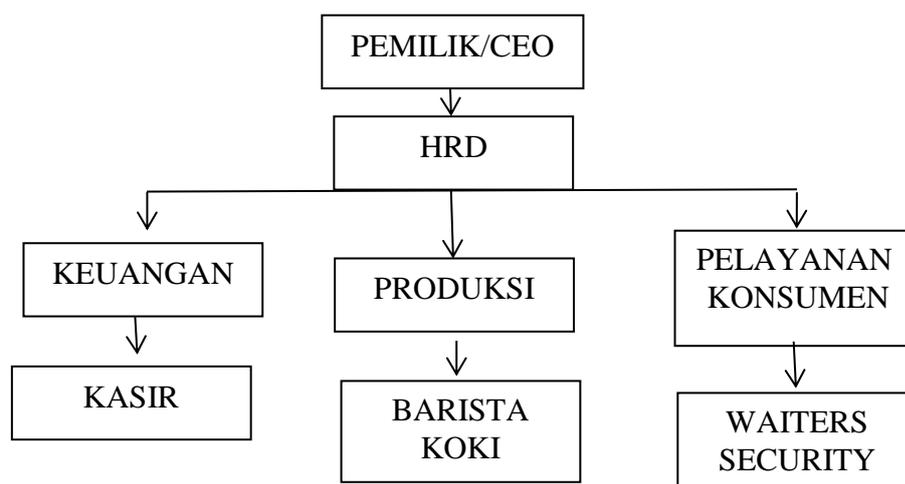
Berikut merupakan misi dari kopi siipp :

- a. Menyediakan minuman kopi/non kopi dan snack yang digemari semua kalangan
- b. Meramaikan pasar penyedia kopi dengan snack dan berusaha menjadi salah satu dari yang terbaik.
- c. Mejadi salah satu tempat tujuan para pecinta kopi/non kopi dan snack dimanapun mereka berada.

## 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 Kopi Siipp

Sumber : Dokumen Struktur Organisasi Kopi Siipp 2024

## 2.5 Tugas dan Tanggung Jawab

a. *Pemilik/CEO* : Pemilik atau *CEO* dalam bisnis bertanggung jawab untuk mengambil keputusan strategis, merencanakan bisnis, memimpin tim eksekutif, mengelola risiko, berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, mengawasi keuangan, dan mendorong inovasi serta pertumbuhan perusahaan. Pemilik atau *CEO* juga memiliki tanggung jawab kepada pemegang saham untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

b. *HRD* : Tugas dan tanggung jawab *HRD (Human Resources Development)* dalam bisnis meliputi rekrutmen, pengembangan karyawan, manajemen kinerja, manajemen gaji, pemutusan hubungan kerja, kepatuhan hukum, pengembangan budaya organisasi, pengelolaan data karyawan, serta memberikan bimbingan dan konseling kepada karyawan. Ini bertujuan untuk mendukung pengelolaan sumber daya manusia dan mencapai tujuan bisnis secara efektif.

c. *Produksi Barista* : Tugas dan tanggung jawab seorang barista dalam bisnis kafe 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 kafe. Seorang barista juga dapat berkontribusi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan mempertahankan standar kualitas produk kafe.

*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.

d. 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 kerapian area kasir, memberikan pelayanan pelanggan yang baik, dan dapat melibatkan penggunaan sistem kasir elektronik. Kasir juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan uang tunai dan mencatat laporan transaksi harian.

e. Pelayanan Konsumen Waiters : Tugas dan tanggung jawab seorang pelayan (waiter) 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.

f. *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**

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

a.Produksi : Persiapan dan pembuatan menu minuman dan makanan, Pelatihan barista untuk memastikan kualitas produk dan konsistensi rasa, Pelatihan koki untuk memastikan kualitas produk dan konsistensi rasa

b.Stocking : Manajemen persediaan bahan baku dan kebutuhan kafe, Penerimaan, penyimpanan, dan pemantauan stok barang.

c.Marketing : Perencanaan dan implementasi strategi pemasaran kafe.Penggunaan media sosial dan promosi untuk menarik pelanggan.

Pelayanan Pelanggan/Konsumen : Menyediakan layanan pelanggan yang ramah dan efisien. Memastikan kebersihan dan kenyamanan ruangan kafe.

d.Manajemen Keuangan : Pencatatan transaksi keuangan harian. Pengelolaan anggaran, pembayaran tagihan, dan pemantauan profitabilitas.

e.Pengaturan Ruang : Penataan interior dan eksterior kafe untuk menciptakan suasana yang nyaman. Desain kafe yang menarik/unik,Mengelola reservasi dan kapasitas kafe.

## **2.7 Personalia**

a.Tugas

Mengelola absensi dan daftar hadir karyawan, pinjaman karyawan, mencatat cuti, dan,filing dokumen,Melakukan sosialisasi dan koordinasi,Menyiapkan perjanjian kerja dengan karyawan baru,Penerimaan tenaga kerja koordinasi dengan *labour supply*,Menyiapkan *internal letter* dan *outgoing letter*,Memperbaharui/*update* dan *record data*

**b.Fungsi:**

Pengadaan, seperti (menyediakan SDM sesuai dengan kebutuhan perusahaan),Pengembangan,Pemberian kompensasi (kenaikan gaji dan tunjangan karyawan),Perintegrasian,Pemeliharaan (kondisi fisik karyawan seperti kesehatan dan keamanan).

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Definisi inovasi produk**

Menurut Kotler & Keller (2016), inovasi produk adalah upaya menciptakan, memperbarui, atau menyempurnakan produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Inovasi dapat berupa perubahan pada desain, fungsi, teknologi, atau bahan yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai produk di mata konsumen.

Dalam konteks bisnis kuliner, inovasi produk menjadi strategi kunci untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Produk seperti kopi *cold brew* memerlukan inovasi baik dalam rasa, kemasan, maupun cara penyajiannya agar dapat menarik perhatian pelanggan lokal.

#### **3.2 Jenis jenis inovasi produk**

Schilling (2017) mengidentifikasi beberapa jenis inovasi produk, yaitu:

- a. Inovasi Incremental: Perbaikan kecil pada produk yang sudah ada, seperti menambahkan varian rasa pada kopi *cold brew*.
- b. Inovasi Radikal: Penciptaan produk baru yang sama sekali berbeda, seperti biji kopi berbasis bahan lokal yang belum umum digunakan.

#### **3.3 Hubungan antara inovasi dan penjualan**

Inovasi produk dapat meningkatkan penjualan dengan menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi bagi konsumen (Tidd, Bessant, & Pavitt, 2001). Inovasi yang tepat mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan loyalitas terhadap produk.

Penelitian oleh Rogers (2003) juga menunjukkan bahwa adopsi inovasi yang cepat oleh pasar dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis, terutama di pasar lokal yang dinamis.

### **3.4 Faktor faktor pendukung kesuksesan inovasi produk**

- a) Relevansi dengan kebutuhan konsumen.
- b) Diferensiasi dari produk pesaing.
- c) Kualitas produk yang konsisten.

### **3.5 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

### **3.6 Karakteristik Pasar Lokal**

Pasar lokal cenderung memiliki preferensi yang unik berdasarkan budaya, kebiasaan, dan kebutuhan masyarakat setempat. Produk kopi *cold brew* yang disesuaikan dengan selera lokal memiliki peluang besar untuk diterima oleh konsumen.

### **3.7 Keunggulan Kompetitif di Pasar Lokal**

(1980) Menyatakan bahwa bisnis dapat memenangkan pasar lokal dengan strategi diferensiasi, yaitu menawarkan produk yang unik dan bernilai lebih dibandingkan produk pesaing.

## **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:

**Tabel 4.1 Agenda kegiatan selama magang**

NO	HARI/TANGGAL	BENTUK KEGIATAN
1.	28,oktober2024 s/d 2 november 2024	Pengenalan lingkungan tempat magang
2.	4,november 2024 s/d 11 november 2024	Pengenalan alat dan proses pembuatan minuman kopi dan non kopi
3.	11 november 2024 s/d 16 november 2024	Pendalaman kegiatan magang
4.	19 desmber 2024 s/d 23 november 2024	Pengumpulan data dan penyusunan laporan
5.	23 november 2024 s/d januari 2025	Pengumpulan data dan penyusunan laporan
6.	11 januari 2025	Pengumpulan laporan magang

Sumber : Dokumen data pelaksanaan magang 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 desmber 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. Pemahaman bahan makanan dan teknik memotong
- d. Belajar membuat masakan dari menu makanan berat hingga makanan ringan atau snack.
- e. Penyesunan menu makanan dan minuman
- f. *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.
- g. 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.

h.Waiter, melayani konsumen atau customer dengan ramah seperti mengantar makanan atau minuman, membersihkan meja, memberikan informasi makanan atau minuman yang belum di buat.

i.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 :

k.Bar : tim yang di dalam bar itu bertugas untuk membuat menu minuman dan pemesanan menu di bagian kasir.

l.Kitchen : tim yang berada di kitchen akan mengolah pesanan makanan yang dipesan oleh customer hingga plating makanan. Floor : tim yang berada di floor adalah tim yang menjadi waiter yang dimana tugasnya mengantarkan makanan maupun minuman yang sudah di pesan, lalu wajib membersihkan atau merapihkan meja atau kursi yang ada.

m.*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*, cafe dapat memberikan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan, dan memastikan standar kesehatan dan keselamatan makanan di kafe tersebut.

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

**Tabel 4.2 Aktivitas selama magang**

<b>Hari/Tanggal</b>	<b>Aktivitas magang</b>	<b>Hal yang dipelajari</b>
28 oktober 2024 s/d 2 november 2024	Melakukan pengenalan lingkungan cafe atau tempat magang	Beradaptasi dengan lingkungan cafe
3 november 2024 s/d 11 november 2024	Barista	Kalibrasi kopi
11 november 2024 s/d 16 november 2024	Kitchen	Membuat olahan makanan,prepare bahan olahan.
17 november 2024 s/d 24 november 2024	Waiters	Melayani customer
25 november 2024 s/d 2 desember 2024	General cleaning	Kerjasama team,kekompakan team
3 desember 2024 s/d 16 nivember 2024	Chasier	Menjelaskan menu,menerima pesanan,laporan keuangan.

Sumber : Dokumen data Aktivitas selama magang 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, efisiensi 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.



**Gambar 4.3 dokumen pengumpulan data**

Sumber : Dokumen wawancara dan observasi 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.



**Gambar 4.3 Kegiatan penjualan Cold brew**

Sumber : Dokumentasi penjualan Cold Brew di taman Bungkul 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 adalah 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 KopiSiippk khususnya Sebuah perusahaan kopi terkenal meluncurkan varian kopi terbaru dengan rasa yang lebih eksotis dan menggunakan teknologi baru untuk pemrosesan biji kopi, seperti kopi dengan infus rasa atau kopi yang diproses dengan metode *cold brew* yang lebih canggih. Meskipun inovasi ini menarik bagi sebagian konsumen, sebagian besar pelanggan lama merasa kecewa karena rasa kopi yang mereka sukai sebelumnya berubah. Beberapa konsumen juga merasa bahwa

harga kopi baru lebih mahal dan tidak sebanding dengan kualitas yang mereka harapkan.

#### **4.5 Identifikasi Masalah**

Dalam pelaksanaan program learning together atau magang di KopiSiipp saya melihat dari metode observasi, wawancara hingga dokumen munculnya suatu masalah dalam Inovasi baru produk *cold brew* dapat membawa berbagai peluang dan tantangan yang harus diidentifikasi dengan cermat. Berikut adalah beberapa identifikasi masalah yang mungkin dihadapi dalam inovasi produk *cold brew*: dalam penjabaran analisis di atas, ada beberapa masalah pendukung seperti :

##### **1. Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten**

Salah satu masalah utama dalam menciptakan produk *cold brew* adalah menciptakan rasa yang konsisten di setiap batch produksi. Variasi dalam jenis biji kopi, teknik ekstraksi, atau waktu perendaman dapat memengaruhi kualitas rasa, membuatnya tidak stabil dan sulit diulang. Hal ini bisa menyebabkan perbedaan rasa yang signifikan antara setiap produksi, yang dapat mempengaruhi pengalaman konsumen.

##### **2. Pengemasan yang Tidak Efisien**

*Cold brew* umumnya harus disajikan dalam kemasan yang menjaga kesegarannya dan memudahkan distribusi. Namun, pengemasan yang kurang efektif seperti kemasan yang tidak kedap udara atau mudah rusak dapat memengaruhi kualitas produk, baik dari segi rasa maupun umur simpan. Penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan juga sering menjadi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara keawetan dan keberlanjutan.

### 3. Proses Produksi yang Memakan Waktu dan Sumber Daya

Pembuatan *cold brew* yang berkualitas memerlukan proses ekstraksi yang panjang, biasanya antara 12 hingga 24 jam, yang membutuhkan banyak waktu dan sumber daya. Selain itu, dalam skala produksi besar, kontrol terhadap suhu, kelembapan, dan kualitas air juga harus dijaga dengan ketat. Hal ini dapat meningkatkan biaya operasional dan membuat produksi lebih kompleks dibandingkan dengan produk kopi instan atau kopi seduh lainnya.

## 4.6 Sebab dan Akibat Masalah

### 4.6.1 Sebab Masalah

Masalah yang terjadi pada inovasi produk kopi metode *cold brew* bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Berikut adalah beberapa sebab utama yang dapat memengaruhi kesuksesan atau kegagalan inovasi produk *cold brew*:

#### 1. Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten

a. Variasi Biji Kopi Biji kopi memiliki sifat yang sangat bergantung pada tempat tumbuh, cuaca, dan cara pemrosesan. Setiap batch biji kopi mungkin memiliki perbedaan karakter rasa yang dapat memengaruhi hasil ekstraksi.

b. Metode Ekstraksi yang Tidak Standar: Perbedaan dalam teknik perendaman atau rasio kopi dan air selama proses pembuatan *cold brew* dapat menghasilkan perbedaan intensitas rasa dan ekstraksi senyawa kopi yang penting.

c. Perbedaan Waktu Perendaman: Lama waktu perendaman memengaruhi kekuatan dan karakter rasa *cold brew*. Jika waktu perendaman bervariasi antar batch, hasil rasa pun dapat berbeda.

## 2. Pengemasan yang Tidak Efisien

a. Keterbatasan Material Kemasan: Banyak kemasan yang tersedia di pasaran mungkin tidak cukup kuat untuk menahan tekanan atau menjaga produk tetap segar dalam distribusi jarak jauh. Selain itu, bahan pengemas yang ramah lingkungan seringkali lebih mahal atau lebih sulit diakses.

b. Kedap Udara yang Tidak Optimal: Pengemasan yang tidak kedap udara atau kurang rapat dapat menyebabkan oksidasi, yang merusak rasa kopi, bahkan jika *cold brew* disimpan dalam waktu singkat.

c. Desain Kemasan yang Tidak Praktis: Pengemasan yang sulit dibuka atau tidak *user-friendly* dapat memengaruhi pengalaman konsumen dan mengurangi daya tarik produk.

## 3. Proses Produksi yang Memakan Waktu dan Sumber Daya

a. Proses Ekstraksi yang Lambat: *Cold brew* memerlukan ekstraksi kopi dengan waktu yang lama untuk menghasilkan rasa yang lembut dan tidak asam. Proses ini memerlukan kontrol yang ketat terhadap waktu dan suhu, yang memakan waktu dan energi.

b. Skala Produksi yang Besar: Pada produksi dalam skala besar, pengendalian variabel seperti kualitas air, suhu ekstraksi, dan kelembapan menjadi lebih sulit, yang bisa memengaruhi kualitas produk.

c. Keterbatasan Peralatan: Banyak peralatan yang digunakan untuk membuat *cold brew* dalam skala besar mungkin tidak dirancang untuk proses ekstraksi yang efisien, meningkatkan konsumsi energi dan waktu, serta menambah biaya operasional.

Dengan memahami sebab-sebab masalah ini, kita bisa lebih mudah menemukan solusi untuk mengatasi tantangan dalam pembuatan *cold brew* yang konsisten dan efisien.

#### 4.6.2 Akibat Masalah

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

##### 1. Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten

###### a) Variasi Biji Kopi:

Akibat: Konsumen mungkin merasa kecewa jika rasa produk berbeda dari yang mereka harapkan. Hal ini dapat merusak reputasi merek dan menyebabkan penurunan loyalitas pelanggan. Ketidakpastian rasa juga dapat mengurangi minat beli, karena pelanggan mungkin merasa kualitas produk tidak stabil atau tidak dapat diandalkan.

###### b) Metode Ekstraksi yang Tidak Standar:

Akibat: Produk *cold brew* bisa menjadi terlalu pahit atau terlalu lemah, memengaruhi pengalaman rasa konsumen. Ketidakcocokan ini dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk pesaing yang menawarkan konsistensi rasa, sehingga merugikan penjualan dan citra merek.

###### c) Perbedaan Waktu Perendaman :

Akibat : Jika waktu perendaman tidak konsisten, hasil rasa dapat berubah-ubah. Hal ini mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan yang menginginkan rasa yang tetap stabil. Jika konsumen merasa tidak puas, mereka cenderung tidak akan membeli lagi atau menyarankan produk tersebut kepada orang lain.

## 2. Pengemasan yang Tidak Efisien

### a) Keterbatasan Material Kemasan:

Akibat : Kemasan yang mudah rusak dapat menyebabkan kebocoran atau kerusakan produk selama distribusi. Ini dapat merugikan reputasi merek dan mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu, biaya penggantian atau pengembalian produk yang rusak juga dapat menambah beban finansial.

### b) Kedap Udara yang Tidak Optimal :

Akibat : Pengemasan yang tidak kedap udara akan mempercepat oksidasi produk, yang dapat mengubah rasa dan kesegaran *cold brew*. Produk yang kurang segar akan berkurang daya tariknya di mata konsumen, yang akhirnya mempengaruhi penjualan dan loyalitas pelanggan.

### c) Desain Kemasan yang Tidak Praktis :

Akibat : Kemasan yang sulit dibuka atau tidak nyaman dapat memberikan pengalaman yang buruk bagi konsumen. Hal ini bisa mengarah pada ulasan negatif atau penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Kemasan yang tidak praktis juga dapat mengurangi daya tarik visual produk di rak toko, mengurangi peluang penjualan.

## 3. Proses Produksi yang Memakan Waktu dan Sumber Daya

### a) Proses Ekstraksi yang Lambat :

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

b) Skala Produksi yang Besar :

Akibat : Kesulitan dalam menjaga kualitas konsisten dalam produksi besar dapat menurunkan standar produk. Ketidakmampuan untuk mengontrol variabel dalam jumlah besar dapat menyebabkan produk dengan kualitas yang buruk, yang akhirnya merusak citra merek dan merugikan bisnis dalam jangka panjang.

c) Keterbatasan Peralatan :

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

## **4.7 Solusi Masalah**

### **1. Kualitas Rasa yang Tidak Konsisten**

a. Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) : Untuk mengatasi perbedaan rasa, buat SOP yang ketat dalam pemilihan biji kopi, proses ekstraksi, dan waktu perendaman. Menetapkan rasio kopi dan air yang konsisten serta kontrol waktu dan suhu perendaman dapat membantu menjaga kestabilan rasa di setiap *batch*.

b. Penyusunan Pemasok Biji Kopi yang Terpercaya: Pilih pemasok biji kopi dengan standar kualitas yang tinggi dan konsisten. Memilih biji dari varietas yang lebih stabil

dan mengontrol kualitas melalui uji cupping secara berkala dapat membantu mengurangi variasi rasa antar *batch*.

c. Penggunaan Teknologi untuk Monitoring Ekstraksi: Gunakan teknologi untuk memantau dan mengontrol variabel seperti suhu dan waktu ekstraksi. Beberapa perangkat otomatis dapat membantu menjaga konsistensi rasa dengan memberikan parameter yang lebih presisi selama proses ekstraksi.

## 2. Pengemasan yang Tidak Efisien

a. Pemilihan Kemasan yang Tepat: Gunakan kemasan yang kedap udara dan dapat melindungi produk dari cahaya serta oksigen, seperti botol kaca atau kemasan plastik yang terstandarisasi dan memiliki lapisan penghalang oksigen. Kemasan yang kedap udara akan mencegah oksidasi, menjaga kesegaran, dan mempertahankan rasa cold brew lebih lama.

b. Inovasi dalam Kemasan Ramah Lingkungan: Cari solusi kemasan ramah lingkungan yang tetap efektif dalam menjaga kesegaran produk. Beberapa pilihan seperti kemasan dari bahan bioplastik atau kemasan yang dapat didaur ulang dapat mengurangi dampak lingkungan tanpa mengorbankan keawetan

c. Produk Desain Kemasan yang User-Friendly : Pastikan desain kemasan mudah dibuka, praktis, dan dapat digunakan kembali jika perlu. Kemasan dengan tutup yang mudah dibuka dan label yang jelas dapat meningkatkan pengalaman konsumen dan meminimalisir keluhan.

## 3. Proses Produksi yang Memakan Waktu dan Sumber Daya

a. Penggunaan Peralatan Ekstraksi Otomatis: Investasi pada mesin ekstraksi cold brew otomatis yang dapat mengatur suhu dan waktu secara presisi dapat mempercepat

proses dan mengurangi ketergantungan pada proses manual. Mesin ini juga membantu menghasilkan batch yang lebih konsisten, dengan efisiensi yang lebih baik.

Optimasi Proses Produksi: Dalam skala besar, pertimbangkan penggunaan sistem produksi berkelanjutan dengan memonitor variabel kritis seperti suhu air, kelembapan, dan kualitas air secara otomatis. Dengan kontrol yang lebih baik terhadap variabel ini, kualitas produk dapat dijaga lebih efisien dan konsisten.

b.Penyederhanaan Proses Ekstraksi: Menggunakan teknik perendaman yang lebih cepat, seperti menggunakan tekanan atau vakum (cold brew dengan metode tekanan), bisa mempercepat ekstraksi tanpa mengorbankan kualitas rasa. Proses ini bisa mengurangi waktu ekstraksi yang panjang dan membuat produksi lebih efisien.

c.Pelatihan dan Standarisasi Tim Produksi: Pastikan tim produksi terlatih dengan baik dan memahami proses secara menyeluruh. Mengurangi variabel manusia dalam proses produksi akan membantu menjaga kualitas dan efisiensi, sekaligus mengurangi kesalahan yang dapat menambah waktu dan biaya.

Perusahaan dapat menerapkan solusi untuk meningkatkan kualitas produk cold brew, memastikan pengemasan yang lebih efektif, dan membuat proses produksi lebih efisien dalam jangka panjang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Laporan magang ini membahas inovasi produk dan dampaknya terhadap penjualan kopi cold brew di pasar lokal. Dari hasil identifikasi masalah yang ada, terdapat tiga isu utama yang mempengaruhi kualitas dan daya saing produk, yaitu kualitas rasa yang tidak konsisten, pengemasan yang tidak efisien, dan proses produksi yang memakan waktu dan sumber daya.

Untuk mengatasi masalah kualitas rasa yang tidak konsisten, penting untuk menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat, 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 pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Masalah pengemasan yang tidak efisien dapat diatasi dengan memilih kemasan yang kedap udara dan melindungi produk dari oksidasi, serta memperkenalkan kemasan ramah lingkungan yang lebih praktis dan mudah digunakan. Inovasi kemasan ini tidak hanya meningkatkan kesegaran dan umur simpan produk, tetapi juga menciptakan pengalaman konsumen yang lebih positif dan mendukung upaya keberlanjutan lingkungan.

Terkait dengan proses produksi yang memakan waktu dan sumber daya, solusi yang dapat diterapkan adalah penggunaan peralatan ekstraksi otomatis untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produksi, serta optimasi proses produksi

dengan pengendalian variabel kritis secara otomatis. Selain itu, penggunaan teknik perendaman yang lebih cepat dan pelatihan tim produksi juga akan mengurangi pemborosan waktu dan meningkatkan kualitas produksi dalam skala besar.

Secara keseluruhan, penerapan inovasi produk yang berfokus pada peningkatan kualitas, efisiensi proses produksi, dan pengemasan yang lebih praktis dan ramah lingkungan dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan kopi cold brew di pasar lokal. Produk yang lebih konsisten, berkualitas, dan mudah diakses akan menarik lebih banyak konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan penjelasan yang telah dilakukan terhadap inovasi produk dan dampaknya terhadap penjualan kopi cold brew di pasar lokal, berikut beberapa saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing produk di pasar:

### **1. Meningkatkan Konsistensi Kualitas Rasa Cold Brew**

a. Penerapan SOP yang Ketat : Disarankan untuk segera menyusun dan mengimplementasikan SOP yang jelas dan terukur dalam setiap tahapan produksi, dari pemilihan biji kopi, ekstraksi, hingga perendaman. Hal ini akan memastikan bahwa setiap batch cold brew memiliki kualitas rasa yang konsisten, yang sangat penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

b. Kolaborasi dengan Pemasok Biji Kopi Terpercaya: Menggandeng pemasok biji kopi dengan reputasi yang baik dan standar kualitas yang terjamin dapat membantu mengurangi variasi rasa yang tidak diinginkan. Proses uji cupping secara rutin juga akan membantu memastikan kualitas biji kopi tetap terjaga.

c. Adopsi Teknologi dalam Proses Ekstraksi: Penggunaan teknologi untuk memonitor dan mengontrol suhu serta waktu ekstraksi dapat mengurangi variabilitas dalam hasil produksi, sehingga memberikan pengalaman rasa yang lebih stabil bagi konsumen.

#### Mengoptimalkan Pengemasan

d. Pemilihan Kemasan yang Lebih Efektif: Disarankan untuk mengganti kemasan dengan bahan yang lebih efisien, seperti botol kaca atau plastik dengan lapisan penghalang oksigen. Ini akan membantu menjaga kesegaran produk lebih lama dan mengurangi kerusakan rasa karena oksidasi.

e. Inovasi dalam Kemasan Ramah Lingkungan : Mengingat tren konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan, penggunaan kemasan yang dapat didaur ulang atau berbahan dasar bioplastik akan meningkatkan daya tarik produk di pasar yang semakin berfokus pada isu lingkungan.

f. Desain Kemasan yang Memudahkan Penggunaan : Menyederhanakan desain kemasan agar lebih mudah dibuka dan digunakan dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Hal ini juga dapat meningkatkan kepraktisan produk di pasar retail, yang pada gilirannya akan memperkuat posisi merek di pasar.

#### Meningkatkan Efisiensi Proses Produksi

g. Investasi pada Peralatan Ekstraksi Otomatis: Sebaiknya perusahaan berinvestasi pada mesin ekstraksi otomatis yang dapat meningkatkan efisiensi dan menjaga konsistensi rasa. Mesin dengan kontrol suhu dan waktu otomatis akan mempercepat proses produksi dan meminimalisir ketergantungan pada keterampilan manual.

h. Peningkatan Sistem Produksi Berkelanjutan: Untuk skala produksi yang lebih besar, penerapan sistem otomatis yang memonitor suhu, kelembapan, dan kualitas air secara

terus-menerus akan mengurangi kesalahan dan meningkatkan konsistensi produk. Hal ini juga akan membantu menjaga kualitas produk dalam jumlah besar.

i. Pelatihan dan Standarisasi Proses Produksi : Memberikan pelatihan rutin kepada tim produksi mengenai standar dan prosedur yang telah ditetapkan akan sangat membantu dalam mengurangi kesalahan manusia, sehingga dapat meminimalisir pemborosan dan menjaga kualitas secara keseluruhan.

Dengan menerapkan solusi-solusi yang disarankan ini, diharapkan kualitas produk cold brew dapat meningkat, pengemasan menjadi lebih efisien, dan proses produksi dapat berjalan dengan lebih cepat dan hemat sumber daya. Dampak positif dari perubahan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk di pasar lokal, memperkuat hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan dalam jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andiyanto, F. 2017. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen*, 8(3), 1– 20.
- Bukhori, M. 2017. Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31.
- 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 Kepelabuhan 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 kepelabuhan barunawati surabaya).
- Rahardjo, P. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Ramadhan, M, F, A. 2019. Inovasi Pembuatan Minuman dengan Metode Manual *Brew Coffee* Beraroma Jeruk Sunkist [Tugas Akhir]. Jurusan Hospitaliti. Program Studi Manajemen Tata Hidangan. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Rayhan, F, W, D. 2019. Pengaruh Suhu dan Waktu Ekstraksi Kopi Arabika dengan Metode *Cold Brew* Terhadap Mutu Kopi [Skripsi]. Jurusan Teknologi Pangan. Fakultas Teknologi Pangan dan Kesehatan. Universitas Sahid Jakarta. Jakarta.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Aktivitas Magang atau Learning Together



## Lampiran 2 data pendukung yang berhubungan dengan laporan magang



Pengumpulan data melalui metode observasi dan wawancara adalah dengan melalui pengamatan yang langsung oleh sang peneliti kepada objek yang diteliti secara langsung di tempat terjadinya peristiwa atau kejadian.

### Lampiran 3 daftar nilai dari perusahaan



**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**

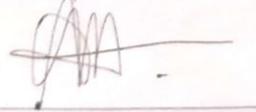
Nama : Ardita Fidelia Ramadani  
 NIM : 23111002  
 Tempat Magang: kopi siupp  
 Alamat Instansi : Blokmen Royal City Lt 5T 0203  
 Judul : Inovasi produk dan dampaknya terhadap penjualan kopi cold brew dan cokies di pasar lokal pada program wirausaha merdeka Universitas Ciputra 2024

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	86	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 : Ardita fidelia ramadani  
Jabatan : Magang  
Alamat : Jln.Lasem barat No 5A

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 GPA/CGPA Simulation

Un-uploaded Score

Scoring Type	Weight	Score
Assignment 1	25.00	85,50
Assignment 2	25.00	87,50
Assignment 3	35.00	84,00
Final Exam	15.00	87,50

Estimated Final Score	Estimated Grade
85.78	A-

Need h

### List of Not Passed Subject(s)

Subject Code	Subject Name	Credits	Current Grade	Simulated Grade
No Subject				

Simulated Cumulative Num. of Credits	Simulated CGPA	Simulated Completed Num. of Credits	Simulated Completed CGPA
20 sks	3.75	20 sks	3.75

Need h

GPA/CGPA Simulation

GPA/CGPA Simulation

### List of Active Period Subject(s)

Active Period: 2024-2025 Odd

Subject Code	Subject Name	Credits	Estimated Current Grade	Simulated Grade
UNC00304048-R	Entrepreneurship for Business Sustainability in Economic Circular Context	20	A-	A-

Num. of Credits	Simulated GPA
20 sks	3.75

Need h