

**LAPORAN HASIL PROJECT MANAJEMEN OPERASI
PADA USAHA KECIL MIKRO DAN MENENGAH (UMKM)
“ DENINA COFFEE AND PASTRY “**

Project ini disusun untuk memenuhi UCP-3

Pada Mata Kuliah Manajemen Operasi

Dosen Pengampu : Rosalia C Sembiring, SE, MM



Disusun Oleh :

Muhammad Alfarobi	2010111205
Muhammad Rafi Fawwaz	2010111208
Dinda Anggitia	2010111238
Salma Amanda	2010111239

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2021**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa memberikan kesehatan kepada kami semua sampai saat ini, sehingga kami dapat menyusun dan menyelesaikan laporan *project* ini dengan baik dan maksimal.

Laporan *project* yang kami teliti pada Denina Coffee and Pastry ini kami susun dalam rangka untuk memenuhi tugas pada mata kuliah manajemen operasi. Tidak lupa pula dukungan baik secara materil dan nonmateril yang diberikan kepada kami dalam menyelesaikan laporan *project* ini. Oleh karena itu, izinkan kami mengucapkan rasa terima kasih kepada Ibu Rosali C Sembiring S.E., M.M. selaku dosen mata kuliah manajemen operasi dan semua pihak yang telah membantu serta memberikan kami referensi dalam menyelesaikan laporan *project* ini.

Kami menyadari bahwa penyusunan laporan *project* ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna menyempurnakan laporan *project* ini. Semoga dengan adanya laporan *project* ini dapat bermanfaat bagi penyusun dan khususnya bagi pembaca.

Jakarta, 01 November 2021

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pengambilan Objek.....	1
1.2 Tujuan <i>Project</i>	2
BAB II	3
PROFIL PERUSAHAAN	3
2.1. Sejarah Perusahaan	3
2.2. Struktur Organisasi	4
2.3. Jenis Usaha, Perkembangan Usaha dan Rencana Pengembangan	7
BAB III	11
SISTEM DAN PROSEDUR OPERASIONAL	11
3.1 Proses Operasional Produk	11
3.2 Kebijakan Pemenuhan Bahan Baku	11
3.3 Kapasitas Produksi.....	11
3.4 Saluran Distribusi.....	11
BAB IV	13
HASIL ANALISIS DAN EVALUASI PELAKSANAAN OPERASIONAL	13
4.1 Rekap Transaksi per Minggu	13
4.2 Capaian Hasil	15
4.3 Pembahasan Hasil <i>Project</i> Manajemen Operasional	15
BAB V	17
PENUTUP	17
5.1 Kesimpulan	17
5.2 Saran	17
CATATAN TAMBAHAN	18
A. Strategi Pemasaran, Model Pemasaran, Saluran Distribusi	18
B. Kapasitas Produksi, Bahan Baku, Metode Peramalan	19
C. Produk, Desain produk dan Inovasi	20
D. Lay Out Efisiensi Proses Produksi.....	22

E. Proses Produksi, Peralatan yang digunakan, SDM, Pemeliharaan, Manajemen Inventory	22
F. Produktivitas Usaha	25
CATATAN HARIAN KEGIATAN.....	28
DAFTAR HADIR KEGIATAN <i>PROJECT MO</i>	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pengambilan Objek

Manajemen operasi merupakan penerapan ilmu manajemen untuk mengatur kegiatan operasi secara efektif dan efisien. Ruang lingkup manajemen operasi meliputi perencanaan output, desain proses transformasi, perencanaan kapasitas, perencanaan pembangunan tempat usaha, perencanaan tata letak fasilitas, desain aliran kerja, manajemen persediaan, manajemen proyek, skeduling, pengendalian kualitas, dan keandalan kualitas.

Pada masa pandemi covid-19 banyaknya sektor yang terkena dampaknya, salah satunya yaitu sektor ekonomi. Menurut Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki sebesar 80% pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengalami penurunan keuntungan yang lebih rendah selama setahun. Lalu, sebesar 53% terjadinya penurunan nilai aset pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam mengatasi hal tersebut, sekitar 44% para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencoba beradaptasi dan berinovasi untuk bergabung ke pasar daring untuk menjangkau pasar yang lebih luas. (CNN Indonesia, 2021).

Dunia usaha kecil menengah (UKM) masa kini memerlukan sebuah pengelolaan yang dapat menunjang hasil produksi dan produk lain-lainnya, maka dari itu usaha warung makan pun memerlukan adanya sebuah proses manajemen operasi dan produksi untuk menghasilkan sistem pemasaran yang berkelanjutan dan produk yang berkualitas. Manajemen operasi dan produksi mengatur kegiatan produksi dari awal pengadaan input hingga produk dipasarkan. Input produksi menjadi output yang efektif dan efisien dengan adanya pengelolaan operasi dan produksi.

Dalam hal pengambilan object, kami memilih usaha yang tergolong dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yaitu Denina Coffee and Pastry. Denina merupakan jenis usaha yang bergerak dalam food and beverage, lebih spesifiknya lagi tergolong jenis coffee shop. Adapun alasan, mengapa kami memilih Denina Coffee and Pastry sebagai usaha tujuan kami dalam meneliti dan menganalisis sebagai pilihan UMKM kami, yaitu :

1. Berkenalan dengan pemilik Denina

Ketika ingin menjalin sebuah hubungan kerja sama tentunya sangat penting mengenal baik pemilik usaha tersebut. Dalam hal ini, kami mengenal Kak Dafif sehingga adanya rasa saling percaya satu sama lain.

2. Adanya kesepakatan bersama
Pada 28 Oktober 2021, kami melakukan kunjungan langsung ke Denina Coffee and Pastry yang berlokasi di daerah Jakarta Selatan
3. Pendapatan yang menurun
Dampak yang ditimbulkan dari pandemi covid-19 yaitu menyebabkan pendapatan Denina menurun.

1.2 Tujuan *Project*

- a. Mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh Denina Coffee and Pastry
- b. Membantu meningkatkan produktivitas usaha Denina melalui aksi *Marketing* dan pemanfaatan akun sosial media
- c. Mengetahui strategi produksi bisnis dan strategi pemasaran
- d. Mengetahui berjalannya operasional suatu UMKM

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan

Denina Coffee and Pastry merupakan salah satu pelopor berdirinya kafe di daerah Pancoran, Jakarta Selatan. Lebih spesifiknya, beralamat di Rukan Grand Palace, Jl. Raya Pasar Minggu No.16J, RT.4/RW.1, Pancoran, Kota Jakarta Selatan. Kafe ini menyajikan berbagai varian makanan dan minuman yang lezat dengan harga yang bersahabat. Dengan fasilitas free wifi, parkir yang luas serta suasana Denina Cafe yang *cozy* akan semakin membuat betah berlama-lama bersama keluarga, teman maupun pasangan untuk melepas penat setelah seharian bekerja atau kuliah. Selain itu, Denina Café juga memiliki *rooftop* yang indah dan nyaman di lantai 5, sehingga pelanggan atau konsumen dapat melihat pemandangan gedung-gedung bertingkat yang indah menenangkan. *Rooftop* ini juga cocok untuk tempat berfoto karena memiliki layout yang menarik dengan *view* yang bagus dan tidak ditawarkan dan dimiliki oleh kafe lainnya.

Denina Coffee and Pastry, didirikan pertama kali bulan Agustus tahun 2018 dan dibuka secara resmi di bulan November tahun 2018. Modal awal kafe ini juga sepenuhnya berasal dari orang tua Dafif. Denina memiliki konsep klasik yang dapat menjangkau semua kalangan baik dari segi rasa, variasi dan tempat. Ide awal berdirinya Denina Coffee and Pastry yakni berasal dari, Dafif dan orang tuanya (Bapak Deni dan Ibu Nina), dilatarbelakangi karena merasa bahwa bisnis di bidang kopi dan pastry ramai di semua kalangan, terutama kalangan remaja ataupun anak muda jaman sekarang. Setelah mencari-cari tempat dan survey akhirnya memilih Pancoran untuk mendirikan usaha. Alasannya pada masa itu di daerah Pancoran masih belum ada *coffee shop*, maka dari itu dari segi pesaing masih belum banyak. Hal inilah yang menjadikan peluang bagi Dafif untuk mendirikan usaha kafe di Pancoran.

Sebelumnya nama Kafe ini adalah Kasabuh. Namun, dengan adanya pergantian manajemen, akhirnya nama kafe ini diganti menjadi Denina Coffee and Pastry. Nama Denina Coffee and Pastry sendiri merupakan gabungan dari nama kedua orang tuanya, yaitu Deni dan Nina. Kafe ini juga menyajikan berbagai cita rasa makanan, baik makanan eropa maupun Indonesia. Beberapa makanan yang banyak dipilih antara lain, kopi signature DNA, es matcha, nasi goreng seafood, ayam sambal matah, spaghetti

carbonara, bahkan berbagai dessert seperti yang viral sekarang yakni *croissant*, selain itu juga ada brownies, pisang bakar, cireng dan lain-lain. Terlebih lagi, salah satu kopi yang dinamakan unik yaitu Indonesiano. Di kafe pada umumnya, kopi ini dinamakan Americano namun untuk memberikan keunikan dan menggambarkan kita yang ada di Indonesia sehingga dinamakan Indonesiano.

Denina Coffee and Pastry buka setiap hari mulai pukul 09.00 WIB hingga 21.00 WIB. Untuk jam operasionalnya, sudah disesuaikan dengan prokes saat masa pandemi. Target sasaran Denina Coffee and Pastry adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah, akan tetapi tidak menutup kemungkinan kalangan atas juga akan melakukan pembelian di Denina Coffee and Pastry, karena harganya terbilang terjangkau di tengah kota dengan view yang ditawarkan sangat bagus dan jika dikalkulasikan harga menu yang ditawarkan juga dibawah Rp 40.000 saja. Denina Coffee and Pastry. membidik segmen muda hingga tua, maka harga menu yang disajikan dengan harga yang bersahabat yaitu untuk harga minuman mulai dari Rp12.000 hingga Rp 25.000, untuk makanan mulai dari harga Rp 19.000 sampai dengan harga Rp 33.000, dan *dessert* atau snack mulai dari harga Rp 15.000 sampai dengan harga Rp 25.000 saja.

Denina Coffee and Pastry ini melakukan promosi memakai *social media*, terutama Instagram dan Tiktok. Kafe ini mulai ramai pengunjung pun karena postingan teman dari Dafif sendiri yang memposting video Denina Café di akun Tiktoknya. Selain itu, Kafe ini juga mengandalkan aplikasi ekspedisi *delivery online* untuk pembelian *take away*. Walaupun tidak sebanyak pelanggan dari *dine in*, tidak sedikit total dari penjualan adalah dari pembelian Go-food maupun Grab-food.

2.2. Struktur Organisasi

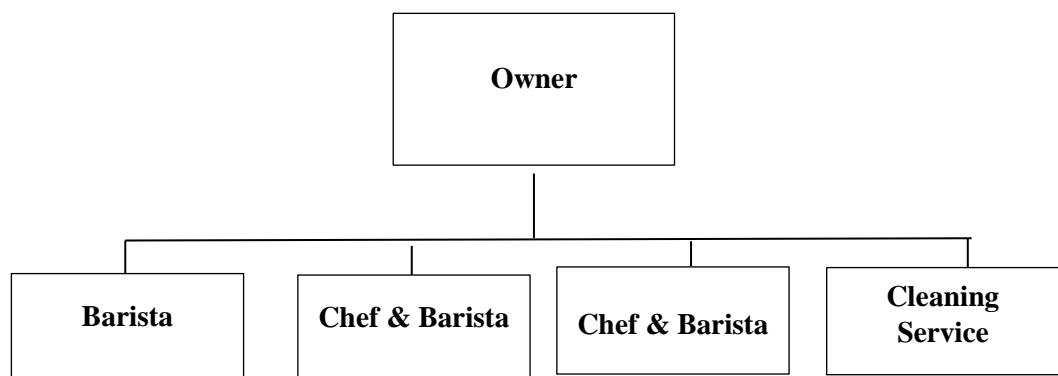
Struktur organisasi adalah kerangka antar hubungan satuan-satuan organisasi yang di dalamnya terdapat pejabat, tugas, serta wewenang yang masing-masing mempunyai peranan tertentu dalam kesatuan yang utuh (Sutarto, 2006:41). Jadi fungsi utama dari struktur organisasi adalah sebagai kejelasan pembagian tugas, wewenang dan kedudukan karyawan di dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Begitu pula yang terjadi di Denina Cafe, untuk mencapai visi dan misinya Denina Cafe juga memerlukan struktur organisasi. Denina Cafe mengusung struktur organisasi lini dimana pelimpahan wewenang dalam organisasi ini berlangsung secara

vertikal dari seorang atasan pimpinan hingga pimpinan dibawahnya. Untuk membantu kelancaran dalam mengelola organisasi tersebut seorang pimpinan mendapat bantuan dari para pelaksana. Pada struktur organisasi ini hubungan antara atasan dengan bawahan secara langsung.

Bagan struktur pengelola Denina Cafe dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini

Gambar 2.1
Struktur Organisasi Denina Coffee & Pastry



Berikut merupakan uraian dari masing-masing jabatan :

a) Owner atau Pemilik

Pemilik adalah orang yang mempunyai kafe sekaligus mendirikan kafe. Tugas pemilik meliputi:

- 1) Membuat strategi dan mengawasi jalannya kafe serta kerja para karyawan
- 2) Berwenang sebagai pengendali, menentukan standar prestasi, dan mengukur prestasi karyawan yang telah dicapai lalu melakukan evaluasi
- 3) Berwenang menerima pertanggung jawaban dari masing-masing bagian.
- 4) Bertanggung jawab atas semua kelangsungan usaha

b) Chef atau Koki

Koki atau juru masak adalah orang yang menyiapkan makanan untuk disantap. Koki langsung bertanggung jawab kepada leader. Hal mengenai rasa dan penyajian makanan dan minuman merupakan tanggung jawab koki.

Sehingga koki harus selalu menyajikan makanan dan minuman yang enak dan berkualitas. Tugas koki meliputi:

- 1) Koordinator terhadap seluruh kualitas dan kuantitas makanan yang disajikan
- 2) Mengawasi dan mengkoordinir makna yang dimasak dan disajikan
- 3) Memberikan kreasi dan menu baru terhadap makanan dan minuman yang disajikan

c) Barista

Barista adalah sebutan untuk seseorang yang pekerjaannya membuat, menyiapkan dan menyajikan kopi berbasis espresso. Tugas barista meliputi:

- 1) Mempromosikan menu yang ada di daftar kepada pelanggan. Baik itu kopi, minuman selain kopi serta kue dan snack.
- 2) Menyambut pelanggan dengan ramah
- 3) Memberikan masukan kepada pelanggan tentang minat dan kebutuhan minuman mereka.
- 4) Menjelaskan menu yang diminta pelanggan.
- 5) Mempersiapkan dan menyajikan minuman kopi dengan mengikuti resep resep dan teknik untuk minuman kopi, seperti, espresso, coffee latte, dan cappuccino.
- 6) Menjaga ketersediaan pasokan biji kopi hingga semua stok makanan dan peralatan yang ada.
- 7) Menjaga peralatan tetap beroperasi dengan mengikuti instruksi pengoperasian dan melakukan pemeliharaan.

d) Tukang Bebersih atau *Cleaning Service*

Cleaning Service adalah orang yang memberikan pelayanan kebersihan, kerapian dan higienisasi dari sebuah kafe baik indoor ataupun outdoor sehingga tercipta suasana yang comfortable dalam menunjang aktifitas kafe sehari-hari. *Cleaning service* bertanggung jawab kepada leader, maka kebersihan ruangan kafe harus tetap terjaga. Tugas *Cleaning Service* meliputi:

- 1) Mengkoordinasi dan mengawasi terhadap penataan, perawatan, kebersihan seluruh ruangan serta fasilitas usaha dan sebagainya
- 2) Bertanggung jawab terhadap kebersihan area usaha

2.3. Jenis Usaha, Perkembangan Usaha dan Rencana Pengembangan

1. Jenis Usaha

Berikut bentuk – bentuk badan usaha menurut Sukmadi (2017:4)

Perusahaan Perorangan (PD/UD) Merupakan jenis usaha yang didirikan oleh WNI (Warga Negara Indonesia) yang memiliki tanggung jawab perusahaan menjadi tanggung jawab pribadi pemilik sampai dengan harta pribadinya.

a. Perseroan Firma

Merupakan jenis usaha yang didirikan untuk suatu perusahaan dibawah nama suatu nama bersama. Didirikan minimum dua orang yang memiliki tanggung jawab penuh secara tanggung menanggung untuk seluruhnya atas segala perbuatan perseroan.

b. Perseroan Komanditer (CV)

Merupakan jenis usaha yang didirikan disatu pihak oleh seseorang yang bertanggung jawab seluruhnya dan dipihak lain seseorang sebagai pemilik modal yang bertanggung jawab sebanyak modal yang dimasukkan ke dalam perseroan.

c. Perseroan Terbatas (PT)

Merupakan jenis usaha yang tidak mempunyai suatu Firma dan tidak memakai nama seseorang atau salah satu perseronya, tetapi nama diambil dari tujuan perseroan.

Berdasarkan penjelasan teori Sukmadi diatas, jenis badan usaha Kafe Denina yaitu Perseroan Komanditer (CV). Alasan Dafif (Pemilik Kafe) memilih jenis badan usaha perseroan komanditer karena ingin usaha ini dipimpin oleh satu orang sehingga kebebasan untuk bergerak dan mampu bertanggung jawab penuh atas kegiatan usaha dan resiko didalamnya. Dafif sendiri masih memakai uang kedua orang tuanya sebagai modal dari usaha kafe tersebut. Dafif menyadari untuk membuka usaha kafe ini memerlukan modal yang tidak sedikit sehingga Dafif membutuhkan seseorang yang memiliki modal yang besar supaya usaha ini dapat berjalan lancar.

2. Perkembangan Usaha

Menurut Nurrohmah, (2015:20) Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada suatu usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan dalam usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Denina Coffee and Pastry didirikan pada bulan Agustus 2018 dan dibuka pertama kali secara resmi tiga bulan setelahnya, yaitu pada bulan November oleh Dafif dan kedua orang tuanya.

Perkembangan usaha sejauh ini yang sudah dikontribusikan oleh kelompok 6 selama satu bulan, mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kelompok 6 telah berkontribusi dalam membantu Denina Coffee and Pastry khususnya di bidang pemasaran, yaitu melalui pemasaran di akun media sosial masing-masing anggota kelompok 6. Hasil dari kontribusi selama satu bulan yang dilakukan ini meliputi peningkatan jumlah followers sebanyak 50 di akun instagram coffee shop terkait, penjualan yang signifikan ikut meningkat, jumlah pengunjung bertambah yang mana merupakan berasal dari teman-teman sekitar dan terutama Denina Coffee and Pastry juga semakin dikenal oleh orang banyak.

3. Rencana Pengembangan Usaha

Menurut Anoraga (2007:66) Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besar harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar kedepannya.

Perusahaan Denina sendiri memiliki rencana untuk mengembangkan usahanya kedepannya dengan mempertimbangkan dan terus berinovasi dari berbagai sisi atau aspeknya secara maksimal, dengan satu tujuan yaitu untuk memuaskan para customer yang datang dengan cara membuat tempat yang nyaman saat berada di Denina. Dari sisi lokasi, Dafif sadar bahwa salah satu hal yang mempengaruhi penjualannya adalah tempat yang dihuni nyaman. Pelanggan cenderung memiliki ketertarikan di bagian *rooftop coffee shop* untuk

menikmati mengobrol dan juga mengabadikan momen saat berada di lokasi *rooftop*, yakni dengan berfoto. Selain pemandangan gedung bertingkat yang menjadi view saat berada di rooftop Denina, rooftop ini juga memiliki penempatan yang indah sehingga membawa unsur nyaman untuk bersantai sejenak ataupun lama.

Namun, rooftop tersebut terbilang masih terlalu kecil dan memberikan kesan sempit, terutama saat coffee shop tersebut ramai pengunjung. Maka dari itu, Dafif berencana untuk mengembangkan usahanya dengan memperluas rooftop kedepannya. Diharapkan setelah memperluas rooftop tersebut, akan mengundang lebih banyak pengunjung atau pelanggan. Selain itu, hal ini juga sebagai salah satu langkah agar pelanggan lebih nyaman dan akan terus kembali (langganan).

Dalam menjalani sebuah bisnis di bidang makanan dan minuman, menu merupakan hal yang utama. Pemilihan menu pun harus disesuaikan dengan konsep dan juga sasaran pasar dari toko tersebut. Dafif juga berencana untuk terus mengembangkan menu yang ada di Denina Coffee, baik makanan maupun minuman. Dengan semakin banyaknya atau inovatif menu yang ada, akan semakin banyak juga pilihan makanan yang akan ditawarkan. Namun mereka berusaha untuk tidak merubah atau menaikkan harga makanan, sehingga pelanggan bisa tetap mendapatkan makanan dan minuman dengan harga tetap ekonomis.

Selain itu, Dafif juga memiliki rencana dan target kedepannya untuk menstabilkan jumlah pegawai sesuai tugas yang akan dijalankan dalam kegiatan operasional usaha Denina ini. Sebelumnya, pegawai di Denina Coffee ini masih belum menetap. Alasannya tidak jauh dari permasalahan karakter, kecocokan pegawai, terutama perilaku pegawai tersebut. Seringkali indikator ini menjadi yang paling dominan melebihi hasil pekerjaan, terutama untuk karyawan dalam masa percobaan atau kontrak. Setiap perusahaan membutuhkan karyawan berkualitas yang mampu bekerja maksimal sesuai job deskripsinya. Selama ini kualitas dari karyawan ditentukan dari tahapan ataupun prosedur penerimaan karyawan. Telah kita ketahui setiap perusahaan besar mampu menerapkan sistem terbaik dalam menerima sekaligus menyeleksi setiap calon karyawan

secara ketat karena mereka tahu dari kualitas karyawan terbaik akan menghasilkan kinerja lebih baik. Maka dari itu sekarang ini diusahakan untuk bisa mendapat pegawai yang cocok. Ini juga menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan pelayanan. Denina berupaya untuk terus meningkatkan pelayanan Coffee Shop dari segala aspek. Hal ini pastinya akan mempengaruhi profit perusahaan di masa yang akan datang.

BAB III

SISTEM DAN PROSEDUR OPERASIONAL

3.1 Proses Operasional Produk

Dari hasil wawancara dengan pemilik kafe, dalam proses operasional produk menggunakan alat-alat dan fasilitas pembuatan kopi seperti biasanya. Sebelum membuat produk, karyawan yang bekerja mempersiapkan dan memastikan alat dan bahan sudah siap. Alat-alat yang digunakan seperti mesin kopi, freezer, dan lainnya. Bagi konsumen yang ingin membawa pulang produk atau *take away*, kafe menggunakan bahan pembungkus seperti sterofoam dan bahan berbahan kertas. Alasan tidak memakai bahan dari plastik karena untuk menjaga keramahan lingkungan dari sampah-sampah yang sulit untuk di daur ulang.

3.2 Kebijakan Pemenuhan Bahan Baku

Pemenuhan bahan baku merupakan suatu hal yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Dalam memenuhi ketersediaan bahan baku, pihak perusahaan secara rutin mengecek sisa bahan yang ada. Jika ada kekurangan ketersediaan bahan baku, perusahaan sudah berlangganan dengan salah satu penjual/agen di pasar dekat daerah Pancoran. Dengan demikian, perusahaan tidak akan mengalami kekurangan bahan baku atau ready stock ketika berjualan.

3.3 Kapasitas Produksi

Dengan menggunakan peralatan atau alat-alat yang ada, produksi minuman kopi dan non-kopi bisa mencapai 100 cup perhari. Sedangkan untuk makanan, dapat mencapai 30-50 porsi 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.

A. Distribusi Intensif

- Gerai atau Kafe Denina

Merupakan tempat pusat pemasaran dan penjualan produk. Gerai ini berada di daerah Pancoran. Tempat ini awalnya hanya berada di lantai satu atau lantai dasar, namun saat ini sudah dibuat rooftop untuk memberikan suasana baru bagi pengunjung. Rencana untuk kedepannya yaitu akan diperluas rooftop yang dimiliki sekarang agar dapat menambah kapasitas pengunjung. Ini merupakan salah satu strategi yang dimiliki perusahaan.

- Toko online/media online
Perusahaan memanfaatkan tempat belanja online seperti Shopee. Selain itu, mereka memanfaatkan media online seperti Instagram, Tiktok, Facebook untuk memasarkan dan memviralkan produk. Dilihat dari sejarahnya, mayoritas pengunjung mengetahui keberadaan kafe ini melalui aplikasi Tiktok.

B. Distribusi Eksklusif

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

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN EVALUASI PELAKSANAAN OPERASIONAL

4.1 Rekapitan Transaksi per Minggu

Minggu ke-1

DENINA COFFEE AND PASTRY					
Nama Laporan		Laporan Penjualan (Minggu ke - 1)			
Periode		01 NOV 2021 - 07 NOV 2021			
Nama Menu	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Diskon	Total Harga
Matcha Latte Ice	21	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 483.000
Hot Matcha	16	Gelas	Rp 20.000	0	Rp 320.000
Red Velvet Ice	10	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 230.000
Indonesiano Cold	7	Gelas	Rp 20.000	0	Rp 140.000
Coffee Latte	13	Gelas	Rp 20.000	0	Rp 260.000
Coffee DNA	25	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 625.000
Caramel Cold Coffee	12	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 300.000
Air Mineral	19	Botol	Rp 5.000	0	Rp 95.000
Ayam Lada Hitam	17	Mangkuk	Rp 27.000	0	Rp 459.000
Ayam Crispy Sambal Matah	14	Mangkuk	Rp 27.000	0	Rp 378.000
Ayam Crispy Dabu-Dabu	5	Mangkuk	Rp 26.000	0	Rp 130.000
Carbonara	3	Mangkuk	Rp 33.000	0	Rp 99.000
Cheese Cake	4	Slice	Rp 20.000	0	Rp 80.000
Brownies Almond	6	Slice	Rp 15.000	0	Rp 90.000
TOTAL PEMASUKKAN					Rp 3,689.000
TOTAL DISKON					0

Minggu ke-2

DENINA COFFEE AND PASTRY					
Nama Laporan		Laporan Penjualan (Minggu ke - 2)			
Periode		08 NOV 2021 - 14 NOV 2021			
Nama Menu	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Diskon	Total Harga
Hazelnut Latte Cold	23	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 575.000
Coffee Latte Cold	18	Gelas	Rp 20.000	0	Rp 360.000
Vanilla Latte Cold	21	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 525.000
Coffee DNA Cold	28	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 700.000
Pandan Latte Hot	6	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 138.000
Kopi Susu Gula Aren Cold	20	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 460.000
Capuccino Cold	13	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 299.000
Air Mineral	23	Botol	Rp 5.000	0	Rp 115.000
Nasi Goreng Seafood	17	Mangkuk	Rp 25.000	0	Rp 425.000
Nasi Goreng Ayam	13	Mangkuk	Rp 23.000	0	Rp 299.000
Ayam BBQ	15	Mangkuk	Rp 27.000	0	Rp 405.000
Ikan Dori Sambal Matah	13	Mangkuk	Rp 26.000	0	Rp 338.000
Sapi Lada Hitam	11	Mangkuk	Rp 30.000	0	Rp 330.000
Aglio Olio	11	Mangkuk	Rp 30.000	0	Rp 330.000
Spagetti Bolognese	10	Mangkuk	Rp 33.000	0	Rp 330.000
Brownies Almond	7	Slice	Rp 15.000	0	Rp 105.000
Croissant Chocolate	10	Slice	Rp 20.000	0	Rp 200.000
Cheese Cake	5	Slice	Rp 20.000	0	Rp 100.000
BBQ Chicken Wings	6	Mangkuk	Rp 24.000	0	Rp 144.000
Dim Sum	5	Mangkuk	Rp 15.000	0	Rp 75.000
TOTAL PEMASUKKAN					Rp 6,253.000
TOTAL DISKON					0

Minggu ke-3

DENINA COFFEE AND PASTRY					
Nama Laporan		Laporan Penjualan (Minggu ke - 3)			
Periode		15 NOV 2021 - 21 NOV 2021			
Nama Menu	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Diskon	Total Harga
Capuccino Cold	13	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 299.000
Coffee Latte Cold	21	Gelas	Rp 20.000	0	Rp 420.000
Hazelnut Latte Cold	23	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 575.000
Matcha Latte Ice	26	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 598.000
Coffee DNA Cold	35	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 875.000
Pandan Latte Hot	8	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 184.000
Kopi Susu Gula Aren Cold	21	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 483.000
Thai Tea Cold	13	Gelas	Rp 18.000	0	Rp 234.000
Oreo Milkshake	8	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 200.000
Air Mineral	25	Botol	Rp 5.000	0	Rp 125.000
Nasi Goreng Seafood	21	Mangkuk	Rp 25.000	0	Rp 525.000
Ayam Crispy Sambal Matah	7	Mangkuk	Rp 27.000	0	Rp 189.000
Nasi Goreng Ayam	11	Mangkuk	Rp 23.000	0	Rp 253.000
Sapi Sambal Matah	3	Mangkuk	Rp 30.000	0	Rp 90.000
Ayam BBQ	13	Mangkuk	Rp 27.000	0	Rp 351.000
Ikan Dori Sambal Matah	7	Mangkuk	Rp 26.000	0	Rp 182.000
Sapi Lada Hitam	11	Mangkuk	Rp 30.000	0	Rp 330.000
Aglia Olio	13	Mangkuk	Rp 30.000	0	Rp 390.000
Carbonara	11	Mangkuk	Rp 33.000	0	Rp 363.000
Spagetti Bolognese	7	Mangkuk	Rp 33.000	0	Rp 231.000
Brownies Almond	7	Slice	Rp 15.000	0	Rp 105.000
Brownies Cheese	2	Slice	Rp 17.000	0	Rp 34.000
Croissant Chocolate	10	Slice	Rp 20.000	0	Rp 200.000
Cheese Cake	5	Slice	Rp 20.000	0	Rp 100.000
Kentang Wedge	2	Mangkuk	Rp 22.000	0	Rp 44.000
BBQ Chicken Wings	7	Mangkuk	Rp 24.000	0	Rp 168.000
Nachos Mozarella	3	Mangkuk	Rp 23.000	0	Rp 69.000
TOTAL PEMASUKKAN					Rp 7,318.000
TOTAL DISKON					0

Minggu ke-4

DENINA COFFEE AND PASTRY					
Nama Laporan	Laporan Penjualan (Minggu ke - 4)				
Periode	21 - 30 Nov				
Nama Menu	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Diskon	Total Harga
Oreo Milkshake	13	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 325.000
Lotus Milkshake	25	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 625.000
Chocolate Milkshake	20	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 500.000
Mix Juice	10	Gelas	Rp 25.500	0	Rp 255.000
Cappucino Cold	21	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 483.000
Hazelnut Coffee Cold	25	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 625.000
Vanilla Latte Cold	17	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 425.000
Pandan Latte Hot	11	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 253.000
Matcha Latte Hot	11	Gelas	Rp 20.000	0	Rp 220.000
Matcha Latte Cold	12	Gelas	Rp 23.000	0	Rp 276.000
Thai Tea Cold	10	Gelas	Rp 18.000	0	Rp 180.000
Lemon Grass Cold	6	Gelas	Rp 25.000	0	Rp 150.000
Nasi Goreng Seafood	27	Mangkuk	Rp 25.000	0	Rp 675.000
Nasi Goreng Ayam	19	Mangkuk	Rp 23.000	0	Rp 437.000
Ayam Crispy Sambal Matah	15	Mangkuk	Rp 27.000	0	Rp 405.000
Ikan Dori Dabu Dabu	5	Mangkuk	Rp 26.000	0	Rp 130.000
Aglio Olio	17	Mangkuk	Rp 30.000	0	Rp 510.000
Carbonara	15	Mangkuk	Rp 33.000	0	Rp 495.000
Brownies Almond	13	Slice	Rp 15.000	0	Rp 195.000
Brownies Cheese	9	Slice	Rp 17.000	0	Rp 153.000
Croissant Chocolate	25	Slice	Rp 20.000	0	Rp 500.000
BBQ Chicken Wings	5	Mangkuk	Rp 24.000	0	Rp 120.000
Garlic Chicken Wings	5	Mangkuk	Rp 24.000	0	Rp 120.000
Dim Sum	8	Mangkuk	Rp 15.000	0	Rp 120.000
Nachos Mozarella	2	Mangkuk	Rp 23.000	0	Rp 46.000
Shrimp Roll	7	Mangkuk	Rp 21.000	0	Rp 147.000
TOTAL PEMASUKKAN					Rp 8,045.000
TOTAL DISKON					0

4.2 Capaian Hasil

Dilihat dari hasil laporan penjualan atau transaksi penjualan produk selama satu bulan. Usaha ini mampu mencapai target bahkan melebihi target penjualan yang diinginkan. Hal ini disebabkan karena adanya pemasaran produk yang terus-menerus dilakukan oleh penjual dan kelompok kami melalui media sosial sebagai kontribusi kami dalam bekerja sama dengan usaha ini, sehingga banyak dikenal oleh masyarakat. Selain itu, adanya venue baru (rooftop) di tempat usaha menambah ketertarikan pelanggan untuk membeli produk di tempat tersebut.

4.3 Pembahasan Hasil *Project* Manajemen Operasional

Manajemen Operasional adalah suatu bentuk dari pengelolaan yang menyeluruh dan optimal pada suatu masalah tenaga kerja, barang, mesin, peralatan, bahan baku atau produk apapun yang dapat dijadikan barang atau jasa yang tentunya dapat diperjual belikan. Yang dimana terdapat manajer operasional

yang bertanggung jawab terhadap penghasilan produk atau jasa, mengambil keputusan yang berhubungan dengan fungsi operasi dan sistem transformasi, serta menimbangkan pengambilan keputusan dari fungsi operasi.

Seiring berkembangnya zaman teknologi pada masa kini berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik pasar besar maupun pasar kecil agar dapat dikenal secara global. Dampaknya pun dapat meningkatkan volume penjualan dan profit. Digital Marketing sendiri adalah salah satu media pemasaran yang sangat memberikan pengaruh besar. Dengan menggunakan digital marketing seperti media sosial, dapat membantu meningkatkan penjualan para pebisnis atau pengusaha saat ini. Dengan adanya digital marketing masyarakat dapat mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun keluarga dengan mudah. Digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan.

Tetapi dalam proses pelaksanaan pemasaran Denina Coffee and Pastry sendiri sudah mulai menggunakan pemasaran melalui strategi digital marketing. Hal ini dikarenakan pemilik dari usaha roti fresh merasa bahwa produknya ingin lebih dikenal lagi, sehingga mereka menggunakan strategi pemasaran digital marketing.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Demikian makalah yang dapat kami buat, kurang lebihnya mohon dimaafkan. Dan pada intinya Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Jenis usaha yang kami bahas ialah Denina Coffee and Pastry, yang merupakan salah satu jenis UMKM. Di dalamnya, terdapat berbagai jenis menu yakni dimulai dari Coffee, Non-Coffee, Tea, Main Course, Snack, Rice Bowl hingga Pastry.

Dalam makalah ini kami membahas hal yang berkaitan dengan Manajemen Operasional yakni berkenaan dengan proses produksi, bahan baku, analisis pemasaran, analisis pasar dan analisis operasionalnya. Dari analisis diatas, kami dapat menyimpulkan bahwa menjalankan suatu bisnis itu merupakan suatu hal yang tidak mudah kita harus memahami apa saja komponen-komponen yang ada di dalam bisnis. Sehingga, kita tidak mengalami kerugian atau gulung tikar dari usaha yang kita jalankan. Misalnya, Bisnis industri kuliner merupakan salah satu bisnis yang paling laris saat ini, masih banyaknya orang-orang masih butuh akan jajanan kuliner atau tempat kuliner yang berkualitas bagus dan terjangkau harganya. Dengan demikian, bisnis kuliner seperti inilah yang menjadi solusi bagi masyarakat menengah ke bawah.

5.2 Saran

Selama dalam berjalannya usaha apapun itu, menurut Owner Denina Coffee and Pastry kita haruslah selalu berinovasi dan berkreatifitas untuk memaksimalkan proses dan usaha yang dijalankan, demi hasil yang maksimal dan agar usaha kita tetap *sustainable*.

CATATAN TAMBAHAN

A. Strategi Pemasaran, Model Pemasaran, Saluran Distribusi

a) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran

Dalam hal ini strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM ini yaitu dengan memasarkan produk melalui offline store dan media online. Offline store UMKM ini sangat menarik perhatian orang untuk berkunjung dan membeli. Sementara itu, pemasaran melalui media sosial gencar dilakukan oleh pihak UMKM dengan membuat konten-konten produk, mengupdate pembaharuan yang ada di offline store, dan kegiatan lainnya.

b) Model Pemasaran

Dilihat dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak UMKM, model pemasaran yang dilakukan yaitu *Inbound Marketing*, yaitu dengan membuat konten-konten di media sosial dan adanya offline store.

c) Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah orang atau lembaga yang kegiatannya menyalurkan barang dari produsen sampai ke tangan konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Saluran ini diperlukan agar proses distribusi berjalan lancar dengan tujuan hasil produksi dapat sampai ke tangan konsumen.

Dalam hal ini Kopi DENINA menggunakan saluran distribusi :

Pengumpul > Produsen > Konsumen

Produsen menaruh produknya ke pengecer pengecer yang ada masih di sekitaran produsen, setelah itu pengecer akan menjual nya ke Konsumen.

B. Kapasitas Produksi, Bahan Baku, Metode Peramalan

- a) Dengan menggunakan peralatan atau alat-alat yang ada, produksi minuman kopi dan non-kopi bisa mencapai 100 cup perhari. Sedangkan untuk makanan, bisa mencapai 30-50 porsi per hari.
- b) Bahan baku yang dibutuhkan untuk Proses produksi yaitu :

Bahan Baku Minuman			
Coffe	Non Coffe	Tea	Milkshake
Biji Kopi	Bubuk Matcha	Buah Lemon	Oreo
Gula Pasir	Susu	Buah Leci	Vanilla
Susu	Es batu	Madu	Coklat
Es Batu	Bubuk Taro	Buah Persik	Biskuit Lotus
Air Mineral	Bubuk Coklat	The Celup Hitam	Madu
Topping	Bubuk Kakao	Susu	Karamel
	Pewarna	Es Batu	Whipped Cream
	Gula Pasir	Air Mineral	Susu
	Air Mineral	2 Biji Kapulaga	Es Batu
			Air Mineral
			Gula Pasir

Bahan Baku Makanan (Contoh : Nasi Goreng Ayam)

Bahan Baku Nasi Goreng Ayam
Bawang Merah
Bawang Putih
Ayam Goreng
Telur Ayam
Daung Bawang
Kecap Manis
Sambal atau Saus

- c) Metode Peramalan

Peramalan merupakan hal yang penting yang harus dilakukan perusahaan $St + 1 = \alpha X_t + (1 - \alpha)S_t$ 101 maupun industri agar dapat merencanakan kebutuhan bahan baku, untuk itu diperlukan pemilihan metode peramalan yang sesuai agar hasil peramalan tidak jauh dari kenyataan. Untuk dapat melakukan peramalan diperlukan data-data dari periode sebelumnya. Data periode sebelumnya digunakan sebagai panduan untuk dapat melakukan peramalan

Peramalan merupakan hal yang penting yang harus dilakukan perusahaan $St + 1 = \alpha X_t + (1 - \alpha)S_t$ 101 maupun industri agar dapat merencanakan kebutuhan bahan

baku, untuk itu diperlukan pemilihan metode peramalan yang sesuai agar hasil peramalan tidak jauh dari kenyataan. Untuk dapat melakukan peramalan diperlukan data-data dari periode sebelumnya. Data periode sebelumnya digunakan sebagai panduan untuk dapat melakukan peramalan.

C. Produk, Desain produk dan Inovasi

a) Produk

Produk Minuman Unggulan :



Produk Makanan Unggulan :



Produk Cemilan Unggulan :



b) Desain Produk

Desain produk adalah sesuatu yang penting untuk kesuksesan perusahaan, dan desain produk yang baik adalah yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Desain Produk minuman ada yang sederhana dan ada yang dirancang untuk menggiurkan minat konsumen. Contoh desain produk minuman yang sederhana yaitu pada produk Kopi Denina. Kemasan yang digunakan terbuat dari gelas plastic pada umumnya. Sedangkan untuk contoh desain produk yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen yaitu pada minuman jus buah seperti pada gambar produk di atas. Minuman jus biasanya ditambahkan dengan desain buah pada ujung gelasny dengan semata-mata sebagai garnish atau hiasan.

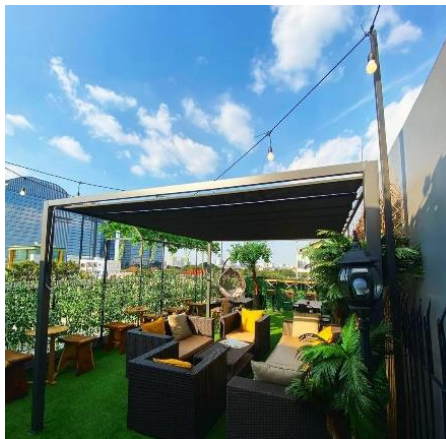
Sementara untuk desain makanan menggunakan sayur-sayuran sebagai garnish atau hiasan. Biasanya sayuran atau menu makanan tersebut dirancang untuk mempercantik makanan. Jika makanan dipesan untuk dibungkus atau take away, pihak UMKM menggunakan bahan pembungkus seperti sterofoam dan bahan berbahan kertas. Alasan tidak memakai bahan dari plastik karena untuk menjaga keramahan lingkungan dari sampah-sampah yang sulit untuk di daur ulang.

c) Inovasi

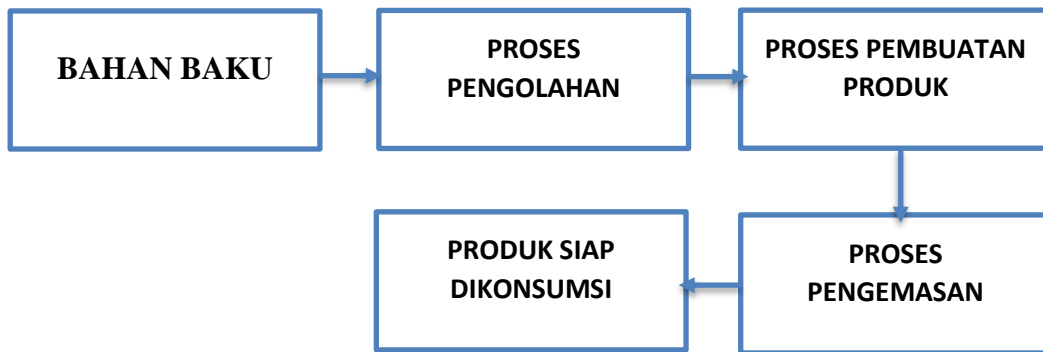
Inovasi produk adalah suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

Inovasi produk yang dilakukan oleh pihak UMKM terus dilakukan, mulai dari minuman sampai makanan. Inovasi yang dimaksud terletak pada bagian rasa dan tampilan produk hingga nama produk, seperti adanya minuman INDONESIA dan lainnya. Inovasi yang dilakukan pihak UMKM juga terbukti pada produk minuman unggulan mereka, yaitu kopi DENINA. Produk ini sangat laku terjual per harinya.

Di samping itu, pihak UMKM juga melakukan inovasi café sebagai bentuk kesungguhan mereka dalam menarik konsumen. Berikut potret inovasi tempat yang sudah dilakukan.



D. Lay Out Efisiensi Proses Produksi



E. Proses Produksi, Peralatan yang digunakan, SDM, Pemeliharaan, Manajemen Inventory

a) Proses Produksi

Produksi Makanan (Contoh pada produksi Nasi Goreng Ayam) :

1. Tumis bawang putih dan bawang merah
2. Masukkan ayam goreng
3. Masukkan telur ayam
4. Masukkan nasi putih
5. Masukkan daun bawang
6. Masukkan kecap manis

Produksi Minuman (Contoh pada produksi Kopi DNA) :

1. Masukkan syrup butterscotch 30ml
2. Masukkan single espresso
3. Masukkan freshmilk
4. Tambahkan es batu
5. Shacker semua bahan sajian digelas

b) Peralatan yang digunakan

Untuk Membuat Minuman :



Coffee Grinder



Drip Coffe Maker



Moka Pot



Mesin Espresso



Blender and Juicer



Freezer



Dispenser



Sekop Es Batu

Untuk Membuat Makanan :



Kompur & Alat Panggang



Wajan



Penggorengan



Rice Cooker



Pisau/Pemotong



Sodet

c) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) is salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat ditemukan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi itu.

Dalam menjalankan operasional café, pihak UMKM mempunyai 3 karyawan. Dari ketiga karyawan tersebut, 1 orang pembuat minuman dan kopi sekaligus sebagai kasir, 1 orang sebagai koki yang membuat makanan, dan 1 orang lagi sebagai office boy sekaligus sebagai pengantar makanan.

d) Pemeliharaan (*Maintenance*)

Selama ini, pihak UMKM melakukan kegiatan preventive maintenance. Preventive maintenance merupakan perawatan pencegahan yang dilakukan untuk mencegah timbulnya kerusakan-kerusakan yang tak terduga dan menemukan kondisi awal yang dapat menyebabkan peralatan produksi mengalami kerusakan. Tujuan dilakukannya kegiatan perawatan ini adalah untuk mengurangi breakdown pada mesin. Namun masih terdapat sistem perawatan breakdown maintenance pada beberapa komponen seperti pada mesin kopi. Tetapi hal tersebut tidak terlalu berpengaruh pada proses produksi kopi.

Waktu pengecekan dan pembersihan mesin kopi biasanya dilakukan 2-3 kali dalam satu minggu yang dilaukan oleh karyawan. Sementara untuk peralatan-peralatan kecil lainnya dilakukan setiap hari. Perawatan peralatan dilakukan dengan menggunakan air panas, alat pembersih khusus, baking soda, dan dengan menggunakan kain yang lembab.

e) Manajemen Inventory

Kelangsungan operasi dipengaruhi oleh ada atau tidaknya bahan baku yang akan diolah dalam produksi (Ruauw, 2011) untuk itu perlu adanya persediaan yang dilakukan oleh pengusaha. Namun persediaan merupakan salah satu masalah yang dihadapi manajemen suatu usaha, dimana pembelian bahan baku yang tidak optimal akan berakibat tidak baik terhadap kelancaran operasi. Jika persediaan bahan baku yang terlalu banyak atau terlalu besar akan mengakibatkan biaya penyimpanan dari pada bahan baku akan menjadi tinggi dan berkurangnya dana untuk investasi dalam bidang lain. Sebaliknya persediaan bahan baku yang terlalu sedikit atau terlalu kecil akan mempengaruhi kelancaran produksi suatu usaha dimana usaha tersebut akan kekurangan pesediaan bahan baku.

Ketersediaan bahan baku yang kontinu juga merupakan masalah yang dihadapi suatu usaha. Dimana biasanya bahan baku yang digunakan, seringkali tidak tersedia. Tidak tersedianya bahan baku tersebut dapat disebabkan karena faktor musim, atau karena kendala faktor ekonomi misalnya harga bahan baku yang digunakan, menurun sehingga petani tidak memproduksi bahan tersebut atau juga dapat disebabkan karena berubahnya kebijakan dari pemerintah

Bahan Baku Café Denina selalu tersedia setiap harinya. Pembelian bahan baku biasanya dilakukan pada malam hari yang dibeli di pasar atau penngumpul. Pihak UMKM selalu mengecek ketersediaan *inventory* sebelum café dibuka. Pengecekan biasanya dilakukan oleh karyawan hingga dari pemilik usaha.

F. Produktivitas Usaha

Terdapat delapan faktor yang mampu mempengaruhi produktivitas di dalam ruang lingkup organisasi, yaitu faktor teknis, faktor produksi, faktor organisasi, faktor personel, faktor finansial, faktor manajemen, faktor lokasi, dan faktor pemerintah.

- **Faktor Teknis**

Faktor teknis ini sangat mempengaruhi tingkat produksi suatu perusahaan. Tingkat produktivitas suatu perusahaan akan semakin baik jika mampu menggunakan teknologi terbaru dengan cara yang tepat.

Secara Teknis, pihak UMKM sudah menjalankannya dengan cukup baik, mulai dari penggunaan teknologi yang ada hingga penataan ruangan.

- **Faktor Produksi**

Beberapa poin yang masuk dalam faktor produksi antara lain adalah koordinasi, perencanaan, kualitas bahan baku, pengendalian produksi, dan standarisasi proses produksi.

Jika dilihat dari *output* atau jumlah produk yang terjual, dapat dibilang bahwa UMKM ini cukup sukses karena telah berhasil menjual produk yang diproduksi sendiri melebihi target penjualan.

- **Faktor Organisasi**

Terdapat lima poin yang masuk dalam faktor organisasi, antara lain adalah jenis organisasi yang diterapkan, otoritas dan tanggung jawab individu atau departemen, keahlian pekerjaan, serta pembagian atau alokasi pekerjaan, dan pendefinisian organisasi.

Meskipun ruang lingkup organisasi UMKM ini masih terbilang dikit, namun semua proses operasional dapat berjalan dengan baik. Struktur organisasi sudah ada dan jelas dalam UMKM ini.

- **Faktor Personal**

Enam poin yang termasuk dalam faktor personal adalah penempatan posisi, kualitas SDM, pelatihan serta pengembangan SDM, kesempatan berkarir, kesempatan dalam memberikan saran atau pendapat, dan kondisi lingkungan kerja.

SDM yang dimiliki sudah ada pada keahliannya atau pekerjaannya masing-masing serta dengan tanggung jawab masing-masing. Orang-orang yang bekerja pada UMKM ini merupakan orang-orang yang sudah berpengalaman dalam bidangnya masing-masing.

- **Faktor Finansial**

Seperti yang sudah kita ketahui bahwa seluruh bisnis akan bisa dijalankan dengan baik jika memiliki kondisi finansial yang baik. Untuk itu, pengelolaan keuangan atau pengendalian keuangan serta modal kerja harus dilakukan dengan penuh perhitungan. Tingkat produktivitas perusahaan atau organisasi akan lebih baik jika mampu menjalankan manajemen keuangan yang baik pula.

Hasil dari wawancara kami bersama pihak owner mengatakan bahwa dari aspek finansial, bisnis ini dari awal berdiri hingga sekarang meraup keuntungan yang terus meningkat. Artinya, aspek finansial bisnis ini sangat baik, mulai dari modal awal hingga pembagian profit.

- **Faktor Manajemen**

Manajemen perusahaan harus mampu memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia agar mampu menghasilkan sesuatu dengan biaya yang cukup rendah. Adanya pemanfaatan teknologi terbaru dalam suatu produksi, lingkungan kerja yang baik, dan motivasi yang tinggi terhadap karyawan, juga secara signifikan mampu meningkatkan kegiatan produktivitas perusahaan. Dalam aspek manajemen, pihak owner berperan serta untuk mengatur kinerja karyawan.

- **Faktor Lokasi**

Tingkat produktivitas suatu perusahaan juga bisa dipengaruhi dengan lokasi. Beberapa poin yang tergolong dalam faktor lokasi antara lain adalah jarak lokasi dengan sumber bahan baku, jarak dengan pasar, fasilitas infrastruktur, keahlian SDM, dan lainnya.



Faktor Lokasi dalam bisnis ini sangat membantu berkembangnya usaha. Lokasi UMKM ini berada pada pinggir jalan utama yang setiap harinya ramai lalu-lalang kendaraan. Selain itu, lokasi kafe ini berada di daerah yang cukup sibuk dilalui oleh orang-orang yang ingin atau pulang bekerja.



- **Faktor Pemerintah**

Berbagai peraturan dan kebijakan yang diterbitkan oleh pemerintah juga mampu mempengaruhi tingkat produktivitas suatu organisasi, seperti peraturan ketenagakerjaan, dan kebijakan fiskal.

Faktor Pemerintah yang mempengaruhi bisnis ini yaitu ketika pada masa pandemi Covid-19. Hal ini memaksakan pihak UMKM tutup sementara untuk konsumen yang ingin berkunjung dan juga terpaksa untuk bertransaksi secara online. Namun, hal ini bisa diatasi oleh pihak UMKM, sehingga bisnis masih dapat berjalan dengan lancar.

**CATATAN HARIAN KEGIATAN
(LOOKBOOK)**

No.	Tanggal	Kegiatan
1	04/Okt/2021	<p>Catatan : Koordinasi Dengan Tim</p> <p>Dokumen Pendukung :</p> 
2	11/Okt/2021	<p>Catatan : Koordinasi Dengan Tim</p> <p>Dokumen Pendukung :</p> 



<p>3</p>	<p>18/Okt/2021</p>	<p>Catatan : Koordinasi Dengan Tim</p> <p>Dokumen Pendukung :</p> 
<p>4.</p>	<p>25/Okt/2021</p>	<p>Catatan : Koordinasi Dengan Tim</p> <p>Dokumen Pendukung :</p> 


Catatan : Kunjungan ke Denina Coffee and Pastry
Dokumen Pendukung :



5

28/Okt/2021

<p>6</p>	<p>30/Okt/2021</p>	<p>Catatan : Pertemuan Online untuk Wawancara dengan owner Denina Coffee and Pastry Dokumen Pendukung :</p> 
<p>7</p>	<p>01/Nov/2021</p>	<p>Catatan : Koordinasi Dengan Tim Dokumen Pendukung :</p> 

8	08/Nov/2021	<p>Catatan : Koordinasi Dengan Tim Dokumen Pendukung :</p>  <p>The screenshot shows a Zoom meeting interface with four participants in a 2x2 grid. The top-left participant is a man with glasses, identified as 'Muhammad Rafi Fauzan Nur Ghendri'. The top-right participant is a man with long hair, identified as 'Muhammad Rizki'. The bottom-left participant is a woman wearing a light blue hijab, identified as 'Salsiba Aminda'. The bottom-right participant is a woman wearing a grey hijab and a black and white patterned top, identified as 'Yeni'. At the bottom of the grid, there is a control bar with icons for mute, video, chat, and other meeting functions.</p>
---	-------------	---

DAFTAR HADIR KEGIATAN *PROJECT MO*

Hari / Tanggal : Senin, 4 Oktober 2021

Kegiatan : Koordinasi dengan Tim

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 4 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)

DAFTAR HADIR KEGIATAN *PROJECT MO*

Hari / Tanggal : Senin, 11 Oktober 2021

Kegiatan : Koordinasi dengan Tim

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 11 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)

DAFTAR HADIR KEGIATAN *PROJECT MO*

Hari / Tanggal : Senin, 18 Oktober 2021

Kegiatan : Koordinasi dengan Tim

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 18 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)

DAFTAR HADIR KEGIATAN *PROJECT MO*

Hari / Tanggal : Senin, 25 Oktober 2021

Kegiatan : Koordinasi dengan Tim

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 25 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)

DAFTAR HADIR KEGIATAN *PROJECT MO*

Hari / Tanggal : Kamis, 28 Oktober 2021

Kegiatan : Kunjungan ke Denina Coffee and Pastry

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 28 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)

DAFTAR HADIR KEGIATAN *PROJECT MO*

Hari / Tanggal : Sabtu, 30 Oktober 2021

Kegiatan : Pertemuan Online untuk Wawancara
dengan owner Denina Coffee and Pastry

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 30 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Senin, 1 November 2021

Kegiatan : Koordinasi dengan Tim

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 1 November 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Senin, 8 November 2021

Kegiatan : Koordinasi dengan Tim

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111205	Muhammad Alfarobi	
2	2010111208	M Rafi Fawwaz	
3	2010111238	Dinda Anggitia	
4	2010111239	Salma Amanda	

Jakarta, 8 November 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Muhammad Alfarobi)