

**LAPORAN PROJECT MANAJEMEN OPERASI
UMKM “SERABI SOLO BHAKTI”**



Disusun Oleh:

Kelompok 2 – Kelas E

Rizky Ramadhanti Rahayu	2010111207
Vadya Azhara	2010111229
Nur Azizah Faridatunnisa	2010111230
Fajry Ferdian	2010111231

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan kepada kelompok kami untuk menyelesaikan laporan project ini. Atas rahmat dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan laporan project ini dengan tepat waktu.

Laporan project ini disusun guna memenuhi tugas Ibu Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M. Pada mata kuliah Manajemen Operasi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selain itu, kelompok kami juga berharap agar laporan project ini dapat menambah wawasan bagi pembaca.

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M. selaku dosen Manajemen Operasi. Kelompok kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan laporan project ini.

Kami menyadari laporan project ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan kami terima demi kesempurnaan laporan project ini.

Jakarta, 30 November 2021

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	1
BAB 2 PROFIL PERUSAHAAN	2
2.1 Sejarah Perusahaan	2
2.2 Struktur Organisasi	2
2.3 Jenis Usaha, Perkembangan Usaha, Rencana Pengembangan	3
BAB 3 SISTEM DAN PROSEDUR OPERASIONAL.....	5
3.1. Proses Operasional Produk	5
3.2. Kebijakan Pemenuhan Bahan Baku.....	5
3.3. Kapasitas Produksi	6
3.4. Saluran Distribusi	6
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN EVALUASI PELAKSANAAN OPERASIONAL... 	7
4.1. Rekapitan Transaksi.....	7
4.2. Capaian Hasil	7
4.3. Pembahasan Hasil Project Manajemen Operasional.....	8
BAB 5 PENUTUP	10
CACATAN HARIAN KEGIATAN (LOG BOOK)	12
DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO	14

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. UMKM menjadi salah satu terobosan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Kemandirian masyarakat dengan menjadi pelaku bisnis UMKM ini diharapkan dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Dampak pandemi Covid-19 tidak hanya pada sektor manufaktur, tetapi juga terhadap sektor UMKM sejak April 2020. Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM, yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena banyaknya pekerja yang terlibat langsung. Banyak yang memanfaatkan waktu luang mereka di situasi pandemi ini dengan mulai menjalankan bisnis. Salah satunya ide usaha ini yang datang karena pemilik usaha ini berkeinginan untuk membuka usaha kuliner. Terciptalah Serabi Solo Bhakti yang juga merupakan kudapan favorit Bapak Rudi. Oleh karena itu, kami tertarik untuk melakukan pengamatan dan analisis seputar kegiatan operasional dan pengembangan bisnis dari salah satu UMKM yang bergerak di bidang makanan yaitu Surabi Solo Bhakti.

1.2 Tujuan

1. Mengetahui sistem dan prosedur operasional UMKM Serabi Solo Bhakti
2. Mengevaluasi kegiatan operasional dari UMKM Serabi Solo Bhakti

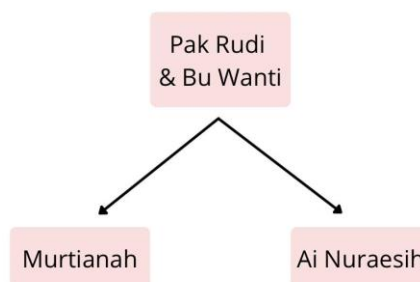
BAB 2 PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Serabi Solo Bhakti didirikan pada saat pandemi Covid-19 mulai merebak oleh sepasang suami-istri, Bapak Rudi dan Ibu Wanti Herlina. Ide usaha ini datang dari sang suami yang berkeinginan untuk membuka usaha kuliner, namun tidak ingin berdagang makanan yang sudah *mainstream*. Maka, terpilihlah serabi solo yang juga merupakan kudapan favorit Bapak Rudi. Serabi solo ini terinspirasi dari “Serabi Solo Notosuman” asli Solo yang terkenal itu. Mereka yakin bahwa dengan membawa sesuatu yang baru di lingkungan yang bukan aslinya akan membuat warga sekitar penasaran dengan serabi solo ini.

Awalnya Serabi Solo Bhakti tidak dibuat dan dipersiapkan sendiri, namun *franchise* dari salah satu merek serabi solo lainnya yang mana resep dan bahan diambil dari supplier *franchise* tersebut. Namun setelah beberapa waktu, tak sedikit pelanggan yang mengeluh karena hasil serabi yang kurang diminati. Beberapa dari pelanggan tersebut menyarankan untuk membuat ulang resepnya dan mencari kekurangan pada resep tersebut. Akhirnya Bu Wanti membuat sendiri resepnya hasil mempelajarinya secara otodidak dan mulai menjualkan serabi kembali. Para pelanggan menyukai serabi solo dengan resep terbaru, sehingga Bu Wanti berkeputusan untuk menyelesaikan kontrak *franchise* dengan merek yang lama dan melanjutkan berjualan dengan nama yang baru yaitu “Serabi Solo Bhakti”.

2.2 Struktur Organisasi



Pemilik Usaha : Pak Rudi & Bu Wanti

Karyawan : Murtianah & Ai Nuraesih

Sebagai pemilik usaha, Bu Wanti dan Pak Rudi tetap membantu para karyawannya dalam melakukan persiapan dan juga berjualan. Sehingga setiap hari, empat orang inilah yang mempersiapkan segalanya untuk berjualan.

2.3 Jenis Usaha, Perkembangan Usaha, Rencana Pengembangan

1. Jenis Usaha

a. Jenis Usaha Berdasarkan Kegiatan

Usaha “Serabi Solo Bhakti” termasuk usaha perdagangan, karena yang diperjualbelikan adalah makanan yaitu serabi solo.

b. Jenis Usaha Berdasarkan Skala

Usaha “Serabi Solo Bhakti” termasuk kategori usaha mikro dalam UMKM. Kriteria UMKM diatur dalam Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan PP tersebut, Serabi Solo Bhakti termasuk kategori usaha mikro karena memiliki dua kriteria, yaitu memiliki modal paling banyak Rp 1.000.000.000 dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 2.000.000.000.

2. Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk upaya agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Serabi Solo Bhakti. Perkembangan dalam usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Serabi Solo Bhakti didirikan sejak merebaknya pandemi. Perkembangan signifikan yang dilakukan dan dialami Bu Wanti dan suami adalah melepaskan usaha dari *franchise* serta menambah elemen-elemen penting pada kemasan dan penambahan varian rasa.

Perkembangan usaha sejauh ini yang sudah dikontribusikan oleh kami selama satu bulan, mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kami telah berkontribusi dalam membantu Serabi Solo Bhakti khususnya di

bidang pemasaran, yaitu melalui pemasaran di akun media sosial masing-masing anggota kelompok kami. Hasil dari kontribusi selama satu bulan yang dilakukan ini meliputi peningkatan jumlah penjualan yang signifikan, jumlah pengunjung bertambah yang mana merupakan berasal dari teman-teman sekitar, dan juga Serabi Solo Bhakti menjadi dikenal sebagai serabi solo satu-satunya di kawasan Kelurahan Cilincing

3. Rencana Pengembangan Usaha

a. Penambahan Varian Rasa

Sampai saat ini, terdapat lima varian rasa untuk serabi solo yang dijual, antara lain: coklat, keju, nangka, durian dan stroberi. Karena adanya saran dari kelompok kami untuk menambah varian rasa yang sedang viral, Bu Wanti dan Pak Rudi berkeinginan untuk menambah varian rasa seperti Lotus Biscoff, Oreo, Tiramisu dan sebagainya, dengan harapan lebih banyak dan lebih luas lagi peminat dari berbagai kalangan usia dan gaya hidup. Namun sebelum melakukan hal tersebut, perlu dilakukan *testing* rasa dan “tes ombak” (berjualan dengan jumlah yang sedikit untuk serabi dengan varian rasa baru) sebelum berjualan dengan sistem seperti varian rasa yang sudah ada.

b. Pembukaan Cabang di luar Wilayah Cilincing

Bu Wanti dan Pak Rudi berkeinginan untuk membuka beberapa cabang di luar wilayah Cilincing. Namun sebelum itu, perlu persiapan yang matang dan tentunya tempat utama Serabi Solo Bhakti yaitu di Cilincing harus mencapai penjualan yang diharapkan terlebih dahulu, serta dirasa sudah cukup matang untuk melakukan pembukaan cabang baru.

BAB 3

SISTEM DAN PROSEDUR OPERASIONAL

3.1. Proses Operasional Produk

Proses operasional produk adalah suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusia, bahan, dan peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna atau bernilai lebih. Atau dengan kata lain proses produksi adalah transformasi bahan (input) menjadi produk (output). Berikut proses operasional produk pada usaha Serabi Solo Bhakti.

1. Input

Input berupa bahan baku dan tenaga kerja. Pemenuhan bahan baku usaha ini memakai tepung beras, gula putih, kelapa, ragi, topping selai, daun pisang, dan gas. Pada usaha Serabi Solo Bhakti terdapat 4 orang tenaga kerja. Pemilik usaha yaitu Ibu Wanti bersama suaminya dan 2 orang temannya bekerja shift. Pemilik usaha dan karyawan mengawasi langsung proses bahan baku Serabi Solo Bhakti.

2. Transformasi

Pada metode ini karena terdapat campuran santan, produk serabi dapat bertahan selama 1 hari apabila disimpan pada suhu ruangan. Jika langsung disimpan ke dalam kulkas bisa bertahan selama 2-3 hari.

3. Output

Output adalah hasil dari kegiatan usaha yang tercermin dalam produk dan jasa yang dijual kepada pelanggan. Output dari UMKM Serabi Solo Bhakti adalah produk makanan yang cepat dalam penyajiannya. Terdapat beberapa rasa pada usaha Serabi Solo Bhakti, antara lain yaitu adanya rasa selai nangka, selai coklat, selai durian, selai strawberry, dan rasa keju.

3.2. Kebijakan Pemenuhan Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam proses produksi. Supplier merupakan suatu perusahaan atau perorangan yang menjual bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan oleh perusahaan lain agar bisa diolah menjadi suatu produk yang siap dijual. Pemenuhan bahan baku UMKM

Serabi Solo Bhakti berasal dari beberapa supplier. Artinya dalam memenuhi bahan baku, UMKM Serabi Solo Bhakti tidak terpaku dari satu supplier saja. Supplier dipilih dengan mengutamakan kualitas, harga, dan kecocokannya dengan produk terkait. Bahan baku utama dari UMKM Serabi Solo Bhakti ini, yaitu tepung beras, gula putih, kelapa, pengembang, daun pisang dan lainnya. Untuk bahan baku seperti selai strawberry, selai nanas, selai coklat, dan keju berasal dari pasar dan dibeli sesuai kebutuhan

3.3. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi merupakan hasil produksi maksimum yang dapat diproduksi atau dihasilkan dalam satuan waktu tertentu. Jika dengan menggunakan peralatan atau alat-alat yang ada, serta bahan baku yang banyak produksi Surabi Bhakti Solo bisa mencapai 130-250 pcs per hari.

3.4. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan perantara antara produsen dengan konsumen yang saling bergantung satu sama lain untuk memenuhi tujuan masing-masing pihak.

- **Distribusi Intensif**

1. **Gerai Surabi Bhakti Solo**

Merupakan tempat pusat pemasaran dan penjualan produk. Gerai ini berada di daerah Cilincing. Tempat ini memiliki lokasi yang strategis karena berada tepat di depan masjid, yaitu Masjid Raya Al-Ikhlas Cilincing.

2. **Toko online/media online**

Surabi Bhakti Solo memanfaatkan media online seperti Instagram untuk memasarkan dan memviralkan produk.

- **Distribusi Eksklusif**

Pada penerapan dalam pengiriman produk yang dipesan melalui online, perusahaan memakai jasa dari mitra Gojek, Gofood, dan Shopee Food. Ketiga mitra tersebut sudah banyak digunakan oleh masyarakat untuk memesan makanan dan minuman secara online. Selain itu, mitra tersebut juga sudah terjamin kepercayaannya.

BAB 4

HASIL ANALISIS DAN EVALUASI PELAKSANAAN OPERASIONAL

4.1. Rekap Transaksi

Serabi Solo Bhakti					
Periode	1 November - 30 November 2021				
Penjualan Kotor	Rp 13.380.000	Total Transaksi	390		
Penjualan Bersih	Rp 12.543.000	Rata-rata Penjualan Per Transaksi	Rp	32.162	
Laba Bersih	Rp 12.543.000	Margin	97%		
Penjualan Kotor Harian					
01-Nov	Rp 460.000	11-Nov	Rp 260.000	21-Nov	Rp 480.000
02-Nov	Rp 620.000	12-Nov	Rp 420.000	22-Nov	Rp 320.000
03-Nov	Rp 480.000	13-Nov	Rp 460.000	23-Nov	Rp 460.000
04-Nov	Rp 320.000	14-Nov	Rp 620.000	24-Nov	Rp 420.000
05-Nov	Rp 520.000	15-Nov	Rp 480.000	25-Nov	Rp 490.000
06-Nov	Rp 460.000	16-Nov	Rp 320.000	26-Nov	Rp 260.000
07-Nov	Rp 260.000	17-Nov	Rp 490.000	27-Nov	Rp 480.000
08-Nov	Rp 420.000	18-Nov	Rp 620.000	28-Nov	Rp 260.000
09-Nov	Rp 490.000	19-Nov	Rp 520.000	29-Nov	Rp 420.000
10-Nov	Rp 620.000	20-Nov	Rp 460.000	30-Nov	Rp 490.000

4.2. Capaian Hasil

Usaha yang dimiliki ibu Wanti beserta rekannya ini belum lama beroperasi di daerah Jakarta Selatan dan tingkat penjualan saat bisnis ini dimulai dapat dikatakan ramai. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu tingkat penjualan Serabi ini menurun, jadi untuk mengejar konsumen, UMKM Surabi ini melakukan beberapa strategi pemasaran yaitu pemasaran melalui sosial media, dan pemasaran *earned media*. Pemasaran media sosial merupakan bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan tidak berbayar, contohnya seperti *Instagram*, *facebook*, *twitter*, dan lainnya. Serabi Solo ini mempunyai akun *Instagram* yang bernama @serabisilobhakti_. Kemudian pemasaran *earned media* yang merupakan publikasi yang bisa didapatkan dengan

berbagai cara yang cenderung mudah, seperti testimoni media sosial, pembicaraan dari mulut ke mulut atau bisa disebut *word of mouth*. Selain melakukan promosi, Ibu Wanti selaku owner UMKM ini juga menerima masukan dan saran dari customer agar kedepannya usaha Serabi Solo Bhakti dapat berkembang.

Beberapa strategi pemasaran dan penerapan masukan yang diterapkan oleh Serabi Solo Bhakti memberikan pengaruh yang baik terhadap penjualan mereka. Dapat dilihat transaksi yang terjadi pada bulan November 2021 terbilang cukup tinggi untuk usaha ini yaitu terdapat penjualan bersih sebesar Rp 13.380.000. Oleh karena itu UMKM Serabi Solo Bhakti ini termasuk sukses dalam pencapaian hasil yang mereka dapatkan saat ini walaupun mereka belum lama ini memulai usahanya.

4.3. Pembahasan Hasil Project Manajemen Operasional

1. Operasional dan Produktivitas

a. Tenaga Kerja (Sumber Daya Manusia)

Serabi Solo Bhakti ini memiliki 4 pekerja yang mana ownernya, Ibu Wanti bersama suami dan 2 orang temannya bekerja shift. Lalu, dalam proses produksi serabi, Ibu Wanti dibantu oleh 2 temannya tanpa dibantu oleh suaminya. Dalam hal ketenagakerjaan, menurut kelompok kami UMKM Serabi Solo Bhakti sudah memiliki karyawan yang cukup untuk menjalankan bisnis ini. Walaupun memiliki karyawan yang cukup, menurut kami seharusnya UMKM ini memiliki jobdesk agar pekerjaan lebih teratur. Contohnya, seperti dibedakannya anggota yang memproduksi dan yang berjualan agar tidak ada anggota yang double job.

b. Peralatan dan Bahan Baku

Peralatan yang digunakan Serabi Solo Bhakti untuk kegiatan operasional sehari-harinya sudah cukup. UMKM Serabi memiliki peralatan yang lengkap seperti wajan yang berukuran sangat kecil untuk memasak serabi, spatula pengangkat, dan lainnya. Selanjutnya untuk bahan baku, mereka mencari supplier di pasar secara mandiri. Bahan baku yang mereka pakai juga sangatlah mudah dicari di pasaran. Bahan baku yang mereka pakai juga sangatlah mudah dicari di pasaran. Menurut kelompok kami walaupun bahan baku mudah dicari sebaiknya UMKM Serabi Solo Bhakti memilih supplier bahan baku yang tetap atau bisa disebut

langganan. Hal ini dilakukan agar bahan baku memiliki kualitas bagus yang sama dan tidak berbeda-beda tergantung pada pemasok yang mereka pilih.

2. Desain Produk

Serabi Solo Bhakti memiliki desain yang sangat kreatif. Mereka memilih untuk menggunakan motif batik dan tambahan nama varian rasa di setiap serabi yang mereka buat agar serabi yang memiliki varian rasa berbeda tidak tertukar. Ide desain ini tercipta dari kritik dan saran para pelanggan lalu dikembangkan. Logo ini memiliki warna putih dan hitam dengan font huruf yang unik. Hal ini berkaitan dengan konsep bisnis mereka yang bergaya nasionalis. Desain produk yang bagus menjadi nilai plus bagi konsumen dan membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli serabi mereka.

3. Strategi lokasi

Lokasi untuk usaha UMKM Serabi Solo Bhakti ini sangat strategis dan terletak tepat di pinggir jalanan yang ramai berlalu-lalang kendaraan bermotor. Serabi Solo Bhakti ini juga berada di area para UMKM lainnya berjualan atau berada di jajaran pedagang kuliner lainnya, yang mana area ini sudah pasti menjadi tujuan para masyarakat jika mereka merasa membutuhkan makanan dan minuman. Lokasi UMKM Serabi Solo Bhakti dapat dikatakan strategis baik itu menggunakan kendaraan pribadi maupun umum. Selain itu, lokasi mereka dapat tertera pada aplikasi google maps yang tentunya akan lebih memudahkan dalam menemukan lokasi Serabi Solo Bhakti

4. Strategi Layout

Strategi layout merupakan bagian yang penting pada proses operasional agar kegiatan usaha tidak terhambat. Layout pada UMKM Serabi Solo Bhakti sangat baik, karena penempatan barang dan peralatan dilakukan dengan teratur dan tidak menghambat dalam proses operasional produk. Seperti penempatan etalase dan kompor yang sangat teratur dan tidak memakan tempat. Selain itu mereka juga menyediakan 3 bangku untuk pelanggan yang sedang menunggu pesanan.

BAB 5

PENUTUP

Kesimpulan

Serabi Solo Bhakti resmi dimulai pada tahun 2020 saat Covid-19 mulai merebak. Awalnya Serabi Solo Bhakti tidak dibuat dengan resep sendiri atau dipersiapkan sendiri, namun mereka membeli *franchise* dari salah satu merek serabi solo lainnya yang mana resep dan bahan diambil dari supplier *franchise* tersebut. Lalu, setelah beberapa waktu, tak sedikit pelanggan yang mengeluh karena rasa dari serabi ini masih dirasa kurang diminati. Beberapa dari pelanggan tersebut menyarankan untuk membuat ulang resepnya dan mencari kekurangan pada resep tersebut. Akhirnya Bu Wanti membuat sendiri resepnya hasil mempelajarinya secara otodidak dan mulai menjualkan serabi kembali.

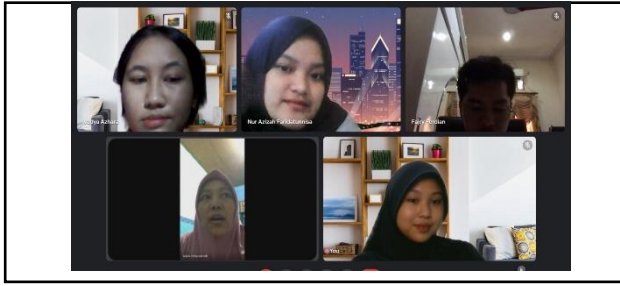
Dalam kebijakan pemenuhan bahan baku, Serabi Solo Bhakti masih memilih supplier secara acak akan tetapi Bu Wanti tetap mengutamakan kualitas, harga, dan kecocokannya dengan produk terkait. Serabi Solo Bhakti memproduksi rata-rata 130 hingga 250 pcs dalam sehari. Dalam mendistribusikan produknya, Serabi Solo Bhakti menggunakan 2 (dua) jenis saluran distribusi langsung, yaitu online dan offline. Serabi Solo Bhakti melakukan beberapa strategi pemasaran, yaitu pemasaran melalui sosial media dan pemasaran earned media.

Menurut kelompok kami, Serabi Solo Bhakti memiliki kekurangan dalam mengatur jobdesk, Akibatnya tidak beraturan siapa yang akan berjualan dan memproduksi. Lalu, UMKM ini belum memiliki langganan supplier yang tetap yang mengakibatkan jumlah modal terkadang berubah. Oleh karena itu, solusi dari kelompok kami adalah Serabi Solo Bhakti harus lebih fokus dalam mengorganisir tiap jobdesk yang diberikan kepada perorangnya agar lebih teratur. Kemudian mereka juga perlu mencari supplier tetap agar produksi dari Serabi Solo Bhakti berjalan dengan lancar.

Saran

Selama dalam berjalannya usaha apapun itu, menurut Owner Serabi Solo Bhakti kita haruslah selalu berinovasi dan berkeaktifitas serta menerima kritik dan saran untuk memaksimalkan proses dan usaha yang dijalankan, demi hasil yang maksimal dan agar usaha kita tetap *sustainable*.

CACATAN HARIAN KEGIATAN (LOG BOOK)


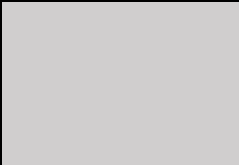
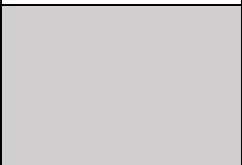
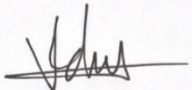

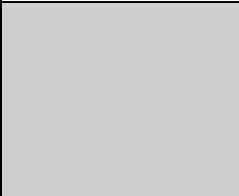
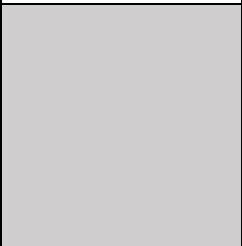

No.	Tanggal	Kegiatan
1.	12 / 11 / 2021	<p>Catatan : Melakukan Koordinasi dengan kelompok.</p> <p>Dokumen Pendukung</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> https://drive.google.com/file/d/1DzmcHaWFUO1Tm4PuNhM9CpqIrcIxHU7c/view?usp=sharing </div> 
2.	12 / 11 / 2021	<p>Catatan : Melakukan wawancara tahap pertama dengan pemilik bisnis surabi yang disertai dengan pertanyaan mengenai profil bisnis surabi yang dikelola.</p> <p>Dokumen Pendukung</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> https://drive.google.com/file/d/1Hqh8fkKtCj6Fg2c-6Vs7sIImGDa79oeE/view?usp=sharing </div> 
3.	14 / 11 / 2021	<p>Catatan : Melakukan wawancara tahap kedua dengan pemilik bisnis surabi yang disertai dengan pertanyaan mengenai pesaing bisnis surabi, dan pertanyaan mengenai analisis swot usaha surabi yang dikelola</p> <p>Dokumen Pendukung</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> https://drive.google.com/file/d/1ppjzEtTeMbssiOF8ngsJGEZfhSG9t58D/view?usp=sharing </div> 

4.	16 / 11 / 2021	<p>Catatan : Melakukan kegiatan Project Manajemen Operasi dengan tatap muka.</p> <p>Dokumen Pendukung</p> 
5.	30 / 11 / 2021	<p>Catatan : Melakukan dan membahas dengan kelompok mengenai kelanjutan untuk setiap bab yang akan di isi.</p> <p>Dokumen Pendukung</p> <div data-bbox="863 1005 1430 1117" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>https://drive.google.com/file/d/197Z-u6IBdD_IYf9iTjqJvsKo5N0Tcj0R/view</p> </div> 

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Selasa / 16 November 2021

KEGIATAN : Koordinasi dengan TIM

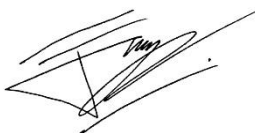
NO	NIM	NAMA	TANDA TANGAN	
1.	2010111207	Rizky Ramadhanti Rahayu	1. 	
2.	2010111229	Vadya Azhara		2. 
3.	2010111230	Nur Azizah Faridatunnisa	3. 	
4.	2010111231	Fajry Ferdian		4. 

Jakarta, 16 November 2021

Mengetahui

Koordinator Wilayah

Ketua Project



(Fajry Ferdian)



(Nur Azizah Faridatunnisa)