

**LAPORAN HASIL PROJECT MANAJEMEN OPERASI
PADA USAHA KECIL MIKRO DAN MENENGAH (UMKM)**

“Kedai Kopidopi “



Dosen Pengampu:

ROSALI COLIA SEMBIRING, SE, MM

Disusun Oleh:

Fahmi Ichlasul Amal	2010111213
Yosafat Kharisma M. Gani	2010111222
Tegar Trias Indrawan	2010111225
Farra Alifiah	2010111235

**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 Kedai Kopidopi 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

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Project	2
BAB II PROFIL PERUSAHAAN OBJEK	3
2.1 Sejarah Perusahaan	3
2.2 Struktur Organisasi	4
2.3 Jenis Usaha, Perkembangan Usaha, Rencana Pengembangan	6
BAB III 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 Ditsribusi	11
BAB IV HASIL ANALISIS DAN EVALUASI PELAKSANAAN OPERASIONAL ...	13
4.1 Rekanan Transaksi	13
4.2 Capaian Hasil	13
4.3 Pembahasan Hasil Project	13
BAB V PENUTUP	14
5.1 Kesimpulan	14
5.2 Saran	14
DAFTAR PUSTAKA	15

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pengambilan Objek

Manajemen operasi ialah suatu bentuk dari pengelolaan yang menyeluruh dan optional pada sebuah masalah tenaga kerja, barang, mesin, peralatan, bahan baku, atau produk apapun yang biasa dijadikan sebuah barang atau jasa yang diperjual belikan. Kegiatan yang merupakan tanggung jawab dari manajer operasional terhadap penghasilan produk atau jasa, mengambil sebuah keputusan yang berubungan dengan fungsi operasi dan sistem transformasi, dan menimbangkan pengambilan keputusan dari fungsi operasi. Dalam pelaksanaan kegiatan produksi perusahaan, diperlukan manajerial yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumber daya dari kegiatan produksi yang dikenal sebagai manajemen operasional.

Dunia usaha mikro kecil menengah (UMKM) masa kini memerlukan sebuah pengelolaan yang dapat menunjang hasil produksi nasi kuning 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.

Di Indonesia, mayoritas masyarakat Indonesia mencintai dan mengkonsumsi kopi hamper setiap hari. Ditambah, anak-anak muda yang sering sekali berkumpul bersama untuk mengerjakan tugas, bermain, berbincang, atau hanya untuk menghabiskan waktu ditemani secangkir kopi. Hal tersebut membuat kedai kopi atau *coffeeshop* menjamur di Indonesia. Perkembangan zaman dan teknologi membuat orang semakin mudah untuk menyebarkan informasi tentang kedai kopi. Sehingga kedai kopi harus melakukan manajemen yang baik dan menghasilkan produk dan layanan yang terbaik dari lainnya.

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

1. Berkenalan dengan pemilik Kedai Kopidopi

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

2. Adanya kesepakatan bersama

Pada 30 Oktober 2021, kami melakukan kunjungan langsung ke Kedai Kopidopi yang berlokasi di daerah Cijantung

3. Pendapatan yang menurun

Dampak yang ditimbulkan dari pandemi covid-19 yaitu menyebabkan pendapatan Kedai Kopidopi menurun.

4. Tren anak muda yang sering berkumpul bersama di *coffeeshop*

1.2 Tujuan Project

- a. Mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh Kedai KopiDopi
- b. Mengetahui strategi produksi bisnis dan strategi pemasaran
- c. Mengetahui berjalannya operasional suatu UMKM

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN OBJEK

2.1. Sejarah Berdirinya Kedai Kopidopi

Kopidopi adalah salah satu kedai kopi atau yang biasa disebut dengan kafe di daerah Cijantung, Jakarta Timur, beralamat di Jalan Kesehatan No.14, RT 4/RW 11, Gedong, Kecamatan Pasar Rebo, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kedai kopi ini tidak hanya menyediakan kopi-kopi yang khas dan unik tetapi juga menyediakan berbagai minuman lain seperti *milkshake*, *ice cream* dan juga menyediakan makanan yang lezat dan unik dengan harga yang bersahabat seperti *beef burito*. Kopidopi juga memiliki fasilitas free wifi, *board game* untuk dimainkan bersama-sama, parkir yang luas serta suasana kedai kopi yang nyaman semakin membuat betah berlama-lama bersama keluarga, teman maupun pasangan untuk melepas penat setelah seharian bekerja atau kuliah.

Kopidopi didirikan pertama kali bulan Mei tahun 2017. Popi, sebagai owner, mendirikan Kedai Kopidopi pada awalnya karena merantau bersama suami. Mereka berpikir lebih enak untuk mendirikan usaha sendiri daripada bekerja untuk orang lain dengan beberapa pertimbangan seperti, lebih enak untuk mengatur waktunya, semua dilakukan sendiri, dan berdasarkan pengalaman sebelumnya ketika bekerja dengan orang lain sering sekali untuk berpindah-pindah tempat. Pada saat itu juga, kedai kopi sedang menjamur sehingga memutuskan untuk mendirikan kedai Kopidopi. Filosofi nama kedai Kopidopi diambil dari nama mereka yaitu, Edo dan Popi. Modal awal kafe ini juga sepenuhnya berasal dari dana pribadi. Kopidopi memiliki konsep industrial yang dapat menjangkau semua kalangan baik dari segi rasa, variasi dan tempat.

Kedai Kopidopi ini juga menyajikan berbagai cita rasa minuman dan makanan, baik makanan eropa maupun Indonesia. Kopidopi tidak hanya menyediakan kopi yang biasa tetapi juga membuat banyak inovasi rasa kopi itu sendiri, seperti kopi tubruk durian, kopi susu durian, affoduro, kopi ayam jago yang terbuat dari coklat ayam jago. Tidak hanya menyediakan kopi, kedai kopidopi juga menyediakan makanan yang dapat dinikmati bersama dengan kopi dan bersama kerabat, antara lain burger dan *hot dog*, *chicken wings*, kentang goreng, dan berbagai makanan unik lainnya.

Kedai Kopidopi buka setiap hari selasa-minggu dari pukul 16.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB. Waktu buka tersebut dinilai sudah cukup dan merupakan *prime time*

untuk berkumpul Bersama dengan kerabat. Target sasaran Kedai Kopidopi adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah, akan tetapi tidak menutup kemungkinan masyarakat dengan tingkat ekonomi lainnya juga berkunjung dan menikmati kopi di Kedai Kopidopi. Kedai Kopidopi menentukan segmen kepada anak-anak muda, namun tidak menutup kemungkinan untuk orang tua datang ke Kedai Kopidopi. Dengan itu, Kedai Kopidopi menentukan harga menu yang disajikan dengan harga yang bersahabat yaitu untuk harga minuman mulai dari Rp13.000 hingga Rp 25.000, untuk makanan berat mulai dari harga Rp 22.000 sampai dengan harga Rp 33.000, dan makanan ringan mulai dari harga Rp 12.000 sampai dengan harga Rp 30.000

Kedai Kopidopi ini melakukan promosi memakai media social terutama Instagram. Kedai Kopidopi menggunakan untuk memperkenalkan produk-produk yang dijual kepada masyarakat. Selain itu, Kedai Kopidopi ini juga mengandalkan aplikasi ekspedisi online untuk pembelian take away. Walaupun tidak sebanyak pelanggan dari dine in, tidak sedikit total dari penjualan adalah dari pembelian Gofood Grabfood, dan Shopeefood.

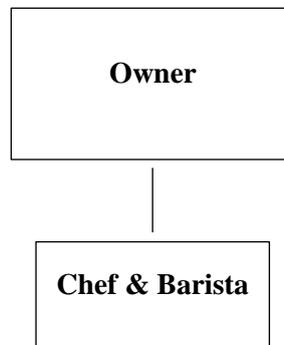
2.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah system formal tentang hubungan tugas dan wewenang yang mengendalikan bagaimana tiap individu bekerjasama dan mengelola segala sumberdaya yang ada untuk mewujudkan tujuan organisasi. Tujuan prinsip dari struktur organisasi adalah sebagai alat control; untuk mengendalikan koordinasi dan motivasi kerja tiap individu dalam usaha mencapai tujuan organisasi (Dicky Wisnu U.R:2019).

Begitu pula yang terjadi di kedai Kopidopi, untuk mencapai visi dan misinya juga memerlukan struktur organisasi. Kedai Kopidopi 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 Kedai Kopidopi dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini

Gambar 2.1
Struktur Organisasi Kedai Kopidopi



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 dan Barista

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 makanan yang dimasak dan disajikan

- 3) Memberikan kreasi dan menu baru terhadap makanan dan minuman yang disajikan

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

- 1) Menyambut pelanggan dengan ramah
- 2) Memberikan masukan kepada pelanggan tentang minat dan kebutuhan minuman mereka.
- 3) Menjelaskan menu yang diminta pelanggan.
- 4) Mempersiapkan dan menyajikan minuman kopi dengan mengikuti resep resep dan teknik untuk penyajian kopi dan non-kopi, seperti, Kopi susu duren, Cold Brew, Aren Milk Tea, Single Origin dan Kopi Susu Ayam Jago
- 5) Menjaga ketersediaan pasokan biji kopi hingga semua stok makanan dan peralatan yang ada.
- 6) Menjaga peralatan tetap beroperasi dengan mengikuti instruksi pengoperasian dan melakukan pemeliharaan.

2.3. Jenis Usaha, Perkembangan Usaha dan Rencana Pengembangan

1. Jenis Usaha

Badan usaha adalah lembaga yang berisi kesatuan regulasi teknis maupun praktis dan ekonomis yang dibangun demi tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Sedangkan perusahaan adalah satu unit badan usaha yang bertugas untuk mengelola faktor produksi demi tujuan keuntungan di atas. Berikut bentuk – bentuk badan usaha:

a. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dibangun oleh seorang pengusaha saja. Karena itu, jenis usaha ini tergolong kecil dan sederhana. Ciri-ciri badan usaha ini ialah produksi barang/jasa yang dihasilkan berskala kecil dengan menggunakan alat produksi yang juga sederhana. Hal ini disebabkan modal usaha dari pengusaha sendiri yang sangat minim.

b. Persekutuan Firma

Persekutuan firma adalah badan usaha yang dijalankan oleh dua orang atau lebih atas dasar kerjasama. Yang membedakan badan usaha ini dengan persekutuan perdata adalah jika salah satu pemilik firma berhutang, maka seluruh pemilik menanggung hutang tersebut. Selain itu, tanggung jawab untuk pembayaran hutang, tidak semata dibebankan pada penyeteroran modal usaha saja. Tetapi harta atau aset pribadi juga harus disetorkan tergantung kesepakatan bersama.

c. Persekutuan Komanditer (CV)

Persekutuan komanditer adalah bentuk badan usaha yang di dalamnya berisi pemilik aktif dan pasif. Pemilik aktif adalah orang-orang yang bekerjasama mengelola usaha. Sedangkan pemilik pasif adalah orang yang hanya menyumbangkan modal saja. Sedangkan untuk keuntungan maupun kerugian yang dibebankan kepada pemilik pasif ditentukan dari kesepakatan di awal. Apakah dibagi dengan porsi rata atau sebaliknya. Regulasi hukum untuk badan usaha ini biasanya berupa akta notaris. Akan tetapi itu tidak menjadi syarat mutlak dalam pendirian usaha.

d. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan terbatas adalah badan usaha yang dibangun dari berbagai modal saham. Sedangkan yang dianggap pemilik perusahaan adalah orang yang menanamkan modal terbesar. Di dalam perusahaan yang berbentuk PT, modal saham bisa diperjualbelikan sesuai perjanjian. Artinya, yang memiliki modal terbanyak di perusahaan tersebut selalu dinamis. Maka dari itu, pemilik suatu PT bisa permanen bisa pula berganti tergantung kepemilikan modal sahamnya.

Berdasarkan penjelasan teori Sukmadi diatas, jenis badan usaha Kedai Kupidopi yaitu Perseroan Komanditer (CV). Alasan Popi (Pemilik Kedai) memilih jenis badan usaha perseroan komanditer karena masih memiliki modal yang sedikit dan juga ingin langsung untuk mengelola usaha ini sehingga dapat mengambil keputusan sendiri dan tidak perlu bekerja pada orang lain. Popi sendiri menggunakan uang tabungan dengan suaminya yang pernah bekerja sebagai modal dari usaha kafe tersebut. Popi memilih usaha ini menurut mereka usaha FNB tidak pernah mati. Ditambah lagi mereka sendiri menyukai kopi dan juga dilihat dari kebudayaan orang Indonesia yang suka sekali kopi.

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. Perkembangan dalam usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Kedai Kopidopi didirikan pada bulan Mei 2017.

Perkembangan usaha sejauh ini yang sudah dialami oleh Kedai Kopidopi adalah dengan bertambahnya pada variasi menu yang dimiliki. Pada awalnya, Kedai Kopidopi hanya menyediakan kopi dan makanan ringan saja. Namun, saat ini menu yang disediakan juga banyak dan juga inovatif. Kegiatan promosi yang dikontribusikan oleh kelompok kami selama satu bulan, tidak menghasilkan peningkatan pada penjualan. Kelompok kami telah berkontribusi dalam membantu kedai Kopidopi 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 brand awarness terhadap kedai Kopidopi dengan meningkatnya jumlah followers sebanyak 56 di akun instagram coffee shop terkait.

3. Rencana Pengembangan Usaha

Menurut Afifah dalam Putri dkk (2015:45) pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan merupakan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha. Kedai Kopidopi sendiri memiliki rencana untuk mengembangkan usahanya kedepannya dengan mempertimbangkan semua aspek dari berbagai sisi secara maksimal, dengan tujuan memuaskan para

customer yang datang dengan cara membuat tempat yang nyaman dengan konsep kedai yang industrial, sehingga para pelanggan dapat menikmati kopi dan makanan Bersama kerabat terdekat saat berada di Kopidopi. Dari sisi lokasi, popi menyadari bahwa salah satu hal yang mempengaruhi penjualannya adalah tempat yang nyaman untuk berkumpul. Pelanggan kopidopi sendiri memiliki ketertarikan dengan permainan yang disediakan Kopidopi yang dapat dilakukan Bersama-sama sambil menikmati makanan dan minuman untuk menciptakan momen saat berada di kedai Kopidopi.

Namun, ukuran kedai Kopidopi itu sendiri terbilang masih kecil dan memberikan kesan sempit, terutama saat coffee shop tersebut ramai pengunjung. Maka dari itu, Popi berencana untuk mengembangkan usahanya dengan memperluas kedainya. Diharapkan setelah memperluas kedai Kopidopi tersebut, akan mengundang lebih banyak pengunjung atau pelanggan yang datang. Karena nantinya Popi sendiri berencana memiliki dua ruangan. Yaitu, ruangan ber-AC dan juga smoking area. Selain itu, hal ini juga sebagai salah satu langkah agar pelanggan lebih nyaman.

Dalam menjalani sebuah bisnis di bidang makanan dan minuman, menu merupakan hal yang utama. Pemilihan menu harus menyesuaikan sasaran pasar dari toko tersebut. Popi juga berencana untuk terus mengembangkan menu yang ada di kedai Kopidopi, baik makanan maupun minuman. Dengan semakin banyaknya inovasi dan varian menu yang ada, akan semakin banyak juga pilihan makanan dan minuman yang akan ditawarkan. Namun mereka berusaha untuk tidak merubah atau menaikkan harga makanan dan minuman yang sudah ada, sehingga pelanggan bisa tetap mendapatkan makanan dan minuman dengan harga tetap ekonomis dan tentunya aman dikantong bagi pelajar atau mahasiswa/i.

Namun, Popi sendiri belum memiliki rencana kedepannya untuk menambah jumlah pegawai dalam menjalankan kegiatan operasional usaha kedai Kopidopi ini. Alasannya karena Kopidopi jam operasional di mulai pada pukul 16.00 s/d 23.00. sehingga Popi tidak memikirkan untuk menambah pegawai. Namun tidak menutup kemungkinan Popi akan menambah karyawan lagi, karena kedai Kopidopi membutuhkan karyawan yang berkualitas yang

mampu bekerja maksimal sesuai job deskripsinya. Yaitu, untuk tenaga kerja yang dibutuhkan untuk saat ini hanya dibutuhkan 2 orang saja, dimana 1 orang untuk di bar (minuman) dan 1 orang lagi untuk dikitchen (makanan). Lalu 2 orang tersebut juga merangkap sebagai pelayan dan juga kasir.

BAB III

SISTEM DAN PROSEDUR OPERASIONAL OBJEK

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, kompor, dan lainnya. Kedai Kopidopi juga melakukan perawatan mesin-mesin yang digunakan. Mesin kopi diberikan perawatan khusus berupa pembersihan yang dilakukan melalui tiga tahap yaitu, harian, mingguan, dan bulanan untuk menjaga mesin kopi tetap terjaga kualitasnya. Pembuangan limbah menggunakan Grease Trap yang berfungsi untuk mengurangi limbah dan untuk limbah susu menggunakan tempat sampah tersendiri. Bagi konsumen yang ingin membawa pulang produk atau *take away*, kafe menggunakan bahan pembungkus seperti berbahan plastik dan bahan berbahan kertas.

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 Kedai Kopidopi secara rutin mengecek sisa bahan yang ada. Kedai Kopidopi sendiri sudah memiliki pemasok tetap terutama produk susu yaitu, Diamond. Lokasi pemasok sendiri menempuh waktu 20-30 menit dari Kedai Kopidopi. Untuk pemenuhan bahan baku lainnya, Kedai Kopidopi membeli sendiri bahan baku yang dibutuhkan baik secara online maupun offline. Penyimpanan bahan baku tidak langsung ke Kedai Kopidopi melainkan ke tempat tinggal pemilik yang nantinya disalurkan ke Kedai Kopidopi. Selama ini, pemenuhan bahan baku di Kedai Kopidopi selalu sesuai dengan permintaan pelanggan dikarenakan proses pemenuhan bahan baku yang berjangka seminggu sekali dan juga setiap minggu juga ada stock opname.

3.3 Kapasitas Produksi

Dengan menggunakan peralatan atau alat-alat yang ada dan juga jumlah pegawai yang ada, produksi minuman kopi dan non-kopi bisa mencapai 50-70 cup perhari. Sedangkan untuk makanan, bisa mencapai 30-40 porsi perhari.

3.4 Saluran Distribusi

A. Distribusi Intensif

- Gerai/Kafe KopiDopi

Merupakan tempat pusat pemasaran dan penjualan produk. Kedai ini berada di daerah Cijantung, Jakarta Timur. Tempat ini berada di tepi jalan daerah tersebut. Kedai ini mudah untuk ditemukan masyarakat dan menjadi salah satu strategi yang dimiliki perusahaan.

Untuk distribusi itu sendiri, kopidopi memiliki supplier tetap, contohnya untuk salah satu bahan baku susu, untuk produk susu itu sendiri kopidopi sudah untuk produk susu itu sendiri Kopidopi sudah menggunakan satu merk tetap dan lokasi dari supplier susu tersebut tidak terlalu jauh dari kedai Kopidopi itu sendiri (kurang lebih berjarak 20-30 menit dari gerai Kopidopi). Lalu dikarenakan luas dari Kedai Kopidopi yang tidak memungkinkan untuk tempat penyimpanan bahan baku (gudang) maka supplier mendistribusikan bahan baku ketempat tinggal pemilik kedai Kopidopi tersebut. Jadi secara singkat alur distribusi bahan bakunya yaitu dari supplier lalu ketempat tinggal pemilik kedai lalu ke kedai Kopidopi.

B. Distribusi Eksklusif

Untuk pengiriman produk yang dipesan melalui online, perusahaan memakai jasa Ekspedisi online 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 Rekapian Transaksi per Minggu

Periode November 2021

Tanggal	Omset
1 s/d 7 November 2021	Rp 5.117.000
8 s/d 14 November 2021	Rp 4.176.000
15 s/d 21 November 2021	Rp 3.860.160
22 s/d 30 November 2021	Rp 3.377.200

4.2 Capaian Hasil

Dilihat dari hasil laporan penjualan atau transaksi penjualan produk selama satu bulan, usaha ini mampu mencapai target. Tetapi secara performa perminggu menurun, hal ini biasa terjadi di dunia bisnis terutama UMKM. Kami telah melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. Tetapi tidak langsung menunjukkan hasil penjualan. Dari kegiatan promosi tersebut akan berdampak pada brand awarness KopiDopi.

4.3 Pembahasan Hasil Project Manajemen Operasional

- Kedai Kopidopi dikenal
- Menambah brand awareness
- Belajar dalam berwirausaha
- Bekerja sama dalam berniaga
- Mengetahui SWOT usaha

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kedai Kopidopi merupakan salah satu *coffeeshop* yang berdiri pada Mei tahun 2017 dengan alasan pada awalnya karena merantau bersama suami. Mereka berpikir lebih enak untuk mendirikan usaha sendiri daripada bekerja untuk orang lain dengan beberapa pertimbangan seperti, lebih enak untuk mengatur waktunya, semua dilakukan sendiri, dan berdasarkan pengalaman sebelumnya ketika bekerja dengan orang lain sering sekali untuk berpindah-pindah tempat. Pada saat itu juga, kedai kopi sedang menjamur sehingga memutuskan untuk mendirikan kedai Kopidopi. Kedai Kopidopi menjual berbagai minuman baik kopi maupun non kopi dan juga menjual berbagai makanan mulai dari makanan ringan sampai makanan berat dengan harga yang terjangkau. Produksi di kedai Kopidopi dilakukan oleh 2 orang pekerja termasuk owner. Kedai Kopidopi juga menggunakan alat-alat yang membantu mempercepat produksi dalam memenuhi pesanan pelanggan. Kebijakan bahan baku yang dilakukan juga sangat efektif dalam menjalankan usaha ini. Dalam melakukan pengembangan usaha, owner ingin memperluas kedai Kopidopi tersebut dan juga menambah inovasi minuman dan makanan yang tersedia.

5.2 Saran

Selama usaha ini berjalan, menurut Popi selaku owner KopiDopi. kita akan terus berinovasi dan memunculkan ide baru terutama dalam hal menambah jumlah menu dan akan menambah board game untuk menambah pilihan permainan saat berada di KopiDopi. Demi hasil yang maksimal inovasi-inovasi tersebut akan terus dikembangkan tahap demi tahap agar usaha kita tetap berjalan sesuai rencana.

DAFTAR PUSTAKA

<https://accurate.id/bisnis-ukm/mengenal-bentuk-badan-usaha-yang-ada-di-indonesia/>

Wisnu Dicky U.R. (2019). *Teori Organisasi Struktur dan Desain*. Indonesia: UMMPress.
Tersedia di

[https://www.google.co.id/books/edition/Teori Organisasi Struktur dan Desain/aqjJDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Organisasi_Struktur_dan_Desain/aqjJDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)

<http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/853/10.%20Bab%20II.pdf?sequence=11&isAllowed=y>

<http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/853/10.%20Bab%20II.pdf?sequence=11&isAllowed=y>

Parinduri L, Marzuki I. (2020). *Manajemen Operasional Teori dan Strategi*. Indonesia: Yayasan Kita Menulis. Tersedia di

[https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen Operasional Teori dan Strategi/Z_UC EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+operasional&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Operasional_Teori_dan_Strategi/Z_UC EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+operasional&printsec=frontcover)

CATATAN TAMBAHAN

A. Strategi Pemasaran, Model Pemasaran, Saluran Distribusi

a) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar. Strategi pemasaran yang digunakan oleh kedai Kopidopi yaitu dengan cara memasarkan produk melalui media sosial dan juga melalui offline. Untuk strategi pemasaran offline yang digunakan oleh Kopidopi sendiri yaitu misalnya mengadakan *giveaway*, contohnya jika para customer dapat menunjukkan bon pembelian sebesar 150 ribu atau lebih maka customer tersebut berhak mendapatkan dompet koin doggy atau dompet koin grumpy cat, strategi ini tentunya sangat menarik perhatian para pelanggan untuk berkunjung serta membeli produk yang ditawarkan oleh Kopidopi. Sementara untuk strategi pemasaran melalui media sosial yang dilakukan oleh Kopidopi ialah mengembangkan cara pemesanan melalui online delivery seperti melalui shopeefood, grabfood, dan gofood.

b) Model Pemasaran

Model strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak kedai Kopidopi ialah model pemasaran melalui media sosial atau disebut social media marketing. Pemasaran media sosial berfokus pada penggunaan situs atau aplikasi social networking seperti Facebook, Instagram, dan sejenisnya. Mengingat cakupannya begitu luas, maka kedai Kopidopi dapat membangun brand dalam waktu cepat.

c) Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah suatu kumpulan perantara yang didalamnya akan saling bergantung antara yang satu dengan yang lainnya. Tujuannya adalah untuk membantu pihak produsen dalam mengirim barang kepada konsumen akhir.

Saluran distribusi yang digunakan oleh kedai Kopidopi yaitu menggunakan saluran distribusi langsung, dimana produsen suatu produk melakukan transaksi secara langsung dengan pelanggan. Saluran distribusi secara langsung merupakan cara penyaluran produk yang paling tepat bagi kedai Kopidopi, hal ini dikarenakan penjual sebagai kedai Kopidopi dan pembeli sebagai konsumen yang akan memesan produk dari kedai Kopidopi ini langsung bertemu dan bertatapmuka, dan dengan itu, konsumen dapat berkomunikasi langsung dengan karyawan dan secara langsung mendistribusikan pesanan dari produsen pada konsumen yang memesan.

B. Kapasitas Produksi, Bahan Baku, Metode Peramalan

- a) Dengan menggunakan peralatan atau alat-alat yang ada dan juga jumlah pegawai yang ada, produksi minuman kopi dan non-kopi bisa mencapai 50-70 cup perhari. Sedangkan untuk makanan, bisa mencapai 30-40 porsi perhari.
- b) Bahan baku yang dibutuhkan untuk Proses produksi yaitu :

Bahan Baku Minuman :

Bahan Baku	
Kopi SUSU Durian	<ol style="list-style-type: none">1. Kopi esspreso2. Durian3. Freshmilk4. Es batu5. Air mineral6. Gula cair

Bahan baku Makanan

Bahan Baku	
Komodo Roll	<ol style="list-style-type: none">1. Nasi putih2. Mayonaise3. Nori (rumpun laut)4. Cabai Bubuk5. Kernet sapi

c) Metode Peramalan

Peramalan merupakan hal yang penting yang harus dilakukan perusahaan 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. Dalam kasus kedai Kopidopi, Owner selalu melihat apakah bahan baku yang sudah di sediakan untuk seminggu kebelakang telah tepat diperhitungkan. Jika tidak, maka pada minggu berikutnya akan disesuaikan dengan apa yang terjadi pada minggu sebelumnya.

C. Produk, Desain produk dan Inovasi

a) Produk

Produk Minuman Unggulan :

D. Produk, Desain produk dan Inovasi



Produk Makanan Unggulan :



b) Desain Produk

Desain produk merupakan aktivitas merancang suatu benda yang akan diolah dan diproduksi menjadi benda yang lebih bernilai dan bermanfaat. Tujuan dari desain produk sendiri ialah untuk memperlihatkan kepada konsumen produk berkualitas yang memiliki nilai jual tinggi serta menyesuaikan kebutuhan konsumen dengan menghasilkan produk yang sedang tren pada masanya.

Jika dilihat dari gambar diatas, gambar tersebut merupakan beberapa menu yang paling laris yang berada di kedai Kopidopi. Misalnya saja untuk menu minuman yaitu es kopi durian yang paling banyak diminati oleh pelanggan, walaupun desain produknya sederhana tetapi tetap menjadi favorit bagi para pelanggan, hal ini dikarenakan menu tersebut memiliki cita rasa yang unik dimana es kopi susu dipadukan dengan perisa rasa durian yang melahirkan cita rasa yang unik serta aroma khas durian yang *Indonesia banget*. Lalu untuk menu makanan yaitu *komodo roll*, menu makanan ini mirip seperti halnya dengan sushi namun untuk topping didalam sushinya diganti dengan kornet sapi, lalu dihidangkan dengan baluran saus mentai diatasnya, untuk desain produk ini cukup sederhana tetapi produk ini tetap banyak diminati oleh para pelanggan dikarenakan cita rasanya yang enak.

c) Inovasi

Inovasi produk merupakan sebuah cara untuk menciptakan produk yang baru, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Inovasi produk yang dilakukan oleh pihak kedai Kopidopi terus dilakukan, mulai dari menu minuman hingga menu makanan. Inovasi yang dilakukan mengarah pada desain produk dan cita rasa produk, seperti halnya dengan minuman es kopi durian dan menu makanan *komodo roll* serta produk-produk lainnya.

Disisi lain, pihak kedai Kopidopi juga melakukan inovasi terhadap kenyamanan konsumen, seperti halnya menyediakan beberapa permainan yang bisa dimainkan secara bersama-sama (cth : Uno card, Uno Stacko, Catur dsb), serta kedai Kopidopi juga senantiasa menyediakan berbagai fasilitas yang meningkatkan kenyamanan pelanggan misalnya akses Wifi yang cepat, fullmusic, dsb.

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

Inventory

a) Proses Produksi

Produksi Makanan (Contoh pada produksi Komodo Roll):

1. Siapkan Nasi, Mayonaise, Nori, Kornet sapi, dan cabai bubuk
2. Letakkan nasi dan kornet sapi di atas nori
3. Campurkan cabai bubuk
4. Gulung nori
5. Tuangkan mayonnaise di atas nori yang sudah berbentuk

Produksi Minuman (Contoh pada produksi Kopi Susu Durian):

1. Masukkan 1 bagian durian
2. Masukkan single espresso
3. Masukkan freshmilk
4. Tambahkan es batu

5. Tambahkan 175 ml air

b) Peralatan yang digunakan

Untuk Membuat Minuman:



Coffee Grinder



Drip Coffe Maker



Mesin Espresso



Freezer



Dispenser



Sekop Es Batu



Gelas

Untuk Membuat Makanan :



Kompor



Wajan



Penggorengan



Rice Cooker



Pisau



Sodet



Mangkuk



Sendok

c) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor kunci dalam sebuah organisasi ataupun perusahaan. Sumber daya manusia dalam organisasi tidak dapat digantikan oleh apapun. Sumber daya manusia akan menggerakkan dan mengembangkan organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia yang akan memulai untuk membuat rencana dan juga penggerak untuk mencapai tujuan usaha.

Dalam menjalankan operasional Kedai Kopidopi, pihak Kedai Kopidopi mempunyai 2 karyawan. Dari kedua karyawan tersebut, mereka saling bekerja sama dalam menyediakan makanan. Kedua karyawan tersebut saling mengisi posisi masing-masing saat saling membutuhkan, seperti satu memasak dan lainnya membuat kopi dan mengantar pesanan ke pelanggan.

d) Maintenance

Sebelum membuat produk, karyawan yang bekerja mempersiapkan dan memastikan alat dan bahan sudah siap. Alat-alat yang digunakan seperti mesin kopi, freezer, kompor, dan lainnya. Kedai Kopidopi juga melakukan perawatan mesin-mesin yang digunakan. Mesin kopi diberikan perawatan khusus berupa pembersihan yang dilakukan melalui tiga tahap yaitu, harian, mingguan, dan bulanan untuk menjaga mesin kopi tetap terjaga kualitasnya. Untuk perawatan harian dilakukan setiap harinya dengan cara mencuci dan membersihkan alat-alat tersebut. Untuk perawatan mingguan dilakukan pada setiap satu minggu sekali dengan cara membersihkan alat-alat secara menyeluruh. Untuk perawatan bulanan, alat-alat khusus seperti mesin kopi akan menjalankan perawatan khusus, salah satunya dilakukan service terhadap alat tersebut.

e) Manajemen Inventory

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 Kedai Kopidopi secara rutin mengecek sisa bahan yang ada. Kedai Kopidopi sendiri sudah memiliki pemasok tetap terutama produk susu yaitu, Diamond. Lokasi pemasok sendiri menempuh waktu 20-30 menit dari Kedai Kopidopi. Untuk pemenuhan bahan baku lainnya, Kedai Kopidopi membeli

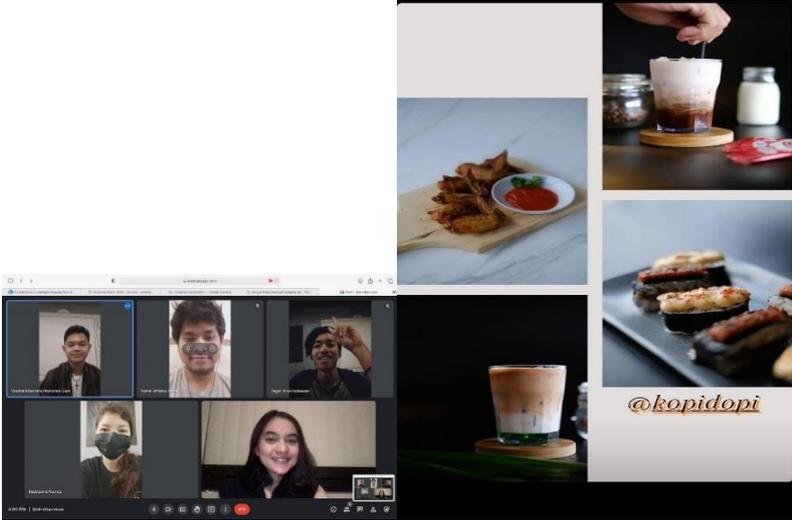
sendiri bahan baku yang dibutuhkan baik secara online maupun offline. Penyimpanan bahan baku tidak langsung ke Kedai Kopidopi melainkan ke tempat tinggal pemilik yang nantinya disalurkan ke Kedai Kopidopi. Selama ini, pemenuhan bahan baku di Kedai Kopidopi selalu sesuai dengan permintaan pelanggan dikarenakan proses pemenuhan bahan baku yang berjangka seminggu sekali dan juga setiap minggu juga ada stock opname.

F. Produktivitas Usaha

Dalam meningkatkan produktivitas usaha, sebuah perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal. Kedai Kopidopi menggunakan teknologi yang sudah ada, seperti mesin kopi terbaru, pendingin ruangan, penataan ruangan, penyediaan berbagai macam *boardgame*, dan juga bekerja sama dengan beberapa ekspedisi online seperti Gojek, Grab, dan Shopeefood untuk mempermudah pembelian bagi pelanggan yang ingin membeli dari rumah atau tempat kerja. Kedai Kopidopi belum memiliki strategi pemasaran yang konkrit. Kedai Kopidopi hanya memanfaatkan sosial media untuk memperkenalkan produknya. Hal tersebut juga selaras dengan tenaga kerja yang dimiliki oleh Kedai Kopidopi. Kopidopi hanya memiliki 2 pegawai yaitu, Mbak Popi dan satu pegawai lainnya. Hal tersebut dikarenakan Mbak Popi merasa cukup dengan itu dan tidak pernah keteteran dalam menyediakan pesanan yang dibuktikan dari tidak adanya laporan atau permasalahan dalam waktu penyediaan pesanan.

Dengan menggunakan peralatan atau alat-alat yang ada dan juga jumlah pegawai yang ada, produksi minuman kopi dan non-kopi bisa mencapai 50-60 cup perhari. Sedangkan untuk makanan, bisa mencapai 30-40 porsi perhari. Kapasitas produksi tersebut merupakan hasil yang menurun akibat Covid-19 yang memaksa pemerintah untuk membuat peraturan untuk menutup sementara dan juga mengurangi jumlah pelanggan yang bisa datang ke Kedai Kopidopi.

**CATATAN HARIAN KEGIATAN
(LOGBOOK)**

No.	Tanggal	Kegiatan
1.	28/Okt/2021	<p>Catatan : Koordinasi Tim dengan Pihak UMKM</p> <p>Dokumen Pendukung :</p> 
2.	30/Okt/2021	<p>Catatan : Wawancara secara online</p> <p>Dokumen Pendukung :</p>  <p>Link record: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1z5NH7_GAynrDM-Y7HxqlGZh5023Dc1Uf</p>

<p>3.</p>	<p>7/Nov/2021</p>	<p>Catatan : Kunjungan langsung dan pemasaran</p> <p>Dokumen Pendukung :</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p>Link record: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1z5NH7_GAynrDM-Y7HxqlGZh5023Dc1Uf</p>
<p>4.</p>	<p>19/Nov/2021</p>	<p>Catatan : Pembuatan Video Promosi</p> <p>Dokumen Pendukung :</p>



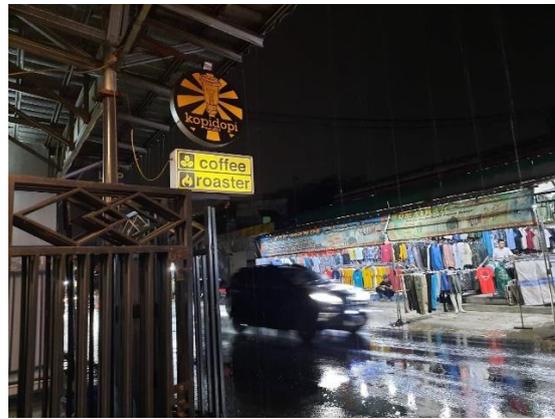
Link video:

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1z5NH7_GAynrDM-Y7HxqlGZh5023Dc1Uf

Catatan : Koordinasi terakhir dengan pihak UMKM
Dokumen Pendukung :

5.

30/Nov/2021



Link:https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1z5NH7_GAynrDM-Y7HxqlGZh5023Dc1Uf

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Kamis, 28 Oktober 2021

Kegiatan: Koordinasi Tim

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111213	Fahmi Ichlasul Amal	
2	2010111222	Yosafat Kharisma M. Gani	
3	2010111225	Tegar Trias Indrawan	
4	2010111235	Farra Alifiah	

Jakarta, 28 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Tegar Trias Indrawan)

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Sabtu, 30 Oktober 2021

Kegiatan: Wawancara secara online dan pemasaran

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111213	Fahmi Ichlasul Amal	
2	2010111222	Yosafat Kharisma M. Gani	
3	2010111225	Tegar Trias Indrawan	
4	2010111235	Farra Alifiah	

Jakarta, 30 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Tegar Trias Indrawan)

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Minggu, 7 November 2021

Kegiatan: Kunjungan langsung dan pemasaran

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111213	Fahmi Ichlasul Amal	
2	2010111222	Yosafat Kharisma M. Gani	
3	2010111225	Tegar Trias Indrawan	
4	2010111235	Farra Alifiah	

Jakarta, 7 November 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Tegar Trias Indrawan)

DAFTAR HADIR KEGIATAN PROJECT MO

Hari / Tanggal : Jumat, 19 November

Kegiatan: Pembuatan video untuk pemasaran

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111213	Fahmi Ichlasul Amal	
2	2010111222	Yosafat Kharisma M. Gani	
3	2010111225	Tegar Trias Indrawan	
4	2010111235	Farra Alifiah	

Jakarta, 19 November 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Tegar Trias Indrawan)

DAFTAR HADIR KEGIATAN *PROJECT MO*

Hari / Tanggal : Jumat, 30 November 2021

Kegiatan : Koordinasi terakhir dengan pihak UMKM

No	NIM	Nama	Tanda Tangan
1	2010111213	Fahmi Ichlasul Amal	
2	2010111222	Yosafat Kharisma M. Gani	
3	2010111225	Tegar Trias Indrawan	
4	2010111235	Farra Alifiah	

Jakarta, 30 November 2021

Mengetahui,
Ketua Project



(Tegar Trias Indrawan)