

**PENGINOVASIAN PRODUK ROTI TOPING MANIS
KELOMPOK MAHASISWA MAGANG WIRUSAHA
MERDEKA DI TEACHING FACTORY BAKERY AND
COFFEE POLITEKNIK NEGERI JEMBER, KECAMATAN
SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER, JAWA TIMUR**

**LAPORAN AKHIR
KEGIATAN PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA
DI POLITEKNIK NEGERI JEMBER**



Oleh :
Muhammad Naufal Kamadhian
NIM 412020421050

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
DESEMBER 2022**

**PENGINOVASIAN PRODUK ROTI TOPING MANIS
KELOMPOK MAHASISWA MAGANG WIRAUUSAHA
MERDEKA DI TEACHING FACTORY BAKERY AND
COFFEE POLITEKNIK NEGERI JEMBER, KECAMATAN
SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER, JAWA TIMUR**

**LAPORAN AKHIR
KEGIATAN PROGRAM WIRAUUSAHA MERDEKA
DI POLITEKNIK NEGERI JEMBER**



Oleh :
Muhammad Naufal Famaethian
NIM 412020421050

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
DESEMBER 2022**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JEMBER
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

HALAMAN PENGESAHAN

PENGNOVASIAN PRODUK ROTI TOPING MANIS
KELOMPOK MAHASISWA MAGANG WIRUSAHA
MERDEKA DI TEACHING FACTORY BAKERY AND
COFFEE POLITEKNIK NEGERI JEMBER, KECAMATAN
SUMBERSARI, KABUPATEN JEMBER, JAWA TIMUR

Oleh:

Muhammad Nurdal Fawadhian

NIM 412020421050

Telah menyelesaikan kegiatan program MBKM Wirusaha Merdeka di Politeknik
Negeri Jember selama 1 semester (Agustus – Desember 2022)

Mengetahui,

Ketua Program Wirusaha Merdeka
Politeknik Negeri Jember,

Ketua Program Studi
Manajemen Universitas Muhammadiyah
Gontor Ponorogo



Dr. Dhanang Eka Putra, S.P., M.Sc.
NIP. 1983121020140410001



Yenni Firmansyah, S.E.I., M.PSDM
NIP. 197397

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan dengan judul: "Pengembangan Produk Roti Toping Manis Kelompok Mahasiswa Wirusaha Merdeka di Teaching Factory Bakery and Coffee Politeknik Negeri Jember, Kecamatan Sumberaji, Kabupaten Jember, Jawa Timur" dalam waktu yang tepat. Tentunya dengan terselesainya laporan ini tidak lepas dari semua dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ayah dan Ibu penulis yang tiada ada bentuk-bentuknya memberikan dukungan baik secara moral dan material.
2. Tim Panitia WMK Polya yang senantiasa memberikan rahmah, tenaga, waktu, dan pikirannya demi kelancaran program ini.
3. Yayan Fuuamah SEI, MFSDM selaku Kepala Program Studi Manajemen
4. Nkem Sylvia Puspitasari S.Pd, M.Ed selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang memberikan arahan.
5. Uyun Erna Malika S.TP, M.P selaku pendamping selaku teman dalam kegiatan ini.
6. UPA, Pengelakan dan Pengamatan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman untuk melaksanakan kegiatan magang tersebut.
7. Rekan-rekan Wirusaha Merdeka yang saling memberikan semangat dan dukungan.

Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember, 09 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Program MBKM Wirasaha Merdeka	1
1.2.1 Tujuan Umum Wirasaha Merdeka	1
1.2.2 Tujuan Khusus Wirasaha Merdeka	2
1.2.3 Manfaat Wirasaha Merdeka	2
1.3 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan	2
BAB 2. EDC	4
2.1 Kick Off	4
2.2 EDC	5
2.3 Pembekalan Magang Tematik	5
2.4 Outbound	6
BAB 3. MAGANG TEMATIK	8
3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang	8
3.2 Kondisi Umum Industri Mitra	9
3.2.1 Profil Mitra	9
3.2.2 Tujuan Utama Mitra	10
3.2.3 Struktur Organisasi Mitra	11
3.2.4 Sumber Daya Manusia	13
3.3 Analisis Usaha Magang	14
3.3.1 Presentasi HPP Mitra Magang	14
3.3.2 Cash Flow Mitra Magang	15
3.3.3 Business Plan (Rencana Bisnis)	15
3.4 Implementasi Usaha Magang	16

BAB 4. INKUBASI BISNIS	18
4.1 Kegiatan Pendampingan	18
4.2 Kegiatan Coaching Clinic	18
BAB 5. BOOTCAMP	19
5.1 Penjelasan Umum	19
5.2 Materi Bootcamp	20
5.2.1 Simply Branding	20
5.2.2 Design Thinking	21
5.2.3 Business Model Canvas (BMC)	22
5.2.4 Pemahaman Karakter	26
5.2.4.1 Model VAK	26
5.2.4.2 Model DISC	27
5.2.5 Like CEO (Leadership)	28
5.2.6 Communication Skill	29
5.2.7 Finance Management	30
5.2.8 Marketing & Distribusi	31
5.2.9 Sosial Media Optimasi	32
5.2.10 Menaklukkan Market	33
BAB 6. RINTISAN USAHA	34
6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	34
6.2 Metode Pelaksanaan	35
6.2.1 Proses Produksi	35
6.2.2 Proses Pengemasan	36
6.2.3 Proses Penjualan	36
6.2.4 Sumber Daya Manusia	37
6.3 Hasil Yang Ingin Dicapai	37
6.3.1 Perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi)	38
BAB 7. PENUTUP	40
7.1 Kesimpulan	40
7.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	C

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rundown Kick Off Wawancara Mendalam	4
Gambar 2.2 Rundown EDC Wawancara Mendalam	5
Gambar 2.3 Rundown Penbebaran Masing Teristik	6
Gambar 2.4 Kegiatan Orisinal	7
Gambar 3.1 Diagram alir kegiatan masing	8
Gambar 3.1 Struktur Keorganisasian Perusahaan	12
Gambar 3.1 Desain BSC	23
Gambar 4.1 Struktur Keorganisasian Sweet Bakery	37

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Tingkat Pendidikan Karyawan Tefa Bakery and Coffe Pointekuk Negeri Jember	14
Tabel 5.2 HPP Mitra Magang Tefa Bakery and Coffes Pointekuk Negeri Jember	15
Tabel 5.1 Rundown Kegiatan Bootcamp	19
Tabel 5.3 Model DISC	28
Tabel 6.1 Segmentasi Pasar Sweet Bakery	35
Tabel 6.2 Alat dan bahan Sweet Bakery	35
Tabel 6.3 HPP Sweet Bakery	38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	42
Lampiran 1. Cashflow TEFA Bakery and Coffee	42
Lampiran 2. Kegiatan Kick Off	49
Lampiran 3. EDC	50
Lampiran 4. Mengang Terrible	51
Lampiran 5. Boothcamp dan Gelar Produk	52
Lampiran 6. Inkubasi Bisnis	52
Lampiran 7. Closing Ceremony	53

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen merupakan bagian terpenting dari keseluruhan kegiatan organisasi. Di dalam manajemen dianggap sebagai reformasi dalam memperbaiki persyaratan-persyaratan kerja, kondisi kerja, standar kerja. Memberi bimbingan manajemen sebagai seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasi, dan pengendalian terhadap orang serta mekanisme kerja untuk mencapai tujuan (Suganto, 2005). Selain itu dalam manajemen juga memperhatikan prinsip-prinsip pembagian kerja dalam suatu organisasi.

Dengan pembagian kerja juga akan memudahkan dalam meningkatkan keterampilan masing-masing tenaga kerja yang terpenalisasi. Menurut Foghal (2008:5) pembagian kerja adalah sekumpulan tertentu mengenai tanggung jawab dari pekerjaan tertentu. Menunjukkan kualifikasi yang dibutuhkan untuk jabatan tersebut menguraikan bagaimana pekerjaan tersebut berhubungan dengan bagian lain dalam perusahaan.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Wirausaha Merdeka merupakan salah satu program terbaru dari pemerintah terutama Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang dimana memberikan pemaparan, pengalaman serta pembekalan khususnya bagi para mahasiswa yang kedepannya nanti akan menjadi seorang wirausahawan. Para mahasiswa secara mandiri dipersiapkan untuk mendapatkan gambaran umum tentang berwirausaha sesuai dengan bidang yang diminati. Kegiatan Wirausaha Merdeka ini selalunya menjadi salah satu inspirasi bagi para calon wirausaha kedepannya tentang bagaimana produk atau jasa yang akan mereka buat sehingga bisa berkembang dan terus bisa bersaing dengan para wirausaha lainnya.

1.2 Tujuan dan Manfaat Program MBKM Wirausaha Merdeka

1.2.1 Tujuan Umum Wirausaha Merdeka

Tujuan umum program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Wirausaha Merdeka adalah :

- 1) Menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai skala dan berwirausaha mulai dari proses produksi sampai dengan pemasaran dimana sesuai dengan target pasar yang ditentukan.
- 2) Mengetahui cara menentuan target pasar serta biaya yang diperhitungkan sehingga bisa memiliki laba dan keuntungan yang maksimal.
- 3) Mengetahui gambaran umum tentang berwirausaha sehingga bisa dapat mencapai sebuah target yang telah diinginkan.

1.1.2 Tujuan Khusus Wirausaha Merdeka

Tujuan khusus dari Program Wirausaha Merdeka adalah:

1. Menjadikan kemandirian para mahasiswa sebagai calon wirausaha muda
2. Memberikan pembekalan serta keterampilan mahasiswa sebelum memasuki dunia berwirausaha.

1.1.3 Manfaat Wirausaha Merdeka

Manfaat Program Wirausaha Merdeka adalah:

1. Mengembangkan ketajaman bisnis mahasiswa dalam mempelajari bisnis yang akan dimulai nantinya.
2. Mendorong serta meningkatkan pengalaman mahasiswa dalam kemampuan daya kerja.
3. Melatih dan memberikan soft skills serta kemampuan manajerial.

1.3 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan

Lokasi kegiatan Wirausaha Merdeka di *Teaching Factory Bakery and Coffee* UPA, Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember berlokasi di Jl. Mastrip 164, Tegay gada, Kecamatan Sumberaji, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68101.

Pelaksanaan Wirausaha Merdeka di *Teaching Factory Bakery and Coffee* UPA, Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember.

dinilai pada tanggal 12 September 2022 – 23 September 2022. Kegiatan ini meliputi dari proses produksi, pemasaran, hingga pemasaran ke konsumen yang dilaksanakan setiap hari Senin-Jumat pada pukul 07.00-15.00 WIB.

BAB 2. EDC (ENTREPRENEUR DEVELOPMENT CLASS)

2.1 Kick Off

Kegiatan kick-off atau grand launching merupakan kegiatan pertama atau pembukaian dari seluruh rangkaian Program Wirasaha Merdeka Politeknik Negeri Jember. Dalam kegiatan ini dibuka secara langsung oleh Direktur Utama Politeknik Negeri Jember Saiful Anwar, S.TP, M.P yang didampingi di Gus Perjumpa 45 Politeknik Jember. Kegiatan Kick Off dihadiri oleh 650 mahasiswa dari 1122 total keseluruhan mahasiswa dari 45 Perguruan Tinggi se-Indonesia.

Acara kick-off dimulai dengan sambutan ketua panitia Wirasaha Merdeka Dr. Dhanang Eka Putra, S.P, M.Sc yang kemulian dilanjutkan oleh sambutan dari beberapa pejabat undangan lainnya. Setelah adanya sambutan kemudian dilanjutkan dengan tanda tangan MOU Bersama dengan mitra maupun terkait program Wirasaha Merdeka.

PERISTIWA
KEGIATAN
WIRASAHA MERDEKA
DI POLITEKNIK NEGERI JEMBER

No	Nama	Tempat/Instansi
01	Dr. Saiful Anwar	Direktur Utama
02	Dr. Dhanang Eka Putra	Ketua Panitia
03	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
04	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
05	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
06	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
07	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
08	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
09	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
10	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
11	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
12	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
13	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
14	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
15	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
16	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
17	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
18	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
19	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama
20	Dr. H. Saiful Anwar	Direktur Utama

Gambar 2.1 Realisasi Kick Off Wirasaha Merdeka
Sumber : Panitia WME Politeknik Negeri Jember

2.2 EDC

EDC (Entrepreneur Development Class) merupakan suatu kegiatan pembekalan materi bagi para peserta Wirausaha Merdeka yang memiliki inisiatif dan tujuan untuk melaksanakan mindset serta kompetensi dasar di dunia wirausaha. Pemberian materi dan motivasi dilaksanakan secara langsung pakar maupun melalui media video yang pengisiannya berisikan peminatan bidang usaha mahasiswa demi menunjang ide bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan keahlian yang dimiliki setiap peserta. Materi yang disampaikan oleh pakar wirausaha tentunya tidak jauh-jauh dengan bagaimana mindset seorang wirausahawan. Menjadi seorang wirausaha juga harus berani menghadapi risiko maupun siap menghadapi tantangan atau hambatan besar yang nantinya akan menjadi tolak ukur sebuah usaha atau ide bisnis yang akan dikembangkan.

ENTREPRENEUR DEVELOPMENT CLASS (EDC) WIRAUSAHA MERDEKA	
MATERI	
1. Mindset	2. Identifikasi Peluang
3. Strategi Bisnis	4. Pemasaran
5. Keuangan	6. Legalitas
7. Inovasi	8. Keberlanjutan
9. Jejaring	10. Penutup

ENTREPRENEUR DEVELOPMENT CLASS (EDC) WIRAUSAHA MERDEKA	
MATERI	
1. Identifikasi Peluang	2. Strategi Bisnis
3. Pemasaran	4. Keuangan
5. Legalitas	6. Keberlanjutan
7. Jejaring	8. Penutup

Gambar 2.2 Rincian EDC Wirausaha Merdeka
Sumber: Forum WMC Politeknik Negeri Jember

2.3 Pembekalan Magang Tematik

Pembekalan sebagai salah satu kegiatan magang tematik merupakan unsur penting dari kegiatan ini. Tujuan dari adanya pembekalan ini ialah memberikan pengetahuan kepada para peserta wirausaha merdeka terkait dengan tugas dan kewajibannya ketika berada di tempat magang nantinya. Kegiatan ini wajib untuk diikuti oleh seluruh peserta wirausaha merdeka yang berjumlah lebih

658 mahasiswa dari 1122 total keseluruhan mahasiswa dari 45 Perguruan Tinggi se-Indonesia. Pembekalan magang dilaksanakan di Gow Penguangan 45 Politeknik Negeri Jember pada Hari Rabu 24 pada tanggal 09 September 2022 pukul 08.00 WIB – 11.00 WIB.

Pemateri pada kegiatan ini ialah Ibu Denny Putri Andini, SE, MM selaku perwakilan dari tim panita Wirusaha Merdeka Politeknik Negeri 2022 menyampaikan bahwa “magang adalah upaya pengembangan pengetahuan, pembentukan keterampilan, dan penguasaan sikap yang dilakukan melalui belajar dengan berbuat (*learning by doing*). Prinsip magang adalah pengalaman secara dini (*early exposure*) kepada mahasiswa”. Tujuan dari adanya magang dalam wirusaha merdeka adalah memberikan gambaran atau pandangan kepada seluruh peserta yang nanti kedepannya mereka akan menjalani atau bahkan membuka sendiri dunia wirusaha.

KEMENTERIAN AGRI
KEMENTERIAN PERENCANAAN DAN EKOWISATA
KEMENTERIAN NEGARA SUDARA JAWA
DI GOW PURWAKAMUAN 45

Hari: Rabu, 24 September 2022

AGENDA	
08.00 - 08.30	Registrasi Peserta
08.30 - 09.00	Penyampaian Materi
09.00 - 09.30	Break
09.30 - 10.00	Penyampaian Materi
10.00 - 10.30	Penyampaian Materi
10.30 - 11.00	Penyampaian Materi
11.00 - 11.30	Penyampaian Materi
11.30 - 12.00	Penyampaian Materi

Gambar 2.3 Rombongan Pembekalan Magang Tematik Jember - Panitia WME Politeknik Negeri Jember

2.4 Outbound

Kegiatan outbound merupakan kegiatan akhir dari seluruh rangkaian acara yang berada didalam EDC. Kegiatan pertama dalam acara ini sambutan oleh ketua tim panita Wirusaha Merdeka Bapak Dr. Dhanang Eka Putra, S.P, M.Sc dan dilanjutkan dengan senam pagi bersama. Kegiatan outbound ini dipandu secara langsung oleh Event Organizer dan Pesumarna tour and travel dengan mengusung tema “Membangun Mindset, Karakter, Dan Leadership Wirusaha Merdeka”

Acara ini kemudian dilanjutkan dengan membentuk kelompok yang beranggotakan 10 orang. Dalam pemilihan kelompok dilakukan secara acak oleh penyelenggara acara bertujuan agar para mahasiswa bisa saling

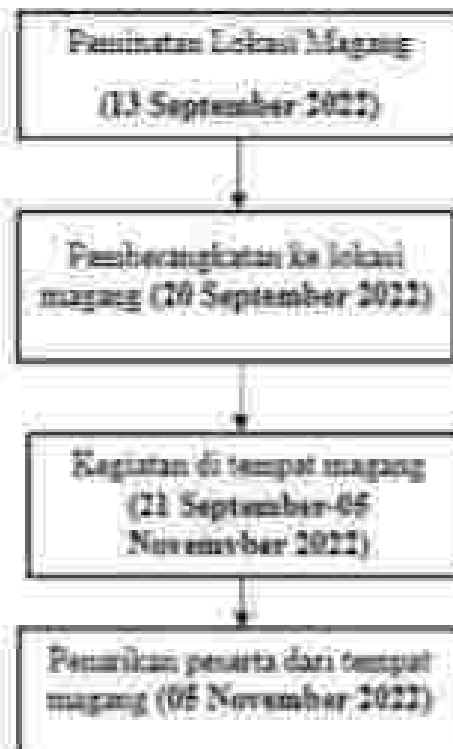
berkatalan dan membangun interaksi antar sesama talenta wirasaha muda. Permainan dalam outbound ini juga disajikan secara menarik dan variatif. Salah satunya ialah satu kelompok berlari ke belakang kemudian mendengarkan instruksi dari panitia untuk melakukan kegiatan lompat ke kanan maupun kiri secara kompak. permainan menjadi lebih dari yang pertama sampai yang akhir, dan kemudian menciptakan sebuah kreasi dari tirang belah berupa koran dan sedotan. Kegiatan ini bertujuan agar saling membangun kekompakan dan komunikasi para anggota.



Gambar 2.4 Kegiatan Outbound
Sumber : Data Pribadi (2022)

BAB 3. MAGANG TEMATIK WIRAUUSAHA MERDEKA

3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang



Gambar 3.1 Diagram alir kegiatan magang
Sumber: Data Pribadi (2022)

3.2 Keadan Umum Industri Mitra

3.2.1 Profil Mitra

Unit usaha Roti dan Kue SIP pada awalnya adalah pengembangan dari Laboratorium Pengolahan Pangan untuk mendukung praktikum mata kuliah Teknologi Roti dan Kue. Pimpinan unit usaha Roti dan Kue SIP yang pertama adalah juga Kepala Laboratorium Pengolahan Pangan yaitu Ir. Rindiani, MP. Kemudian Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Negeri Jember Nomor 1453/NT/KP/SK/2003 tanggal 28 Mei 2003 tentang pembastikan unit usaha jasa industri dan aneka pangan, dengan maksud mengembangkan produktivitas Usaha Jasa Industri Aneka Pangan peris manajemen dan pengelolaan yang profesional dan mampu bersaing baik secara kualitas dan kuantitas, maka dibentuk Unit Usaha Jasa Industri dan Aneka Pangan dengan tugas:

1. Memproduksi, mengembangkan dan memasarkan produk roti dan produk aneka pangan.
2. Memberikan layanan informasi kepada civitas akademika dan masyarakat tentang produk roti dan produk aneka pangan.
3. Melayani kegiatan praktikan, PKL, dan Fasilitas serta kegiatan akademik lainnya.
4. Melalukan pertanggungjawaban pengelolaan unit kerja kepada Direktur.

Unit Usaha Jasa Industri dan Aneka Pangan dipimpin oleh Ir. Idrial sampai periode 2008. Periode tahun 2008 sampai dengan tanggal 18 Mei 2011 Unit Usaha Jasa Industri dan Aneka Pangan dipimpin oleh Ir. Rindiani, MP.

Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Negeri Jember nomor 5223/K14/KP/SK/2011 tanggal 18 Mei 2011, tentang Pembastikan UPT Aneka Pangan dan Produk Beku Politeknik Negeri Jember. UPT Aneka Pangan dan Produk Beku merupakan pengembangan dan perluasan dari Unit Jasa Industri dan Aneka Pangan serta UPT Pengolahan dan Pengemasan Produk. UPT Aneka Pangan dan Produk Beku mempunyai beberapa unit kegiatan, diantaranya unit usaha roti dan kue "SIP", jasa pembastikan, unit usaha bakso, dan unit pengolahan

efisiensi proses "SIP" UPT Aspek Pangan dan Produk Beku dipimpin oleh S-6 Ir. Abi Bakri, MBA periode 19 Mei 2011 sampai 21 Desember 2013.

Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Negeri Jember Nomor : 13313/PL17/KP/SK/2015 tanggal 21 Desember 2015 tentang Penggabungan UPT Aspek Pangan Dan Produk Beku dengan UPT Processing Dan Aspek Minuman menjadi UPT Makanan Dan Minuman, dalam rangka efisiensi, efektifitas dan implementasi pelaksanaan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 16 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Politeknik Negeri Jember. Sebagai Kepala UPT Makanan dan Minuman adalah Mochamad Fatoni Kurnianto, S.TP., MP., periode 21 Mei 2015 sampai dengan 15 Januari 2020.

Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Negeri Jember Nomor : 726/PL17/KP/SK/2020 tanggal 15 Januari 2020 tentang Pembentukan UPT Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan, sebagai langkah efisiensi, efektifitas dan implementasi pelaksanaan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI UPT Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan terdiri dari tiga (3) Tefa, yaitu Tefa Pengalangan Pangan dan Air Kemasan, Tefa Bakery and Coffee, Tefa Esote Kemuning dan Outlet. Sebagai Kepala UPT Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan adalah Mochamad Fatoni Kurnianto, S.TP., MP.

5.2.2 Tujuan Utama Mitra

Menilikikan sebuah perusahaan tentunya tak lepas dari sebuah tujuan baik dari tujuan jangka pendek maupun jangka Panjang. Ditilik dari segi ekonomi, sebuah perusahaan didirikan dengan maksud dan tujuan agar mendapatkan keuntungan (laba) semaksimal mungkin. Tujuan ini pun sudah tercatat secara resmi dalam Undang-Undang yang berlaku di Indonesia. Selain dipertuliskan dalam mencari keuntungan, tujuan lainnya didirikan ini berkaitan dengan dengan kehidupan sosial. Salah satunya adalah membuka lapangan pekerjaan. Pada dasarnya perusahaan bisa didirikan oleh perorangan, akan tetapi hakikatnya selalu membutuhkan tenaga pekerja.

Tujuan lainnya ialah berkolaborasi dengan kebutuhan pasar. Perusahaan berdiri pasti dengan kegiatan produksi, entah itu dalam bentuk barang atau jasa. Apapun yang diproduksi tentunya berguna dalam memenuhi kebutuhan pasar. Sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 6 yang berbunyi "Semua bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan atau milik badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain." Tentunya dengan diciptakan tujuan tersebut, maka seluruh karyawan harus ikut andil dan bekerja keras demi mencapainya.

Tujuan jangka pendek ialah tujuan yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan yang biasanya tidak kurang dalam waktu satu tahun, sehingga lebih efisien dalam melakukan aktifitas.

3.2.3 Struktur Organisasi MBO

Struktur organisasi di *Teaching Factory Bakery and Coffee UPA* Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember dibuat sebagai bentuk dalam mendeskripsikan uraian tugas. Hal ini dijelaskan apabila sebuah tugas dari masing-masing karyawan dapat dijelaskan secara rinci dan tentunya kondisi tersebut mampu untuk membantu karyawan.



Gambar 2.1 Struktur Keorganisasian Perusahaan
 Swasta Struktur Organisasi, *Bakery Factory Bakery and Coffee UPTA, Pengolahan dan Pengeemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember*

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. KA. UPTA/UPA

ialah pimpinan yang bertugas atau memegang seluruh aset dan tanggung jawab di UPTA, Pengolahan dan Pengeemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember.

1. Manaja

Seorang yang berperan penting dalam urusan tanggung jawab mengerjakan semua usaha demi sebuah tujuan yang membantu organisasi dalam mencapai tujuannya.

Adapun tugas dan wewenang manajer antara lain:

- a. Melakukan sebuah perencanaan.
- b. Mengelola dan mengawasi segala kegiatan yang berlaku dalam manajemen.
- c. Menetapkan standar kualitas sebuah perusahaan.
- d. Mengadakan evaluasi dan selalu memberikan pengaruh baik kepada seluruh karyawan.
- e. Mengawasi segala kegiatan yang berkaitan halnya dengan aspek keuangan termasuk dalam membayarkan pajak.

2. Administrasi

Memperai peran dalam membuat rencana keuangan perusahaan, mengelola arus lairnya keuangan perusahaan, dan menyusun kebijakan anggaran keuangan.

4. Quality Control

Quality Control (QC) ialah seseorang yang bertugas dalam memantau dan menguji perkembangan semua produk yang dihasilkan oleh perusahaan. QC sendiri dibagi menjadi dua (2), yaitu QC RMPM (Quality Control Raw Material/Packaging Material) dan QC FG (Quality Control Final Goods). QC RMPM memiliki tanggung jawab penuh atas pengawasan mutu bahan baku maupun bahan pengemasan yang akan dipergunakan, sedangkan QC FG memiliki tugas dalam pengawasan mutu terhadap produk yang telah jadi dengan dilakukan pengujian secara berkala.

5. Produksi

Ditawah produksi mencakupi PPIC (Production Planning and Inventory Control).

3.2.4. Sumber Daya Manusia

Karyawan merupakan bagian dengan bertugas dalam menuntun kegiatan proses produksi agar berjalan sesuai dan target produksi tercapai. Pada saat ini UPA: Produksi dan Pengolahan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember mempunyai 19 orang karyawan termasuk pengaturannya. Berdasarkan jumlah tersebut sudah termasuk pekerja bagian produksi dan pekerja bagian pemasaran. Tingkat pendidikan teraga kerja / karyawan Teaching Factory Bakery and Coffee UPA: Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember dapat dilihat pada Tabel dibawah ini

Pendidikan Terakhir	Jumlah orang
Sarjana S2	5
Diploma III	2
SMK/MAK	11
SMP	1
Jumlah Total	19

Tabel 3.1 Tingkat Pendidikan Karyawan Tefa Bakery and Coffee Politeknik Negeri Jember
Sumber: Tefa Bakery and Coffee (2012)

3.3 Analisis Usaha Magang

3.3.1 Penentuan HPP Mitra Magang

HPP (Harga Pokok Penjualan) adalah harga beli (harga perolehan) dari barang yang hendak dijual. HPP mengacu pada biaya untuk memproduksi barang yang akan dijual secara langsung oleh perusahaan. Jumlah ini termasuk biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang langsung digunakan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Ketika telah membuat produk tersebut HPP pada Teaching Factory Bakery and Coffee Politeknik Negeri Jember dapat dilihat pada table dibawah ini:

PERHITUNGAN HPP ROTI MANIS

BAHAN	HARGA PER KG	KEBUTUHAN	HARGA
Tepung Cakra	Rp 12.000,00	10 Kg	Rp 120.000,00
Gula	Rp 14.000,00	220 gr	Rp 31.000,00
Ragi	Rp 102.000,00	150 gr	Rp 15.300,00
Bread Improver	Rp 60.000,00	50 gr	Rp 3.000,00
Susu Bubuk	Rp 50.000,00	100 gr	Rp 5.000,00

Margarin	Rp	25.000,00	1000 gr	Rp	25.000,00
BOS	Rp	40.000,00	300 gr	Rp	12.000,00
Garam	Rp	10.000,00	150 gr	Rp	1.500,00
UHT	Rp	16.000,00	2500 ml	Rp	40.000,00
Irisan	Rp	1.200,00	380 biji	Rp	454.000,00
Air			2500 ml		
Bahan Bakar				Rp	100.000,00
Kemasan	Rp	550,00	380 biji	Rp	57.000,00
Tenaga				Rp	50.000,00
			TOTAL	Rp	914.000,00
Jumlah Raci Yang Dihasilkan adalah 380 Biji				Rp	914.000,00
					380
				HPP	Rp 2.405,00

Tabel 3.2 HPP Mitra Magang Tifa Bakery and Coffee Politeknik Negeri Jember
Sumber: RpB Bakery and Coffee (2022)

3.3.2 Cash Flow Mitra Magang

Cash flow merupakan aliran arus kas yang dimana berisi tentang semua transaksi yang menyebabkan pemasukan atau pengeluaran terhadap perusahaan. Dalam bidang keuangan, istilah tersebut berfungsi untuk menggambarkan jumlah uang tunai yang dihasilkan dan dikonsumsi dalam periode waktu tertentu. Pemasukan yang lebih besar daripada pengeluaran akan menciptakan cash flow yang positif. Sebaliknya, cash flow akan menjadi negative apabila pengeluaran lebih besar daripada pemasukan.

3.3.3 Business Plan (Rencana Bisnis)

Perencanaan bisnis atau business plan merupakan suatu kegiatan penting yang harus dipertimbangkan oleh sebuah perusahaan sebelum melakukan atau memulai sebuah usaha. Dalam business plan, sebuah perusahaan perlu memiliki secara rinci tentang konsep bisnis, keuangan, atau pemasaran yang nanti kedepannya akan menjadi esensi apa.

Rencana bisnis yang dimiliki oleh Teaching Factory Bakery and Coffee UPJ, Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember ada 5 (lima) hal meliputi:

1. **Produk** : Penambahan jenis produk dan pengembangan produk yang ada supaya lebih berkualitas dalam program.
2. **Marketing** : Penambahan atau perubahan target pasar untuk mahasiswa dengan bekerja sama dengan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) yang ada di lingkungan Polje.
3. **Humas** : Peningkatan dokumentasi dan digital marketing di social media dan menambah jaringan di luar Polje dalam upaya kerja sama penjualan.

3.4 Implementasi Usaha Mengajar

Implementasi dalam dunia usaha maupun bisnis merupakan proses yang menempatkan rencana strategis ke dalam tindakan-tindakan yang tentunya bertujuan untuk memperkuat dunia bisnis yang dibangun. Secara sederhana, implementasi usaha merupakan teknik dimana suatu perusahaan atau organisasi mengembangkan, memanfaatkan, dan mengintegrasikan struktur organisasi, budaya, sumber daya orang dan system control untuk mengikat strategi agar bisa mencapai tujuan dari perusahaan tersebut diwujudkan.

Implementasi yang terjadi pada Teaching Factory Bakery and Coffee Politeknik Negeri Jember meliputi:

1. Pra-Produksi

Pra produksi disini menjelaskan hal-hal yang sebelumnya memulai produksi dilakukan kegiatan terlebih dahulu yaitu menyiapkan alat dan melakukan penimbangan bahan-bahan yang nantinya akan di produksi. Penimbangan bahan dilakukan harus secara teliti agar bahan yang nantinya dicampurkan tidak ada kekurangan.

2. Produksi

Proses produksi dimulai dengan pencampuran adonan (mixing), penimbangan dan penyaliran adonan, pembulatan adonan (rounding), pengisian dan penembukan adonan, pelatikan adonan didalam Loyang proofing, penunggangan, dan pendinginan.

3. Pengemasan

Roti yang telah selesai di panggang harus segera dikeluarkan dari oven dan didinginkan. Apabila roti yang dikemas dalam keadaan panas akan menyebabkan terjadinya nap air dan menempel pada kemasan plastik. Hal ini akan menyebabkan roti mudah terkena jamur dan menurunkan kualitas roti, saat mengemas harus menggunakan sarung tangan plastik dan kemasan harus rapat untuk menghindari dari kontaminasi dan bahaya dari luar.

4. Pemasaran

Pemasaran dilakukan dua cara yaitu, yang pertama dipasarkan secara online melalui nomor whatsapp yang akan dihubungi oleh konsumen jika nantinya akan memesan sejumlah roti yang diinginkan. Kedua, dipasarkan secara offline dengan cara menjualkan roti di dalam cafe Teaching Factory Bakery and Coffee Politeknik Negeri Lember dan juga melalui mobil atau food truck yang berjualan di sekitar area kampus.

BAB 4. INKUBASI BISNIS

4.1 Kegiatan Pendampingan

Pendampingan usaha adalah melibatkan para pendak yang telah dipertahakan. Materi-materi yang disampaikan dalam pendampingan berupa legalitas usaha atau perizinan terkait mendirikan sebuah usaha baik berupa produk maupun jasa. Selain diperlukannya perizinan dalam kegiatan pendampingan juga menjelaskan target pemasaran yang akan dituju. Kegiatan ini dilaksanakan selama 6 (enam) kali pertemuan sampai kegiatan gelar produk dientahkan. Para peserta akan dilatih dan dilatihangi Langkah demi Langkah yang harus dilakukan untuk menjalankan rencana awal demi mengokohkan usahanya.

4.2 Kegiatan Coaching Clinic

Kegiatan coaching diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan orang yang ahli atau berpengalaman untuk membantu orang yang ingin belajar dalam mengembangkan keterampilan dan keahliannya untuk meraih kesuksesan dalam dunia wirausaha.

Coaching dalam hal ini memberikan feedback dan berperan sebagai seorang dalam proses atau struktur tentang bagaimana seorang mengelola sebuah wirausaha sehingga mampu menghasilkan performa atau wirausaha yang lebih efektif. Selain memberikan feedback atau masukan para coaching juga bisa membantu menyelesaikan hambatan dalam wirausaha. Contohnya masalah atau hambatan yang dilidagati ialah rasa takut gagal ketika ingin memulai usaha. Pada prinsipnya, ketakutan dan keberanian merupakan sifat alamiah semua manusia. Semua orang pasti pernah merasa takut, khawatir bahkan ragu ketika hendak memulai sesuatu yang baru. Demikian juga ketika akan memulai sebuah usaha atau bisnis. Bayang-bayang kegagalan kerap menghantui semua calon wirausahawan.

Coach (Pelatih) memberikan cara atau masukan bendalarnya ketika merasa takut atau gagal dalam memulai usaha sebuah berpikir positif dan optimis. Dapatkan energi positif dan bacalah yang mendasar pola pikir kita sebagai wirausahawan yang sukses kedepannya.

BAB 5. BOOTCAMP

5.1 Penjelasan Umum

Bootcamp merupakan salah satu program Wirasaha merdeka yang diadakan selama 5 hari dimulai tanggal 21 November 2022 hingga tanggal 25 November 2022. Acara ini berupa pelatihan secara intensif oleh pemateri yang berpengalaman dibidangnya masing-masing. Adapun topics dari kegiatan bootcamp ini adalah sebagai berikut:

1. Melatih dalam pembuatan bisnis model
2. Melatih mahasiswa dalam merintis pendirian usaha
3. Menunjukkan life bisnis mahasiswa secara nyata sesuai dengan segmen pasar
4. Mendorong pengalaman pengurusan legalitas produk
5. Meningkatkan keahlian studi kelayakan pasar sesuai dengan *Value Proposition*

Kegiatan bootcamp dilaksanakan secara hibrid, yaitu secara tatap muka (*liveing*) dan tidak langsung (*online*). Mahasiswa yang hadir secara *online* berada di tempat masing-masing. Mahasiswa yang datang secara *liveing* bertempat di 4 kabupaten, yaitu Sumber, Pasuruan, Lumajang, Situbondo. Kegiatan ini dibuka pukul 08.00, tetapi audien dipersilahkan untuk mengisi *pre test* dan *absen* terlebih dahulu sebelum menerima materi dari narasumber. Dalam satu hari terdapat dua pemateri, yaitu materi pertama dimulai pukul 08.00 hingga pukul 10.00, lalu dilanjutkan oleh pemateri kedua hingga pukul 12.00.

KELOMPOK/DAERAH	WAKTU	TOPIC	PEMATERI
SALA, 21 November 2022	08.00 - 09.00	Startup Funding	Elia Nurisabti
	09.00 - 10.00	Design Thinking	Yusuf Wahidugraya
SALA, 22 November 2022	08.00 - 09.00	Business Model Canvas	Ayu Nurul Fajriyah
	09.00 - 10.00	Pemasaran Digital	Ayu Nurul Fajriyah
SALA, 23 November 2022	08.00 - 09.00	Think like CEO Mahasiswa	Isyana Laksha
	09.00 - 10.00	Legalitas Usaha	Elia Nurisabti
SALA, 24 November 2022	08.00 - 09.00	Brand Management	Nidhiya Laksha
	09.00 - 10.00	Marketing & Promosi	Elia Nurisabti
SALA, 25 November 2022	08.00 - 09.00	Studi Mula Bisnis	Yusuf Wahidugraya
	09.00 - 10.00	Strategi Marketing	Yusuf Wahidugraya

Tabel 5.1 Runderun Kegiatan Bootcamp

Sumber : Tim Panitia WMR Polip (2022)

5.1 Materi Bootcamp

5.1.1 Simply Branding

Pemaparan materi tentang Simply Branding di kemahdikan oleh Eko Nurahya pada hari pertama Bootcamp, yaitu hari Senin tanggal 21 November 2022. Materi ini menjelaskan pengertian mengenai brand secara sederhana. Menurut penjelasan dari pak Eko, brand bukanlah suatu logo atau merek, melainkan brand adalah nama plus makna. Dengan adanya brand pada suatu produk maka dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing, baik dari nama ataupun kualitas. Menurut penjelasan dari pak Eko, untuk membuat nama brand harus diperhatikan beberapa aspek, yaitu sebagai berikut :

1. Sesuai dengan target pasar

Konsumen secara keseluruhan memiliki kebutuhan masing-masing, sehingga untuk mengikat konsumen ditentukan terlebih dahulu konsumen mana yang akan dituju, yaitu dengan melakukan *targeting market* agar produk terjual kepada konsumen potensial atau konsumen yang benar-benar membutuhkan produk tersebut. Begitu pula untuk menentukan nama brand perlu ditentukan siapa target market yang dituju, agar konsumen potensial bisa paham mengenai kualitas produk tersebut hanya dengan mendengar atau melihat nama brand tersebut.

2. Unik (tidak menarik atau belum ada sebelumnya)

Produk-produk yang memiliki brand, khususnya produk pesaing memiliki nama brand yang bermacam-macam, jadi penggunaan nama yang unik dapat membuat brand mudah diingat dan dapat dengan mudah dibedakan dengan produk pesaing.

3. Mudah Diingat dan diucapkan

Banyaknya nama brand dapat membuat konsumen bingung untuk mengingatnya, maka dalam menentukan nama brand disarankan memiliki nama yang mudah diingat dan mudah diucapkan. Untuk mengesek nama brand mudah diucapkan dengan cara mengucapkan nama brand sebanyak 10 kali

dengan cepat, apabila pengucapan larai suatu nama tersebut termasuk dalam kategori mudah dicap.

4) Hindari singkatan Konsonan

Bentuk nama brand berupa singkatan dapat mempermudah konsumen untuk membelikan suatu produk dengan produk lainnya, akan tetapi dengan nama brand singkatan dapat juga membuat konsumen bingung untuk mengingat, yaitu karena hanya menggunakan huruf konsonan, karena huruf konsonan tidak bisa dibaca menjadi suatu kata.

5) Hindari Angka

Untuk mempermudah nama brand diingat oleh konsumen salah satunya adalah tidak menggunakan nama brand dengan angka, karena penggunaan angka pada brand dapat membingungkan konsumen karena tidak bisa dibaca dan penggunaan angka sudah terlalu banyak digunakan di brand lain.

6) Terasosiasi oleh diferensiasi

Produk akan diminta oleh konsumen apabila produk tersebut memiliki diferensiasi atau perbedaan dari produk yang lain, maka brand harus dapat mendeskripsikan diferensiasi tersebut dengan cara memvisualkan nama brand dengan diferensiasi produk.

7) Kata kunci produk unggulan

Suatu brand pasti memiliki beberapa produk yang serupa, untuk menguatkan brand tersebut, yaitu dengan cara menggunakan atau memahamkan nama brand dengan salah satu produk unggulannya.

5.2.3 Design Thinking

Pengajaran materi tentang *Design Thinking* disampaikan oleh bapak Dony A. Wahyu di jam ke dua pada hari Senin tanggal 21 November 2022. Bapak Dony A. Wahyu merupakan owner dari Bedug kopi Jember, beliau telah menjadi owner dari brand tersebut sejak tahun 2016. Selama 5 tahun ini, brand yang dibentuk oleh pak Dony telah membawa beberapa prestasi, yaitu menjadi peserta uji cita rasa terbaik vol IV pada tahun 2018, menjadi 10 top kuliner di Jember pada tahun 2019, menjadi finalis apresiasi kreasi Indonesia pada tahun 2021. Dengan pengalamannya ini beliau membagikan ilmunya pada acara Bootcamp mengenai *Design Thinking*

Design Thinking merupakan suatu metode untuk menyelesaikan masalah dengan pendekatan yang berpusat pada pengguna. Dalam dunia wiraswasta, *design thinking* memiliki beberapa manfaat, diantaranya sebagai berikut:

- Mengurangi risiko sebelum melaksanakan ide
- Mempercepat proses pembelajaran
- Menghasilkan solusi yang inovatif, bebas hambatan

Untuk menyelesaikan masalah dengan menggunakan metode *design thinking* dengan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

- Empati
 - Mengerti apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh target market agar dapat menciptakan produk benar-benar dibutuhkan oleh banyak orang
- Definisikan
 - Mendefinisikan apa yang menjadi masalah utama dari hasil empati
- Ideasi
 - Menggali ide-ide produk: Fokus pada solusi yang dirasa menjawab masalah. Solusi dikelompokkan menjadi layak (*feasible*), dimungkinkan (*desirable*), berkelanjutan (*viable*)
- Prototipe
 - Membuat contoh produk untuk dites dan kemudian dievaluasi apakah masih ada yang kurang atau berlebihan
- Uji
 - Mengenalikan hasil ide atau produk kepada masyarakat konsumen

5.2.3 Business Model Canvas (BMC)

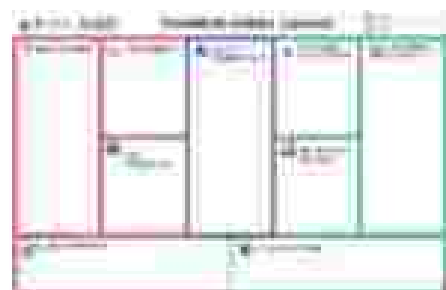
Pemahaman materi *business model canvas* (BMC) dipaparkan oleh pak Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CFC yang merupakan *founder* dari *Praxia Academy*. Materi *business model canvas* (BMC) dipaparkan pada jam pertama 08.00 hari Selasa tanggal 23 November 2022.

Bizness Model Canvas (BMC) adalah alat manajemen strategi untuk mendefinisikan serta mengkomunikasikan ide atau konsep bisnis dengan cepat dan mudah. BMC berbentuk dokumen satu halaman yang bekerja melalui elemen fundamental bisnis atau produk, serta memaparkan ide dengan cara yang koheren. BMC ini hanya berfokus pada pelanggan (eksternal), sedangkan canvas sisi kiri berfokus pada bisnis (internal). Baik faktor eksternal dan internal berorientasi di sekitar Value Proposition, yang merupakan pertukaran nilai antara bisnis dan konsumen.

Untuk memulai suatu bisnis, BMC dapat menjadi strategi awal untuk mendeskripsikan suatu produk dengan mudah. Berikut manfaat dari penggunaan BMC untuk suatu bisnis:

- Untuk menggambarkan dengan cepat tentang apa yang dibutuhkan oleh suatu ide.
- Memungkinkan owner untuk memahami proses yang diperlukan untuk membuat keterhubungan antara masalah dengan solusi, sehingga membuatnya menjadi suatu bisnis.
- Memperlihatkan seperti apa pengaruh keputusan pelanggan terhadap sistem bisnis.
- Memungkinkan setiap orang untuk mendapatkan ide yang jelas tentang gambaran bisnis.

Untuk membuat BMC dengan baik dan benar, terdapat 9 bagian yang diilustrasikan ke dalam dokumen berbentuk kotak-kotak:



Gambar 1.1. Diagram BMC

Sumber: Fuzco MPX Page (2012)

1. Value Proposition

Value Proposition adalah janji untuk segala bisnis/ produk. Value Proposition merupakan konsep dasar dari pertukaran nilai antara bisnis dengan pelanggan/ klien. Umumnya, value ditukar oleh customer dengan uang ketika masalah mereka diatasi/diolah oleh solusi bisnis/ produk yang ditawarkan. Pertanyaan yang perlu ditanyakan saat mendefinisikan bisnis/ produk adalah:

- Masalah apa yang bisnis saya pecahkan?
- Mengapa seseorang ingin masalah itu diselesaikan?
- Apa motivasi yang mendorong masalah ini?

2. Customer Segments

Customer Segments adalah praktik membagi basis pelanggan menjadi kelompok individu yang serupa dengan cara tertentu, seperti usia, jenis kelamin, minat, dan kebiasaan berbelanja. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan saat menentukan Customer Segments pada bisnis adalah sebagai berikut:

- Untuk siapa kita memecahkan masalah?
- Siapa orang yang akan menghargai Value Proposition saya?
- Apakah mereka bisnis lain?
- Jika ya, apa karakteristik dari bisnis tersebut?

3. Customer Relationships

Customer Relationships didefinisikan sebagai bagaimana bisnis berinteraksi dengan pelanggannya. Jadi, apakah bisnis bertemu langsung dengan konsumen? Atau lewat telepon? Apakah bisnis sebagian besar dijalankan secara online sehingga hubungannya juga akan online?

Beberapa contohnya adalah:

- Secara langsung
- Online
- Acara
- Telepon

4. Channels

Channels didefinisikan sebagai jalan yang digunakan pelanggan untuk berhubungan dengan bisnis dan menjadi bagian dari siklus penjualan. Channels utamanya tercakup dalam rencana pemasaran untuk bisnis. Pertanyaan bagus untuk ditanyakan saat mengidentifikasi channels untuk menjangkau pelanggan adalah:

- Bagaimana cara memberi tahu customer segment tentang value proposition dari bisnis kita?
- Dimana pelanggan kita?
- Apakah mereka ada di media sosial?
- Apakah mereka sedang mendengarkan mobil dan mendengarkan radio?

5. Key activities

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produksinya bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai. Poin ini diperlukan sebagai salah satu strategi bisnis terpenting yang harus Anda lakukan untuk membuat elemen *business model canvas* ini berfungsi.

6. Key Resources

Key artinya sumber daya yang dibutuhkan bisnis. Sumber daya ini adalah apa yang dibutuhkan secara praktis untuk melakukan tindakan aktivitas bisnis.

- Ruang kantor
- Komputer
- Hosting

7. Key Partners

Key Partners adalah daftar pemasok/pemasok pihak eksternal lain yang mungkin diperlukan untuk mencapai key activities bisnis dan memberikan value kepada pelanggan. Gambaran dari Key Partners yakni jika bisnis saya tidak dapat mencapai value proposition sendiri, siapa lagi yang perlu saya anjakkan untuk melakukannya? Contohnya adalah jika saya menjual bahan makanan kepada pelanggan, saya mungkin membutuhkan pembuat roti lokal untuk menyediakan roti

segar ke toko saya. Mereka adalah mitra kunci untuk mencapai nilai yang dihasilkan bisnis saya kepada pelanggan.

8. Cost Structures

Cost Structures didefinisikan sebagai biaya-mengantar internal bisnis.

- Berapa biaya untuk mencapai key activities bisnis saya?
- Berapa biaya key resources dan key partnerships saya?
- Berapa biaya untuk mencapai value proposition bagi pelanggan/pengguna saya?

9. Revenue Streams

Revenue Streams didefinisikan sebagai cara bisnis mengubah Value Proposition atau solusi untuk masalah pelanggan menjadi keuntungan finansial. Penting juga untuk memahami harga bisnis sesuai dengan pain of purchase customer sebagai alat untuk menyelesaikan masalah bagi pelanggan.

- Pay per product (pay per view)
- Biaya layanan
- Fixed rate
- Subscription

5.2.4 Pemahaman Karakter

Pemaparan materi pemahaman karakter disampaikan oleh pak Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CPC pada jam kedua dihari Selasa tanggal 22 November 2022. Karakter merupakan sifat, sifat-sifat batiniah, adhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain, watak. Terdapat 2 model untuk memahami karakter seseorang, yaitu model VAK model dan Doch model.

5.2.4.1 Model VAK

VAK merupakan suatu model untuk memahami karakter melalui 3 aspek, yaitu visual, auditory, dan kinesthetic. Untuk memahami karakter tersebut dalam aspek adalah sebagai berikut:

VISUAL	AUDIFORI	KINESTHETIC
<ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala dan dada agak menunduk • Jarang mengadakan kontak mata • Gerakan mata melihat atau memandang 27etika27 kurang • Nada suara rendah dan tempo lambat • Sering jeda 27etika27 berbicara • Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain • Suka sentuhan merasakan informasi • Cenderung menghubungkan dengan • Pengalaman mereka sendiri • Mudah terganggu emosi • Penampilan dengan paksaan yang nyaman di tubuh 	<ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala menoleh 27etika27 yang berbicara • Memandang jauh dan menghindari kontak mata • Gerakan mata melihat atau melihat 27etika27 atau sejajar dengan telaga • Nada suara berona • Selalu mengulang apa yang baru di dengar • Sikap tubuh lemah dan mengalah • Berdiri dekat dengan orang lain supaya dapat mendengar jelas • Cara berpikir kronologi • Gampang terganggu oleh kebetulan 	<ul style="list-style-type: none"> • Posisi kepala dan dada agak menunduk • Jarang mengadakan kontak mata • Gerakan mata melihat atau memandang 27etika27 kurang • Nada suara rendah dan tempo lambat • Sering jeda 27etika27 berbicara • Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain • Suka sentuhan merasakan informasi • Cenderung menghubungkan dengan pengalaman mereka sendiri • Penampilan dengan paksaan yang nyaman di tubuh

Tabel 5.3 Model VAK
Sumber: *Dasar Psikologi (2022)*

5.2.4.2 Model DISC

DISC adalah singkatan dari Dominant (Dominan), Influence (Berpengaruh), Steadiness (Stabil) dan Compliant (Patuh). Model DISC ini ditemukan oleh seorang psikolog Universitas Harvard yang bernama Dr. William Moulton Marston.

pada tahun 1920. Beliau mengembangkan teori bahwa seorang konsep pengembangan diri seseorang berdasarkan satu dari empat faktor: Dominance, Inducement, Steadiness, atau Compliance. Ia inilah yang membentuk teori DISC yang sampai saat ini banyak digunakan.

Dominan	Lenak	Spontan	Cepat
<ul style="list-style-type: none"> • Suka memimpin kelompok • Fast and furious • Tak terpeyahkan • Tegak berani bertindak • Tidak sabar dan galak • To the point • "Do My Way" 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimis-seni positif • Popular teman • Humana-mema • Ekspresif-hotel • Mengomong • Pelupa berati detail • Suka berkata tidak • Light coin • "Do The Fun Way" 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjaga performansi • Single • talking gampang stres • Sabar, slow, maka • Intimidasi • Kalau baru pergi tidur • Kalau marah • Ipendam • Demam • menyuruh-pingitan • "Do The Easy Way" 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalau beli barang lama • Pecinta detail-raka detail • Teliti, rapi, jernih • Apa saja dibungkus • Disiplin tinggi • Permisia banyak kharisma • "Do The Right Way"

Tabel 5.3 Model DISC
Sumber: *Disi Pratiwi (2012)*

- **Think Kualitas** : kepemimpinan adalah tentang niat dan perhatian
- **Capacity** : kapasitas untuk beraksi dan bekerja
- **Kompetensi** : bagaimana mempengaruhi orang-orang di daerah Anda

5.2.5 Like CEO (Leadership)

CEO adalah singkatan dari *chief executive officer*. Sementara, arti CEO yakni seseorang yang memiliki posisi tertinggi di perusahaan. CEO memiliki tugas utama termasuk di dalamnya membuat keputusan-keputusan besar terkait perusahaan, mengelola seluruh operasional dan sumber daya perusahaan, serta berperan sebagai pemeran utama dalam mengelola komunikasi antara divisi-divisi, operasional perusahaan, sekaligus menjadi wajah dari perusahaan. Sebagai seorang pemimpin, hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

5.2.6 Communication Skill

Materi *communication skill* dipaparkan oleh pak Eko Nur Yahya pada jam ke dua hari Rabu tanggal 23 November 2022. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut pak Eko "Kualitas hidup anda tergantung kualitas komunikasi anda", hal ini menunjukkan seberapa penting peran komunikasi terhadap kualitas hidup seseorang. Untuk meningkatkan skill komunikasi, pak Eko merumuskan ke dalam 7 aspek, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi atau bawa sadar

- Kepedulian dan pengulangan
- Anchoring
- Menyajikan sesuatu yang unik

2. Elemen komunikasi

- Kata-kata
 - Konten isi dan pembicara
- Intonasi
 - Naik turunnya nada Suara
 - Cepat pelannya Tempo Bicara
 - Power suara
 - Warna suara
- Fisiologi (ekspresi wajah)
 - gestur / bahasa tubuh
 - Ekspresi wajah

3. Pacing – leading

- Pacing merupakan semua usaha untuk membangun keakaman dengan tujuannya pacing adalah membangun kepercayaan lawan bicara.
- Setelah membangun keakaman verbal, hendaklah sampaikan pesan keinginan kita yang biasa kita sebut mengarahkan pembicaraan atau leading.

4. 3 tipe orang berdasarkan representasi panca indera

- Visual / Pengelihatan
- Auditory / Pendengaran
- Kinestetik / Perasaan

5. Penampilan

Berpengampilan menarik agar dipandang normal oleh lawan bicara

6. Himpit

Peka menangkap pesan dan ikut merasakan apa yang lawan bicara rasakan

agar ditamainya ke dunia mereka (Pacing)

7. Pertajuk bola mata

- Visual Construct (Vc) : Membangun Gambar-gambar
- Audio Construct (Ac) : Membangun Suara-suara
- Kinestetik : Membangun Suara-suara
- Visual Remember (Vr) : Mengingat Gambar-gambar
- Audio Remember (Ar) : Mengingat Suara-suara
- Audio Internal Dialog (Aid) : Berbicara dengan diri sendiri

Finance Management

5.2.7.1. Pengertian

Manajemen keuangan pada intinya adalah praktik pembuatan rencana bisnis untuk kemudian dipertika pelaksanaannya untuk setiap departemen. Dengan manajemen keuangan yang baik, perusahaan dimungkinkan memperoleh data untuk membuat vii, mengambil keputusan investasi dan memiliki wawasan untuk mengelola investasi, mengontrol likuiditas, profitabilitas, ka, dan sebagainya.

Tujuan manajemen keuangan

- Memaksimalkan keuntungan dengan memberi wawasan. Contohnya, wawasan terkait kenaikan biaya bahan baku yang dapat memicu kenaikan harga pokok penjualan.
- Melacak likuiditas dan arus kas untuk memastikan bahwa perusahaan punya cukup uang untuk membiayai kegiatan.

- Menzultikan permasalahan pribadi terhadap peraturan negara hingga industri.
- Mengembangkan skenario keuangan berdasarkan kondisi bisnis sekarang dan prediksi terkait berbagai hasil berdasarkan kemungkinan kondisi pasar di masa depan.

3.2.8 Marketing & Distribusi

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperluas dan mempermudah penyediaan barang dari produsen sampai ke tangan konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan. Manajemen distribusi adalah kegiatan yang pada kegiatan utama pendistribusian suatu produk, yang meliputi:

- **Pengemasan:** Menyediakan pengemasan yang memadai untuk suatu produk agar dapat diangkut dengan aman.
- **Manajemen Persediaan:** Mempertahankan tingkat persediaan yang baik sangat penting untuk distribusi. Manajemen ini antara lain adalah salah satu tanggung jawab utama untuk manajemen distribusi.
- **Pemrosesan Pesanan:** Setelah pesanan masuk dari pelanggan, manajemen distribusi perlu memencanainya pengiriman. Ini melibatkan pengumpulan stok, memuatnya dan mengangkutnya tepat waktu. Persetujuan harus dikirim dan pembuatan faktur dilakukakan agar langkah ini valid.
- **Logistik:** Moda transportasi penting dipertimbangkan untuk semua pesanan. Jika mereka membutuhkan pengiriman ke luar negeri, harus ada kesepakatan agar can disetujui dengan cepat. Pemuatan dan penanganan perlu dipertinakan sehingga semua peralatan yang dibutuhkan tersedia di lokasi.
- **Komunikasi:** Diperlukan komunikasi yang jelas baik di dalam maupun di luar lokasi di pusat distribusi. Ini untuk memastikan bahwa produk yang dikirim benar dan pelanggan tahu kapan mereka akan menerima barang mereka. Jika pengiriman tertunda, manajemen distribusi perlu segera memberi tahu semua pihak yang berkepentingan.

Distribusi melibatkan aktivitas sebagai berikut:

- Membeli barang dan jasa dari produsen atau pedagang yang lebih besar.

- Mengklasifikasi barang atau memilahnya sesuai dengan jenis, ukuran, dan kualitasnya
- Memperkenalkan barang atau jasa yang dipertagangkan kepada konsumen, misalnya dengan reklame atau iklan
- Sistem transportasi yang baik untuk membawa barang ke wilayah yang berbeda
- Sistem pelacakan yang baik sehingga barang sampai pada waktu dan jumlah yang tepat
- Pengemasan yang baik
- Melacak tempat-tempat di mana produk dapat ditempatkan sedemikian rupa sehingga ada peluang maksimum untuk orang dapat membelinya
- Sistem untuk mengambil kembali barang dari pasar

5.2.9 Sosial Media Optimal

Sosial media adalah platform digital yang memfasilitas penggunanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten. Sosial media marketing adalah proses marketing yang dilakukan lewat media sosial, seperti Facebook, Instagram, atau Twitter. Sebuah penelitian menyebutkan bahwa lebih dari 3,2 miliar orang di dunia menggunakan media sosial dewasa ini. Angka ini menjadi peluang bagi pebisnis untuk memasarkan produknya di media sosial. Berikut merupakan keuntungan yang didapatkan apabila memasarkan produk di sosial media :

1. Meningkatkan brand awareness

Sebuah produk akan semakin dikenal keberadaannya ketika ditunggal di media sosial secara terus-menerus. Ini karena perlahan-lahan masyarakat akan mulai menarik perhatian.

2. Mendapatkan feedback produk dan strategi pemasaran

Ini adalah tahap lanjutan dari efek sosial media marketing. Setelah dikenal keberadaannya, sebuah produk akan mulai jadi topik pembicaraan. Perhatian tersebut akan mempengaruhi terhadap keputusan pengguna internet, minimal (ke situ kemana).

5. Mempelajari kompetitor

Mempelajari kompetitor jadi lebih mudah dengan social media marketing karena dengan social media pebisnis dapat dengan mudah untuk mengetahui kompetitor

5.2.10 Menaklukan Market

- Kenali kebutuhan pasar
- Deskripsikan masalah
- Temukan ide bisnis
- Kembangkan ide bisnis
- Tingkatkan kualitas ide bisnis

BAB 6. KINTISAN USAHA

6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

Bread Memories merupakan sebuah ide bisnis dalam bidang makanan yang biasanya termasuk dalam makanan pengganti lahap akan tetapi sedikit berbeda dengan jenis roti manis pada umumnya. Dengan tambahan topping di atasnya berupa cream manis dan isian yang gurih tentunya yang menjadi pembeda dan unik dari roti umum yang biasanya menggunakan topping biasa. Usaha ini termasuk kedalam usaha home made yang kemudian dipasarkan melalui media sosial seperti Whatsapp maupun Instagram. Kita ini merupakan termasuk jenis kue modern sederhana yang cocok untuk dijadikan sebagai makanan pengganti lahap. Selain itu juga, roti ini mengandung kopi dan keju sehingga bisa menjadi pembangkit mood bagi para penikmatnya.

Bread Memories merupakan salah satu makanan Penderita Lapar yang menyerupai Roti O dan Roti Boy tetapi berbahan dasar yang berbeda yaitu roti tawar sebagai bahan dasar dengan berbagai varian rasa cream topping. Dengan inovasinya dan memulai dengan kompetitor yang sangat besar seperti Bread memories menggunakan pemasaran dengan kata yang terjangkau. Tentunya calon wirausaha muda perlu menggali dan mengembangkan makanan-makanan lain yang telah menawarkan peluang keberuntungan terlebih dahulu.

Oleh karena itu dengan pemasaran seperti kami berharap adanya peluang yang Terbuka sehingga kami berencana untuk merancang sebuah ide untuk memasarkan di kalangan mahasiswa yang tidak bisa makan makanan berat saat sarapan dan dengan varian rasa pada topping.

METODE	VARIABEL
Geografis	- Wilayah Kampus Jember - Kabupaten jember dan sekitarnya
Demografi	- Mahasiswa U - dosen dan karyawan

Psikografis	Memiliki masalah tidak bisa makan makanan berat saat sarapan
Behavies	1. Tidak bisa makan berat 2. Suka mengemil 3. Suka makan manis

Tabel 4.1 Signifikasi Pair Bond Memori
(Sumber: Dana Pratiwi (2012))

6.2 Metode Pelaksanaan

6.2.1 Proses Produksi

ALAT	BAHAN
Oven listrik	Tepung terigu protein sedang
Loyang Fudgy Bismarck	Coklat compound vegan
Kuas	Coklat bubuk Vanhoyden
Mixer	Margarin Palmia
Sandok	Minyak kelapa
Mangkuk kecil	Telur
Bowl kaca	Gula halus
Wadah aluminium	Jagung
Panci	Wortel
Pisau	Kopi bubuk
Talenan	Baking paper
Timbangan digital	Kertas karton die cut

Tabel 6.2
Alat dan
Bahan

bahan Vegan Fudgy Bismarck
(Sumber: Dana Pratiwi (2012))

Tahapan pembuatan Bread Memories:

1. Siapkan alat dan bahan
2. Mixung 2 butir telur dan gula halus secara bersama hingga mengembang (adonan basah)
3. Lelehkan coklat batang, margarin, dan minyak goreng di dalam wadah yang tahan akan panas
4. Siapkan tepung terigu dan coklat bubuk (adonan kering)
5. Mixung adonan basah dan adonan kering ke dalam satu wadah yang sama
6. Siapkan oven dengan suhu 200°C

7. Siapkan Loyang fudgy brownies yang telah dilapisi dengan baking paper dan diolesi margarin
8. Masukkan adonan ke dalam Loyang yang telah diberikan topping jagung manis dan wortel, kemudian panggang pada oven selama kurang lebih 20 menit
9. Setelah matang, dinginkan fudgy brownies pada suhu ruangan dan jangan terlalu lama agar brownies tidak cepat mengering

6.2.2 Proses Pengemasan

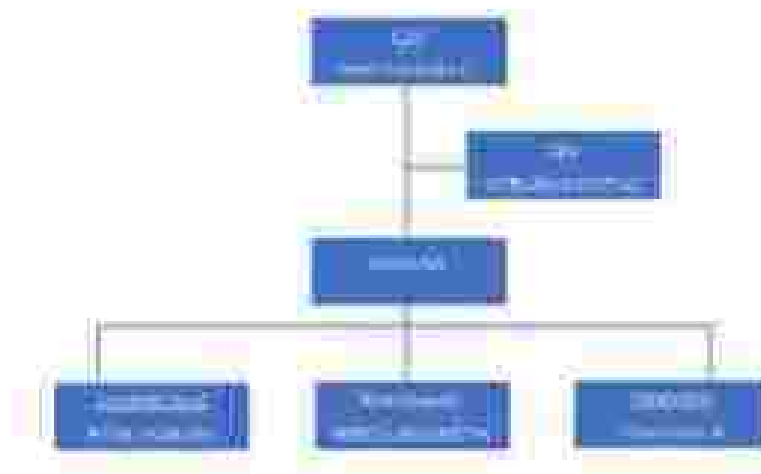
Pengemasan Bread Memories disajikan ketika roti masih hangat. Tujuan agar saat dikonsumsi oleh konsumen lebih nikmat dan lebih lezat. Dalam 1 kg adonan topping menghasilkan 20-25 Potong Bread Memories. Kemudian di manfaatkan ke dalam kemasan kertas yang menarik.

6.2.3 Proses Pemasaran

Pemasaran Bread Memories Menggunakan 2 cara Yang pertama seperti saat adanya pasar produk dalam kegiatan Wirausaha Merdeka dengan mendirikan stand yang memarkannya secara langsung pada saat konsumen datang mengunjungi stand dalam kegiatan tersebut. Cara yang kedua ialah memarkannya di sosial media layaknya usaha-usaha lainnya yang sedang populer saat ini. Sosial media yang digunakan ialah melalui Whatsapp dan juga Instagram.

6.1.4 Sumber Daya Manusia

Tugas karyawan dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan sebagai penunjang segala aktifitas yang berkaitan dengan kegiatan yang terdapat dalam usaha ini. Sweet Memories telah memilih 7 SDM



Gambar 6.1 Struktur Organisasi Vega Polya Simas
(Sumber: Data pribadi (2021))

CFO (Chief Financial Officer) ialah seorang pimpinan perusahaan yang dimana memiliki peran dan bertanggung jawab terhadap segala keseluruhan di bidang keuangan. Dengan kata lain, CFO bisa disebut juga sebagai direktur keuangan. Peran CFO mirip dengan bendahara keuangan atau pengontrol. Tugas CFO antara lain:

1. Melacak cash flow (arus kas) dan perencanaan keuangan
2. Menganalisa kekuatan dan kelemahan perusahaan
3. Mengajukan Tindakan kreditif

6.3 Hasil Yang Ingin Dicapai

6.3.1 Perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi)

HPP PER PRODUKSI				
NAMA	HARGA	SATUAN	PENGUNAAN	HARGA SPESIFIK
Tepung terigu	10.500,00	1 Kg	250 gr	2.625
Roti tawar	24.000,00	2 pack	32 slice	24.000
Telur	30.000,00	1 Kg	2 butir	4.000
Gula	15.000,00	1 Kg	250 gr	3.250
Blue Band Cake & Cookies	13.500,00	200 gr	200 gr	13.500
Blue Band Kuning	17.100,00	1/2 Kg	100 gr	3.420
Kayu	11.000,00	163 gr	100 gr	6.600
Kopi bubuk	5.000,00	10 sachet	1 sachet	500
Pasta mocca	5.400,00	1 botol	1 sendok	500
Bobok matcha	18.000,00	10 sachet	4 sachet	7.200
Air	500,00	1 cup	50 ml	200
Baking paper	1.300,00	1 pcs	1 pcs	1.300
Kemasan kertas	25.000,00	1 pack	8 pcs	1.600
Stiker label	6.000,00	25 pcs	6 pcs	1.440
Listrik	100.000,00	69,2 kWh	2 kWh	2.890
TOTAL	280.500,00		TOTAL	73.025

Tabel 6.3 HPP Bread Mueslin
Sumber: Data jribad (2022)

1 produksi = 16 biji

$$\text{Rp. } 4.364,06 \times 16 = \text{Rp. } 70.025,06$$

1 Kemasan = 1 biji

$$\text{Rp. } 4.364,06 \times 1 \text{ biji} = 4.364,06$$

HPP Per Kemasan Braid Memories Rp 4.364,06

6.3.2 Harga Produk

Harga Jual = HPP + Laba 10%

$$= \text{Rp } 4.364 + \text{Rp } 436$$

$$= \text{Rp } 5.000$$

$$= \text{Rp } 5.000 \text{ (Pembulatan Harga)}$$

BAB 7. PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Dalam kegiatan program MBKM (Magang Belajar Kampus Merdeka) Wirasaha Merdeka Politeknik Negeri Jember 2022, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Program MBKM Wirasaha Merdeka 2022 di Politeknik Negeri Jember memfasilitasi peserta dengan dilakukannya kegiatan EDC (Entrepreneur Development Class), Magang Tematik Wirasaha Merdeka, Bootcamp, Inkubasi bisnis, Coaching, hingga Business Matching dan Gelar Produk. Serangkaian kegiatan tersebut dapat memberi kompetensi dan mindset berwirausaha bagi peserta Wirasaha Merdeka.
2. Produk maha raihian merupakan hasil otoman ide secara berkelompok dalam bidang kuliner yang telah dilakukan diversifikasi pangan.
3. Peserta dibekali pengalaman dengan adanya Program Wirasaha Merdeka sehingga bisa memiliki jiwa entrepreneur untuk mengembangkan bisnis yang diminati.

7.2 Saran

Dalam kegiatan program MBKM (Magang Belajar Kampus Merdeka) Wirasaha Merdeka Politeknik Negeri Jember 2022, dapat diambil kesimpulan bahwasanya alangkah baiknya untuk Program Wirasaha Merdeka ini lebih baik di tahun berikutnya dalam menyampaikan segala rangkaian kegiatan dan informasi. Serta menambahkan tentang materi keuangan dalam materi EDC maupun bootcamp. Sehingga banyak dari calon peserta yang akan tertarik untuk mengikuti program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fawzi, Haqim, Grace Marissa, Ahmad Syarif Ikhsan, dan Hari Erlangga. 2022. *Strategi Pemasaran Konten: Teori dan Implementasi, Tangerang Selatan: Pustaka Books*.
- Irwani, Adella. *Statistik: Plan: Kue Caffle Pelangi*. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945
- Larasati, Enka. 2022. *Proses Produksi dan Pengendalian Manu Rasi Matic (Topping Alus) di Teaching Factory Bakery and Coffee UPT Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember*. Dalam Laporan Praktik Kerja Lapangan. Hlm 5-10
- Sari, Rara Purpita. 2022. *Proses Produksi Rasi Kacur di Teaching Factory Bakery and Coffee UPT Pengolahan dan Pengemasan Produk Pangan Politeknik Negeri Jember*. Dalam Laporan Praktik Kerja Lapangan. Hlm 40-44
- Sulastri, Lilia. 2016. *Studi Kelangkaan Sumber Untuk Wirausaha*. Creative Team LaGood's Publishing
<http://azulib.unsida.ac.id/31411/Study%20KKBW.pdf> [09 Desember 2021]
- Tun WMK Polija. 2021. *Pedoman Penulisan Laporan Akhir Kegiatan Wirausaha Merdeka*. Jember

LAMPIRAN

Lampiran 1. Catatan TEFA Bakery and Coffee

TEFA BAKERY AND COFFEE UPA PENGOLAHAN DAN PENGEMASAN PANGAS POLITEKNIK NEGERI JEMBER BUKU PENGELUARAN

TANGGAL	URAIAN	JUMLAH	JUMLAH TOTAL
01-09-2022	Beli bekal almamud, makanan, mie	Rp. 150.000,00	
	beli makanan kopi	Rp. 25.000,00	
	Edamame	Rp. 120.000,00	
	beli lem fox	Rp. 34.000,00	
	beli bag minor	Rp. 48.500,00	
	beli telur	Rp. 390.000,00	
	belanja daging	Rp. 300.000,00	
	order aluminium grg dp	Rp. 800.000,00	
	beli ikan	Rp. 174.000,00	Rp. 1.056.500,00
02-09-2022	bayar sala bakery ERICO	Rp. 152.000,00	
	coca cola	Rp. 500.000,00	
	beli daging dan bumbu	Rp. 335.000,00	
	beli collata, BOS	Rp. 530.000,00	
	beli mika, cup, tempur	Rp. 120.700,00	
	beli ikan	Rp. 250.000,00	
	bayar Harti fiber cream	Rp. 1.021.000,00	
	pelaksanaan almamud	Rp. 400.000,00	
	beli susu segar	Rp. 50.000,00	
	Vitamin	Rp. 82.000,00	
	almamud jemur mie	Rp. 170.000,00	
	beli lem stabilasi	Rp. 2.130.500,00	
	beli fiber cream	Rp. 90.000,00	
	pak mko belanja alat	Rp. 250.000,00	Rp. 1.405.200,00
05-09-2022	beli makan rujuk - bekal	Rp. 325.000,00	
	beli tempur	Rp. 170.000,00	
	beli kacang tanah	Rp. 270.000,00	
	bayar ASIDK dan galon	Rp. 150.000,00	
	beli susu UHT	Rp. 390.000,00	
	beli kelapa kuning	Rp. 32.000,00	
	beli telur	Rp. 405.000,00	

	beli gula	Rp	335.000,00	
	bayar gaji lembor	Rp	2.331.000,00	Rp 4.473.000,00
06/09/2022	bayar UHT instant	Rp	338.000,00	
	bayar softmakan	Rp	943.000,00	
	bayar coklat marcolade	Rp	831.000,00	
	bayar gula	Rp	1.600.000,00	
	beli ikan	Rp	18.000,00	
	beli pisang	Rp	310.000,00	
	b. gns, b. dms, lembor	Rp	30.000,00	
	Parker	Rp	10.000,00	
	burger beef	Rp	171.000,00	
	stom sapi	Rp	340.000,00	
	Teras	Rp	125.000,00	
	isian puffin	Rp	175.000,00	
	beli korek kayu	Rp	198.700,00	
	beli k. m, mjen, m. gerasi	Rp	2.550.000,00	
	welap kancing rumah	Rp	60.000,00	Rp 7.008.000,00
07/09/2022	beli telur	Rp	375.000,00	
	bayar komoran manggis	Rp	900.000,00	
	beli kacang almond	Rp	90.000,00	Rp 1.305.000,00
08/09/2022	beli ikan	Rp	200.000,00	
	beli kacang	Rp	15.000,00	
	beli b. dms + lembor	Rp	30.000,00	
	beli selar	Rp	1.834.000,00	
	Pencil	Rp	42.000,00	
	beli garam	Rp	104.000,00	Rp 2.025.000,00
09/09/2022	bayar upah kigrafi	Rp	140.000,00	
	bayar BOS	Rp	582.000,00	
	bayar belat kayu	Rp	2.743.000,00	
	bayar telur	Rp	870.000,00	Rp 4.355.000,00
13/09/2022	bayar pisang	Rp	6.890.000,00	
	beli gula	Rp	39.000,00	
	b. dms + Lembor	Rp	30.000,00	
	bayar AMDK	Rp	120.000,00	
	beli kopi robusta	Rp	240.000,00	
	beli kacang almond	Rp	180.000,00	Rp 7.609.000,00
14/09/2022	beli ikan - Nelayan	Rp	410.000,00	
	tu. selang galon clem	Rp	111.000,00	
	bayar BOS	Rp	1.163.000,00	Rp 1.573.000,00
15/09/2022	bayar coklat	Rp	874.000,00	
	beli amanda, mayonais	Rp	1.238.000,00	

	plastik umum	Rp	144.000,00	
	beli broek	Rp	34.000,00	
	beli kaos	Rp	30.000,00	
	kamob. kamarang	Rp	31.500,00	
	beli telur	Rp	357.000,00	
	Yupi	Rp	48.000,00	
	b-dan - cabe	Rp	30.000,00	
	parkir - bensin	Rp	35.000,00	Rp. 1.011.000,00
18-09/2022	bayar ongkir paket kemasan	Rp	30.000,00	
	belanja bensin	Rp	11.700,00	
	beli mayon. ygnt kapsul tamb	Rp	280.000,00	Rp. 305.700,00
19-09/2022	beli obat	Rp	80.500,00	
	bayar an AJDEK	Rp	151.000,00	
	bayar kemasan (seminggu)	Rp	1.100.000,00	
	jamu/ry jai lab	Rp	25.000,00	
	belanja mb ma / kas	Rp	535.000,00	
	bayar BPJS Sep 22	Rp	300.000,00	Rp. 340.500,00
20-09/2022	beli burger-ryon	Rp	591.000,00	
	beli kacang cacing almond	Rp	273.000,00	
	bayar kopi STP	Rp	735.000,00	Rp. 1.317.000,00
21-09/2022	beli telur	Rp	340.000,00	
	beli b-dan - jambak	Rp	30.000,00	
	beli ice cream vanilla bean	Rp	100.000,00	
	gaji sep 2022	Rp	11.071.000,00	Rp. 11.415.500,00
22-09/2022	bayar kemasan kaus yohok	Rp	300.000,00	
	beli puding ice cream	Rp	105.000,00	
	beli cep cone diamond	Rp	40.000,00	Rp. 340.000,00
23-09/2022	beli panel	Rp	80.000,00	
	beli chep	Rp	247.000,00	
	beli kue selas	Rp	42.500,00	
	beli selca. susu UHT	Rp	492.000,00	
	beli weight data, gank	Rp	211.400,00	Rp. 271.400,00
24-09/2022	bayar syngang	Rp	7.000.000,00	
	Nestle	Rp	50.000,00	
	beli bel, b-dan, dll	Rp	347.500,00	
	bayar gula	Rp	200.000,00	Rp. 7.648.000,00
27-09/2022	beli AJDEK	Rp	75.000,00	
	bayar Ficku	Rp	1.100.000,00	
	bayar kas	Rp	1.482.000,00	Rp. 1.557.000,00

28/09/2022	beli mesin, bahan, jasa UHT, dll	Rp	2.141.000,00	
	botol plastik	Rp	138.000,00	
	isian pufan, label	Rp	200.000,00	
	Kerak	Rp	247.000,00	
	deging, dan bawang siang, dll	Rp	509.000,00	
	dan sosial	Rp	500.000,00	
	bayar periksa (politiklinik)	Rp	66.000,00	Rp 2.227.000,00
29/09/2022	bayar crumk softener	Rp	219.000,00	
	beli coklat, filler cream, benam	Rp	200.500,00	
	lisa cagy	Rp	20.000,00	Rp 239.500,00
30/09/2022	beli telur	Rp	305.000,00	
	bayar isiin milk	Rp	302.000,00	
	bayar lepasa bakery milk	Rp	272.000,00	Rp 777.000,00
	TOTAL	Rp	74.030.400,00	

TEFA BAKERY AND COFFEE
UPA PENGOLAHAN DAN PENGEMASAN PANGAN
POLITEKNIK NEGERI JEMBER
BUKU PEMASUKAN

TANGGAL	URAIAN	JUMLAH	JUMLAH TOTAL
01-09-2022	perjualan roti	Rp 662.000,00	
	perjualan sales juky	Rp 938.400,00	
	perjualan sales andi	Rp 348.000,00	
	perjualan sales rocy	Rp 705.600,00	Rp 2.734.000,00
02-09-2022	perjualan	Rp 1.811.000,00	
	perjualan sales edy	Rp 424.000,00	
	perjualan sales rizal	Rp 607.000,00	
	perjualan sales ruan	Rp 366.000,00	
	perjualan sales andhira	Rp 344.000,00	Rp 3.492.000,00
05-09-2022	perjualan	Rp 703.000,00	
	perjualan roti adira	Rp 250.000,00	
	perjualan sales andi	Rp 882.000,00	
	perjualan sales juki	Rp 311.200,00	
	perjualan sales sony	Rp 1.017.600,00	
	perjualan sales iman	Rp 171.200,00	
	perjualan / mbak cory	Rp 600.000,00	
	perjualan sales kopma	Rp 33.600,00	
	bu bar	Rp 509.500,00	Rp 4.771.500,00
06-09-2022	perjualan roti dan minuman	Rp 38.500,00	
	perjualan sales rizal	Rp 814.400,00	
	tr adia	Rp 60.000,00	
	perjualan roti	Rp 67.000,00	
	perjualan roti	Rp 340.000,00	Rp 1.179.900,00
07-09-2022	perjualan roti dan minuman	Rp 772.000,00	
	perjualan sales sony	Rp 500.000,00	
	pagham roti p beru	Rp 392.000,00	Rp 1.664.000,00
08-09-2022	perjualan roti dan minuman	Rp 719.500,00	
	perjualan sales andi	Rp 724.000,00	
	perjualan sales juki	Rp 482.000,00	
	perjualan sales rocy	Rp 387.000,00	
	kopma	Rp 1.000,00	
	pagham roti +	Rp 360.000,00	Rp 2.673.500,00
09-09-2022	perjualan roti dan minuman	Rp 1.393.000,00	
	perjualan sales rizal	Rp 753.400,00	
	kopma	Rp 1.180.000,00	

	tagihan b kasmas	Rp 3.214.000,00	
	Impor pabrikan	Rp 1.000.000,00	Rp 8.348.400,00
12-09-2022	penjualan roti	Rp 545.200,00	
	penjualan sales ritel	Rp 43.200,00	
	penjualan sales anj	Rp 745.800,00	
	penjualan sales ritel	Rp 182.800,00	
	penjualan sales juke	Rp 497.000,00	
	penjualan sales kopy	Rp 948.200,00	
	penjualan sales mobilis	Rp 178.000,00	Rp 3.698.300,00
13-09-2022	penjualan roti dan rotiham	Rp 918.000,00	
	penjualan sales ritel	Rp 690.000,00	Rp 1.608.000,00
14-09-2022	penjualan roti dan rotiham	Rp 328.000,00	
	b harymas	Rp 181.000,00	Rp 687.000,00
15-09-2022	penjualan roti dan rotiham	Rp 1.755.000,00	
	penjualan sales anj	Rp 117.800,00	
	penjualan sales juke	Rp 348.400,00	
	penjualan sales ritel	Rp 218.000,00	
	penjualan sales kopy	Rp 135.800,00	Rp 3.978.300,00
16-09-2022	penjualan roti dan rotiham	Rp 1.125.000,00	
	tagihan roti p wadi	Rp 500.000,00	
19-09-2022	penjualan roti dan rotiham	Rp 258.000,00	
	tagihan p matras	Rp 1.707.000,00	
	tagihan p hery	Rp 1.290.000,00	
	tagihan b hery	Rp 150.000,00	
	penjualan sales juke	Rp 509.000,00	
	penjualan sales anj	Rp 834.400,00	
	penjualan sales kopy	Rp 880.000,00	
	penjualan sales ritel	Rp 588.200,00	
	penjualan sales ritel	Rp 144.000,00	
	penjualan sales mobil	Rp 414.000,00	Rp 6.597.600,00
20-09-2022	penjualan roti dan rotiham	Rp 818.500,00	
	tagihan mb rti	Rp 117.000,00	
	tagihan hr har	Rp 320.000,00	
	tagihan mb ra	Rp 500.000,00	Rp 2.355.300,00
21-09-2022	penjualan roti	Rp 735.500,00	
	tagihan mbj +	Rp 275.000,00	
	tagihan mobilis	Rp 344.000,00	
	tagihan ritel	Rp 608.000,00	
	tagihan KPEJ	Rp 8.292.000,00	
	tagihan roti	Rp 310.000,00	Rp 1.404.300,00
22-09-2022	penjualan roti dan rotiham	Rp 433.000,00	

	tagihan rori	Rp 1.000.000,00	
	DP atom	Rp 500.000,00	
	sales awt	Rp 997.200,00	
	sales juki	Rp 454.400,00	
	tagihan kemas	Rp 110.000,00	
	tagihan rori kemas	Rp 441.000,00	Rp 4.005.600,00
23/09/2022	perbaikan rori dan mesin	Rp 302.000,00	
	sales rory	Rp 729.600,00	
	bu roro	Rp 245.000,00	Rp 1.286.600,00
26/09/2022	perbaikan rori dan mesin	Rp 369.200,00	
	perbaikan pesanan atom	Rp 273.000,00	
	tagihan rori kemas	Rp 270.000,00	
	peranan rory	Rp 469.000,00	
	perbaikan sales awt	Rp 330.000,00	
	perbaikan sales juki	Rp 336.000,00	
	perbaikan sales rori	Rp 184.000,00	Rp 3.240.600,00
27/09/2022	perbaikan rori	Rp 745.000,00	
	tagihan rori	Rp 671.000,00	
	rori	Rp 430.000,00	
	perbaikan mobil	Rp 379.200,00	Rp 3.240.000,00
28/09/2022	perbaikan rori	Rp 1.228.000,00	
	lany FIB	Rp 365.000,00	
	perbaikan mobil	Rp 670.400,00	Rp 3.041.400,00
29/09/2022	perbaikan rori dan mesin	Rp 944.500,00	
	perbaikan sales awt	Rp 309.000,00	
	perbaikan mobil	Rp 501.600,00	
	perbaikan sales rory	Rp 891.500,00	Rp 3.224.600,00
30/09/2022	perbaikan rori dan mesin	Rp 890.000,00	
	perbaikan mobil	Rp 731.600,00	
	tagihan rori rori	Rp 700.000,00	
	sales juki	Rp 330.500,00	Rp 3.672.100,00
	TOTAL		Rp 74.068.600,00

Lampiran 2. Kegiatan Kick Off



Lampiran 3: EDC



Lampiran 4. Magang Terstruktur



Lampiran 3: Bootcamp dan Gelar Produk



Lampiran 6: Inkubasi Bisnis



Lampiran 7. Closing Ceremony

