

**IMPLEMENTASI PROGRAM MAGANG EDUKATIF DALAM
PENINGKATAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DI
THAWRA COFFEE**

Rega Saputra ^{1*)}
Irmawati ²
Friska Efia Akwila ³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Correspondance author: regas1404@gmail.com *)

Abstrak

Program magang edukatif ini dilaksanakan di Thawra Coffee sebagai sarana pembelajaran praktis bagi mahasiswa dalam memahami operasional bisnis UMKM di sektor makanan dan minuman. Kegiatan magang mencakup observasi proses produksi, pelayanan pelanggan, manajemen keuangan sederhana, serta evaluasi strategi pemasaran. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan pengalaman langsung mahasiswa dan kondisi nyata usaha. Hasilnya menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas operasional dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan, keterampilan komunikasi, dan analisis bisnis. Temuan juga mengidentifikasi kendala yang dihadapi mitra, seperti keterbatasan promosi dan tenaga kerja. Oleh karena itu, inovasi strategi pemasaran digital dan efisiensi manajemen disarankan untuk pengembangan usaha. Program ini memberikan pengalaman belajar bermakna dan menjadi jembatan antara dunia akademik dan praktik kewirausahaan. Diharapkan kegiatan serupa dapat terus dilaksanakan sebagai upaya menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: Implementasi, magang, kewirausahaan, kedai kopi.

Pendahuluan

Dalam bahasa Inggris, kata "kewirausahaan" adalah padanan kata "kewirausahaan". Kata "entrepreneur" berasal dari kata Prancis "entrepeneur", yang berarti "melakukan". Itu berarti memulai bisnis dalam konteks bisnis. Sebaliknya, wirausahawan didefinisikan dalam kamus Merriam Webster sebagai orang yang mengorganisasi, mengelola, dan mengambil risiko untuk bisnis atau perusahaan. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menjadi inovatif dan kreatif, melihat peluang, dan selalu terbuka untuk ide baru dan perubahan. Kemampuan ini memungkinkan seseorang untuk terus mengembangkan bisnis mereka. (Jaharuddin et al., 2023).

Karena zaman terus berubah dan tantangan yang dihadapi setiap generasi, semakin banyak orang muda yang tertarik untuk memulai usaha sendiri. Berbagai lembaga telah meluncurkan program kewirausahaan, semakin banyak informasi tentang kewirausahaan dan semakin banyak peluang pelatihan dan pengembangan kewirausahaan. Akibatnya, generasi milenial semakin mengenal kewirausahaan dan beberapa bahkan sudah memulai bisnis mereka

sendiri. (Jaharuddin et al., 2019). Saat ini, generasi millennial dan generasi Z adalah kelompok muda yang paling berpotensi untuk menjadi pengusaha; karakteristik generasi Z digambarkan dengan 3C, yang berarti Kreatif, Terhubung, dan Berkolaborasi. Semakin jelas bahwa generasi milenials tidak akan tahan bertahun-tahun hanya menjadi pekerja. Menjamurnya inkubator, yang menangkap peluang, seharusnya mengikuti momentum ini. Untuk memaksimalkan potensi yang ada, banyak model pengembangan kewirausahaan diperlukan. (Jaharuddin dan Budi Asmita, 2018).

Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, laju pembangunan saat ini menuntut banyak peningkatan di segala bidang, termasuk ekonomi dan industri. Terakhir, kebutuhan masyarakat untuk tenaga kerja yang terampil dan terampil sangat kuat. (Anskaria Simfrosa Gohae, 2020). Mahasiswa harus memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi untuk memotivasi mereka untuk sukses menekuni bidang wirausaha setelah menyelesaikan kuliah. Meskipun tidak mungkin untuk mempelajarinya secara teoretis, kegiatan magang dapat membantu mereka berinteraksi dengan bisnis yang sudah berorientasi bisnis dan mempelajari manajemen profesional. Magang memberi siswa kesempatan untuk belajar dari pengalaman bekerja dengan mitra. Ini dapat menumbuhkan semangat kewirausahaan dan mempersiapkan mereka untuk menjadi wirausahawan baru. (Gita Ciptaan dan Husmaini). Magang kewirausahaan adalah langkah strategis untuk belajar tentang perusahaan. Belajar melalui magang dapat membantu Anda belajar mengikuti proses pekerjaan seperti yang dilakukan oleh ahli secara langsung. Melalui proses belajar seperti ini, pemangang tidak sadar memperoleh keterampilan, (Agita Risma Nurhikmawati et al., 2019).

Kopi telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia, seperti yang terlihat dari kebiasaan mereka yang hampir selalu minum kopi di ruang publik, bahkan ketika mereka tidak berada di sana. Karena Indonesia adalah salah satu penghasil kopi terbesar di dunia, kopi adalah subsektor perkebunan yang unggul yang memiliki potensi besar dan menjanjikan untuk dikembangkan. (Bobby Rachmat Saefudin et al., 2020). Akibatnya, banyak kedai kopi tersebar di hampir setiap sudut kota. (Winda Ayu Ardiyastuti, 2021). Bisnis kedai kopi adalah kelompok usaha kecil dan menengah yang saat ini berkembang pesat dan menarik perhatian pemerintah dan pemilik bisnis Indonesia. (Linda Adiningrum et al., 2022). Di era millennial ini, ada banyak kafe dan kedai kopi. Pengusaha warung kopi atau kedai kopi menggunakannya sebagai landasan untuk mengembangkan cara baru untuk mengelola serta menyajikan minuman kopi, warung kopi atau kedai kopi yang membuat variasi minuman kopi yang menjadi ciri khas dari kedai kopi itu sendiri. (Suci Amaliah, 2022).

Program magang yang dilaksanakan di Thawra Coffee yang didirikan pada tahun 2023 oleh saudara Fajri dan Risma yang berlokasi di Jl. KH.Achmad Dahlan No.77, Cirende, Ciputat, Tangerang Selatan, bertujuan untuk berperan dalam operasional bisnis, melakukan observasi dan evaluasi pemasaran, membantu pengelolaan keuangan sederhana, menyusun inovasi atau ide perbaikan bisnis.

Jenis penelitian yang berbeda digunakan oleh peneliti untuk memecahkan masalah penelitian. (Mutia Sari et al., 2022). Penelitian dalam jurnal ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sedangkan, Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menghasilkan gambaran yang mendalam dan kompleks, melaporkan perspektif terinci dari sumber informan, dan melakukannya dalam lingkungan alami. (Muhammad Rijal Fadli, 2021).

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan magang ini dilakukan pada tanggal 23 Mei 2025 yang dimulai pada pukul 18:00 - 00:00 WIB di kedai kopi Thawra Coffee yang terletak di Jl. KH.Achmad Dahlan No.77, Cirende, Ciputat, Tangerang Selatan. Kegiatan magang edukatif ini dimulai dengan observasi dan identifikasi kebutuhan mitra Thawra Coffee. Mahasiswa melihat sistem kerja, alur

pelayanan, dan struktur organisasi internal perusahaan secara langsung untuk menemukan area yang dapat didukung untuk meningkatkan kompetensi SDM.

Diharapkan bahwa target output magang ini akan melibatkan mahasiswa secara langsung dalam operasional bisnis Thawra Coffee dan menganalisis proses produksi dan pelayanan pelanggan. Mereka juga akan melihat seberapa efisien proses kerja dan memberikan masukan yang relevan untuk perbaikan sistem operasional. Pemasaran berarti siswa melihat strategi pemasaran mitra—baik melalui media sosial, iklan online, maupun offline—dan menganalisis seberapa efektif mereka berdasarkan data dan respons pasar.

Selain itu, mahasiswa belajar mengelola keuangan dasar. Mahasiswa ditargetkan dapat membuat ide atau inovasi kecil yang bermanfaat sebagai kontribusi strategis. Ini dapat mencakup ide untuk strategi pemasaran baru, pengembangan produk tambahan, atau meningkatkan layanan pelanggan. Setiap target dimaksudkan untuk mendorong pertumbuhan bisnis mitra dan memberikan pengalaman belajar yang menyeluruh bagi siswa.

Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan

Deskripsi Tugas dan Pengalaman Selama Magang

Kami berharap untuk berpartisipasi secara aktif dalam operasi bisnis Thawra Coffee selama program magang kami, terutama dalam proses pelayanan pelanggan dan produksi. Kami langsung terlibat dalam kegiatan harian, termasuk membantu barista meracik kopi, teh, dan minuman non-kopi lainnya, serta menyiapkan sirup, susu, dan topping. Selain itu, kami bertanggung jawab untuk menjaga area kerja tetap bersih sesuai dengan peraturan kebersihan yang ditetapkan oleh manajemen.



Gambar 1
Kegiatan Harian di Cafe



Gambar 2
Terlibat dalam Kegiatan Membuat Minuman dan Makanan

Di sisi pelayanan pelanggan, kami melayani pemesanan baik secara langsung di kasir maupun di meja makan, memastikan bahwa pesanan dicatat dengan benar dan pelanggan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Kami juga bertugas memberikan rekomendasi menu kepada pelanggan serta menangani keluhan dengan sikap profesional. Pengalaman ini meningkatkan pemahaman kami tentang betapa pentingnya komunikasi yang baik, kecepatan pelayanan, dan



Gambar 3
Melayani Pemesanan

Membantu Pengelolaan Keuangan Sederhana

Kami membuat pencatatan manual atas setiap pemasukan, seperti penjualan minuman dan makanan, yang terjadi. Setiap transaksi dicatat secara rinci agar semua pendapatan dapat terpantau dengan jelas dan akurat. Selain itu, kami juga mencatat semua pengeluaran, seperti pembelian bahan baku, gas, air, dan perlengkapan operasional lainnya. Pencatatan ini sangat penting untuk menghitung keuntungan harian secara nyata serta membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan yang lebih tepat terkait pengelolaan keuangan.

Evaluasi Strategi Pemasaran dan Operasional Bisnis Alumni.

Setiap bisnis harus mengembangkan strategi yang inovatif dan terobosan untuk mempertahankan peningkatan pendapatan mereka baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Ini terutama benar di era modern yang semakin maju ini. (Sofyan Tubagus dan Nabil Helmi Tahir, 2021). Perencanaan yang matang diperlukan saat memulai usaha untuk mengurangi risiko dan tantangan yang akan datang. Ketika berurusan dengan bisnis, salah satu hal yang harus dipertimbangkan adalah ketidakpastian masa depan, menurut (Rochmat Aldy 2017; Said Zainurossalamia dan Agung Wibowo, 2023). Kami menemukan bahwa strategi pemasaran dan operasional bisnis alumni Thawra Coffee masih sangat terbatas ketika kami memeriksanya. Komunikasi pemasaran adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik tentang keberadaan produk yang dijual. Tujuan komunikasi pemasaran adalah untuk membuat pelanggan mengenal kegunaan, keuntungan, dan nilai lebih dari produk tersebut. Dalam sebuah perusahaan, kegiatan penyebaran informasi kepada publik adalah bagian dari komunikasi pemasaran. (Radja Erland Hamzah et al., 2020). Sedangkan, operasional bisnis yaitu semua aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjalankan proses bisnis, menghasilkan barang atau layanan, dan mencapai tujuan strategis disebut sebagai operasional bisnis. Dijelaskan bahwa manajemen operasional sangat penting bagi suatu perusahaan karena fokus utamanya adalah mengelola semua sumber daya yang ada. (Andhea Pramesti et al., 2023).

Instagram adalah satu-satunya platform media sosial di mana promosi dilakukan, dan jangkauannya masih terbatas pada lingkaran pertemanan atau rekan sekolah. Meskipun platform ini menarik untuk target pasar anak muda, keterbatasan kanal dan strategi promosi membuatnya sulit untuk menjangkau bisnis.

Pemilik sendiri menjalankan bisnis ini sendiri tanpa bantuan karyawan. Hal ini tidak hanya menurunkan biaya operasional, tetapi juga menantang untuk memastikan layanan dan kapasitas produksi tetap berjalan, terutama ketika jumlah pelanggan meningkat. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas dan struktur kerja yang tidak terstruktur dapat memengaruhi kualitas layanan dan efisiensi waktu, terutama jika pemilik harus menangani banyak hal sekaligus, seperti membuat produk, melayani pelanggan, dan mengelola keuangan.

Pemilik sendiri menjalankan bisnis ini sendiri tanpa bantuan karyawan. Hal ini tidak hanya menurunkan biaya operasional, tetapi juga menantang untuk memastikan layanan dan kapasitas produksi tetap berjalan, terutama ketika jumlah pelanggan meningkat. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas dan struktur kerja yang tidak terstruktur dapat memengaruhi kualitas layanan dan efisiensi waktu, terutama jika pemilik harus menangani banyak hal sekaligus, seperti membuat produk, melayani pelanggan, dan mengelola keuangan.

Saran dan Inovasi yang Diusulkan Untuk Meningkatkan Bisnis Alumni.

Hasilnya, kami menyarankan perbaikan yang dapat dilakukan oleh alumni pemilik usaha. Dalam hal pemasaran, perusahaan harus mulai memasukkan kanal iklan mereka ke platform media sosial lain seperti TikTok atau Facebook. Pemilik bisnis dapat mempertimbangkan untuk menggunakan bantuan paruh waktu saat jam sibuk atau akhir pekan untuk operasional, meskipun mereka belum mempekerjakan karyawan tetap. Bisnis alumni ini memiliki peluang untuk berkembang dan bersaing lebih baik di industri F&B yang sangat kompetitif dengan meningkatkan strategi pemasaran dan pengelolaan operasional.

Refleksi Pembelajaran yang Didapatkan

Selama masa magang kami di Thawra Coffee, kami memperoleh banyak pengetahuan selain keterampilan teknis. Kami juga memperoleh sikap profesional dan pemahaman tentang dunia kerja nyata. Melalui keterlibatan langsung dalam proses produksi dan pelayanan pelanggan, kami belajar tentang pentingnya ketelitian, kecepatan, dan komunikasi yang efektif dalam menjalankan operasional harian. Setiap interaksi dengan pelanggan memberikan pelajaran berharga tentang bagaimana membuat pelanggan puas dan setia melalui pelayanan yang ramah dan responsif.

Selain itu, kami memiliki pengalaman dalam melakukan analisis sederhana terhadap strategi bisnis dan efisiensi kerja. Ini menunjukkan bahwa untuk tetap bersaing, setiap usaha, terlepas dari skalanya, memerlukan perencanaan, evaluasi, dan inovasi yang berkelanjutan. Dari evaluasi pemasaran dan operasional, kami menyadari bahwa batasan dalam strategi promosi dan sumber daya manusia dapat menjadi hambatan. Namun, kreativitas, kerja sama, dan pemanfaatan teknologi yang optimal dapat mengatasi hal ini.

Secara keseluruhan, magang ini memberi kami pemahaman yang lebih baik tentang kesulitan dan peluang dalam mengelola bisnis makanan dan minuman. Kami menyadari bahwa tidak hanya produk yang ditawarkan yang menentukan keberhasilan bisnis; pengelolaan operasional, pelayanan, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar juga merupakan faktor penting. Untuk mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja dan membangun usaha sendiri di masa depan, pengetahuan ini menjadi bekal penting.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Mahasiswa yang mengikuti program magang edukatif Thawra Coffee telah memiliki kesempatan yang berharga untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia mereka, terutama dalam hal operasional, pelayanan, dan manajemen bisnis kecil. Dengan berpartisipasi secara langsung dalam aktivitas bisnis sehari-hari, mahasiswa tidak hanya memperoleh keterampilan teknis tetapi juga memperoleh pemahaman tentang bagaimana komunikasi, efisiensi kerja, dan inovasi adalah komponen penting dalam menjalankan bisnis. Selain itu, kegiatan ini memberikan perspektif baru tentang masalah nyata dalam pengelolaan bisnis seperti strategi pemasaran yang tidak efektif dan kekurangan sumber daya manusia.

Hasil observasi dan evaluasi menunjukkan bahwa Thawra Coffee memiliki potensi besar untuk berkembang, tetapi ada beberapa tantangan yang menghalanginya. Meskipun strategi promosi masih terbatas pada satu platform media sosial, pemilik tetap bertanggung jawab atas seluruh operasi, yang dapat berdampak pada kinerja dan kualitas layanan. Oleh karena itu, untuk meringankan beban pemilik dan meningkatkan kinerja bisnis, diperlukan peningkatan saluran pemasaran, pekerja paruh waktu, dan pembuatan struktur kerja sederhana.

Untuk memperluas pasarnya, Thawra Coffee harus memanfaatkan platform online seperti TikTok dan Facebook. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan mempekerjakan karyawan yang sibuk dan mengembangkan produk dan layanan baru. Selain itu, program magang pendidikan seperti ini harus dilanjutkan sebagai bentuk kerja sama antara dunia usaha dan dunia pendidikan untuk menghasilkan generasi muda yang rajin dan rajin.

Ucapan Terima Kasih

Kami sangat berterima kasih kepada Bapak Jaharuddin, dosen mata kuliah Aplikasi Kewirausahaan, yang telah memberikan kami tugas magang ini sebagai bagian dari proses pembelajaran. Bimbingan, arahan, dan inspirasi yang beliau berikan sangat membantu kami memahami konsep kewirausahaan dan menggunakannya secara langsung di lapangan.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Thawra Coffee, terutama kepada pemilik usaha, Saudara Fajri dan Saudari Risma, atas kesempatan dan sambutan hangat mereka selama magang. Pengalaman ini sangat bermanfaat bagi kami karena membantu kami memperoleh pemahaman dan keterampilan yang relevan di bidang wirausaha.

Akhir kata, kami berharap program ini dilanjutkan dan dikembangkan sebagai upaya nyata untuk menjembatani dunia usaha dan pendidikan sekaligus mendukung penguatan jiwa kewirausahaan generasi muda Indonesia.

Daftar Pustaka

- Jaharuddin., Priharta, A., Rusyami, L., Uno, I. C., Gani, N. A., Utama, R. E., Ayatullah. (2023). Kewirausahaan. Erlangga.
- Jaharuddin, J., Purnawan, I., Mujiastuti, R., Muthmainnah, R. N., & Prasetyawati, M. (2019). Strategi melahirkan mahasiswa pengusaha pemula (studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta). *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 24(13), 25-37.
- Jaharuddin, J., & Asmita, B. (2018). Pembekalan Generasi Muda Muslim Untuk Menjadi Wirausaha Dengan Pendekatan Inkubator Bisnis Islami di STIE BI Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Cemerlang: Pengabdian pada Masyarakat*, 1(1), 12-25.
- Gohae, A. S. (2020). Pengalaman magang, minat kerja dan pengaruhnya terhadap kesiapan kerja mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1954-1964.
- Di Peternakan, A. R. T., & RAS, D. Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Kegiatan Magang Kewirausahaan.
- Nurhikmawati, A. R., Yuhanna, W. L., Hariyani, D. S., Pujiati, P., Apriandi, D., & Sanjaya, M. N. R. (2019). Pengembangan Kewirausahaan bagi Mahasiswa Pembudidaya Jamur Tiram melalui Magang di CV Irvan Jamur Madiun. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 1(1), 6-12.
- Amaliah, S., Nusrang, M., & Aswi, A. (2022). Penerapan Metode Random Forest Untuk Klasifikasi Varian Minuman Kopi di Kedai Kopi Konijawa Bantaeng. *VARIANSI: Journal of Statistics and Its application on Teaching and Research*, 4(3), 121–127.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Abdullah, R. (2022). Explanatory survey dalam metode penelitian deskriptif kuantitatif. *Metode*, 1.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.

- Saefudin, B. R., Deanier, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian pembandingan preferensi konsumen pada dua kedai kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *AGROVITAL: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39-46.
- Adiningrum, L., Yunanda, F., Angelita, T., Mulyaningsih, S., & Puspa, T. (2022). Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 391-404.
- Ardiyastuti, W. A. (2021). Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Perempuan di Kedai Kopi Balakosa Food and Beverage (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Tubagus, S., & Tahir, N. H. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Minat Dan Kepuasan Minum Kopi (Studi Kasus Cafe Quba Kitchen Manado). *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 1(1), 21-29.
- ZA, S. Z., & Wibowo, A. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Mojo'O Coffee Di Gang Mawar, Sempaja Samarinda). *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 144-151.
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata* 57, 1(1), 50-59.
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan manajemen operasional di era digital dan perkembangan e-commerce. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 88-97.