

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Pekerjaan

Sebagai seorang praktikan, saya bekerja dalam bidang jasa usaha minuman. Posisi saya dalam pekerjaan ini adalah sebagai pemilik dan bagian keuangan. Pekerjaan saya melibatkan pengelolaan keseluruhan operasional dari warung kopi, melakukan pengambilan keputusan strategis dan melakukan perencanaan pengembangan dari warung kopi tersebut. Saya juga bertugas di bagian keuangan dimana saya bertanggungjawab mengelola keuangan warkop, mencatat transaksi yang terjadi.

Pekerjaan yang menjadi tanggungjawab saya berkaitan erat dengan bidang manajemen dan akunting dalam perusahaan. Misalnya, pekerjaan yang menjadi tugas saya membutuhkan kemampuan untuk mengelola persediaan dan inventaris. Manajemen persediaan adalah elemen kunci dalam operasional warkop. Sebagai pemilik dari warkop harus dapat memantau stock persediaan yang ada apakah masih mencukupi. Pemesanan ulang stock yang tepat waktu merupakan langkah yang krusial untuk menghindari kekurangan yang dapat mengganggu kelancaran operasional.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalankan tugas sehari-hari, saya mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang manajemen dari suatu usaha warung kopi. Sikap saya terhadap mencapai kerja profesi sangat proaktif dan selalu berusaha untuk beradaptasi dan selalu bermotivasi tinggi. Keahlian yang diperlukan untuk pekerjaan ini melibatkan keahlian dibidang tata kelola usaha, manajemen, dan pemahaman terhadap akuntansi yang telah saya kembangkan selama masa kerja profesi.

Sebagai pemilik dari Warung Kopi keahlian yang harus dimiliki adalah keahlian teknis, komunikasi interpersonal, analitis dan kemampuan manajerial untuk efisiensi operasional. Sebagai seorang mahasiswa yang sedang menjalankan kerja profesi harus memiliki pemahaman terhadap pekerjaan

analisis terhadap prosedur kerja, standar kualitas, dan peran strategis warung kopi dalam

pasar local. Pada saat menjalankan usaha warung kopi seorang pemilik harus memiliki kedisiplinan yang tinggi dalam operasionalnya.

3.2.1 Penyediaan dan Persiapan

Setiap pagi, di Warkop AA, ritual kami dimulai dengan kerjasama tim dalam melakukan persiapan awal yang teliti dan menyeluruh. Kami percaya bahwa fondasi dari pengalaman kopi yang luar biasa terletak pada ketelitian dan dedikasi dalam setiap langkah persiapan. Pertama-tama, tim kami bersatu untuk membersihkan warung dengan penuh perhatian. Bersama-sama, kami menciptakan lingkungan yang bersih, nyaman, dan menyenangkan bagi pelanggan. Kami meyakini bahwa suasana yang bersih dan rapi menciptakan kesan pertama yang positif dan membuat pelanggan merasa dihargai.

Langkah berikutnya adalah memeriksa stok barang dagang dengan teliti. Kami mengevaluasi persediaan kopi sachet, gula, susu, dan bahan lainnya untuk memastikan bahwa setiap elemen dalam menu kami selalu tersedia dengan cukup. Ini adalah langkah krusial untuk memastikan kelancaran operasional sepanjang hari. Sambil memastikan stok barang dagang, tim kami juga fokus pada persiapan meja dan area pelayanan. Meja yang rapi dan teratur menciptakan atmosfer yang menyenangkan untuk pelanggan kami. Kami menyusun meja dengan penuh perhatian, memastikan bahwa setiap detail diperhatikan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan.

Selain itu, persiapan area pelayanan juga melibatkan penataan peralatan dan perlengkapan. Mesin kopi dan alat penyajian lainnya diperiksa dan disiapkan untuk memastikan bahwa setiap cangkir kopi yang kami sajikan mencerminkan standar kualitas tertinggi yang kami anut. Dalam upaya kami untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, setiap langkah persiapan ini dijalankan dengan teliti dan penuh antusiasme. Kami percaya bahwa dedikasi kami dalam menyajikan secangkir kopi yang luar biasa dimulai dari ketelitian dalam persiapan setiap hari. Itulah yang membedakan pengalaman di Warkop AA, di mana setiap pagi adalah awal petualangan baru dalam menyajikan kelezatan kopi kepada pelanggan setia kami.

3.2.2 Pelayanan Pelanggan

Dalam harmoni operasional Warkop AA, pramusaji tidak hanya menjadi pelayan, tetapi juga kasir yang terampil. Mereka memiliki peran sentral dalam setiap transaksi dengan tanggung jawab yang mencakup menerima pesanan, menghitung pembayaran, dan menyajikan minuman dengan keahlian dan perhatian.

Sebagai kasir, pramusaji bertanggung jawab mengelola seluruh proses transaksi, memastikan bahwa setiap pembayaran dihitung dengan tepat dan efisien. Kemampuan multitasking mereka menjadi kunci, karena mereka harus menjaga kecepatan dalam menerima pesanan sekaligus mengelola pembayaran pelanggan. Sebagai pelayan, pramusaji di Warkop AA lebih dari sekadar penyaji minuman. Mereka menjadi wajah ramah yang menyambut pelanggan dan memastikan bahwa setiap interaksi menciptakan pengalaman positif. Dengan senyuman di wajah dan sikap yang ramah, pramusaji kami berusaha untuk membuat setiap pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan.

Fokus utama kami adalah memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien. Kami memahami bahwa kecepatan dalam layanan merupakan salah satu kunci kepuasan pelanggan, dan itulah mengapa pramusaji kami dilatih untuk bekerja dengan efisien tanpa mengorbankan kualitas. Pelayanan yang ramah dan positif adalah cerminan dari budaya pelayanan di Warkop AA. Kami memahami bahwa setiap pertemuan dengan pelanggan adalah peluang untuk menciptakan hubungan yang kuat dan meninggalkan kesan yang tak terlupakan. Oleh karena itu, pramusaji kami berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang melebihi harapan pelanggan setiap kali mereka memasuki Warkop AA, menciptakan lingkungan yang hangat dan penuh keakraban.

3.2.3 Manajemen Stok

Pemantauan dan pengelolaan stok di Warkop AA menjadi landasan vital dalam menjaga kelancaran operasional dan memastikan bahwa setiap pesanan pelanggan dapat dipenuhi dengan baik. Dalam menghadapi dinamika industri kopi, pemantauan stok kopi sachet dan bahan lainnya menjadi suatu aspek yang sangat kritis. Tim kami berkomitmen untuk bekerja sama dengan sinergi penuh dalam mengelola pesanan dan stok. Ini melibatkan koordinasi yang baik antar berbagai bagian tim, termasuk pramusaji, barista, dan staf gudang. Setiap

anggota tim memiliki peran yang penting dalam memastikan bahwa stok selalu tersedia dan cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Pemantauan stok tidak hanya tentang menghitung jumlah barang di gudang, tetapi juga mengukur tingkat konsumsi harian. Dengan data ini, tim dapat merencanakan dengan lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghindari kekurangan stok yang tidak diinginkan. Komunikasi yang efektif dengan pemasok adalah elemen kunci dalam pemantauan stok. Tim pengadaan kami menjaga hubungan yang erat dengan pemasok kopi sachet dan bahan lainnya. Dengan berkomunikasi secara teratur, kami dapat mengantisipasi kebutuhan dan memastikan ketersediaan bahan tanpa hambatan. Kemampuan untuk memprediksi kebutuhan stok menjadi penting dalam menghadapi fluktuasi permintaan. Oleh karena itu, tim pemantauan stok di Warkop AA selalu siap untuk mengevaluasi tren penjualan, mengidentifikasi pola konsumsi, dan menyesuaikan pesanan ke pemasok sesuai kebutuhan.

- Dalam dunia warung kopi yang dinamis, pemantauan dan pengelolaan stok bukan hanya tugas rutin, tetapi juga seni untuk mengimbangi antara menjaga kelancaran operasional dan memastikan bahwa setiap cangkir kopi yang disajikan tetap bermutu tinggi. Dengan kesadaran penuh akan pentingnya aspek ini, Warkop AA bertujuan untuk memberikan pelayanan konsisten dan kualitas tinggi kepada pelanggan setia kami..

3.2.4 Kebersihan dan Kerapihan

Dalam warung kopi sachet yang mengusung kesederhanaan, kebersihan dan kerapihan menjadi kunci utama untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan menarik bagi pelanggan. Tim di Warkop AA memiliki peran penting dalam menjaga kebersihan setiap aspek lingkungan kerja. Setiap anggota tim secara teratur melibatkan diri dalam membersihkan area kerja, termasuk mesin kopi, meja pelanggan, dan ruang penyimpanan. Dengan kesadaran akan pentingnya sanitasi, kami memastikan bahwa setiap sudut warung tetap bersih dan rapi, menciptakan atmosfer yang mengundang.

Meja pelanggan menjadi pusat perhatian dalam menjaga kebersihan. Setiap kali pelanggan meninggalkan meja, tim kami dengan sigap membersihkan dan menata ulang meja tersebut. Dengan melakukan ini secara konsisten, kami bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan untuk setiap

pelanggan yang datang. Jadwal rutin untuk kegiatan kebersihan menjadi suatu kebijakan yang kami anut. Dengan membuat jadwal yang teratur, kami memastikan bahwa setiap area, termasuk area penyimpanan, tetap bersih dan terorganisir. Ini membantu kami tidak hanya menjaga kebersihan saat ini tetapi juga mencegah penumpukan kotoran dan kekacauan di masa mendatang.

Selain keuntungan praktisnya, kebersihan dan kerapian juga menciptakan citra positif bagi Warkop AA. Kami percaya bahwa pelanggan lebih suka menikmati kopi mereka dalam lingkungan yang terawat dengan baik. Kebersihan bukan hanya norma, tetapi juga bagian integral dari identitas Warkop AA. Dengan menjaga kebersihan dan kerapian sebagai prioritas utama, Warkop AA berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang nyaman dan menyenangkan bagi setiap pelanggan. Kami percaya bahwa kebersihan yang konsisten adalah langkah awal menuju kepuasan pelanggan dan keberhasilan jangka panjang..

3.2.5 Pengelolaan Keuangan Harian

Peran staf keuangan di warung kopi, meskipun skala bisnisnya lebih kecil, memiliki dampak besar pada keberlanjutan operasional dan keseimbangan keuangan warung. Mereka memiliki tanggung jawab utama dalam mencatat penjualan harian dan mengelola uang tunai dengan cermat. Meskipun bisnis kami berskala kecil, pengelolaan keuangan yang tepat adalah fondasi krusial untuk menjaga kestabilan dan pertumbuhan. Staf keuangan kami memainkan peran kunci dalam mencatat setiap transaksi penjualan harian dengan akurasi dan ketelitian yang tinggi. Catatan harian ini bukan hanya catatan angka, tetapi juga merupakan cerminan sehatnya bisnis. Dengan pemahaman mendalam tentang arus kas, mereka dapat membantu warung kopi untuk mengelola sumber daya dan memastikan ketersediaan dana yang memadai untuk operasional sehari-hari.

Pengelolaan uang tunai dengan hati-hati menjadi prioritas. Meskipun jumlah transaksi mungkin tidak sebesar bisnis skala besar, kehati-hatian dalam mengelola uang tunai tetap krusial. Setiap koin dan kertas yang masuk dan keluar dihitung dengan teliti untuk menghindari kesalahan yang tidak diinginkan. Meskipun bisnis warung kopi lebih kecil, pengelolaan keuangan yang cermat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kesehatan finansial bisnis. Ini

melibatkan pembuatan laporan keuangan sederhana yang mencakup pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan bersih. Dengan informasi ini, pemilik warung dapat membuat keputusan yang lebih baik untuk mengelola dan mengoptimalkan keuangan mereka.

Dalam bisnis warung kopi, setiap pengeluaran harus dipertimbangkan dengan hati-hati. Staf keuangan berperan sebagai penasehat keuangan yang membantu dalam mengidentifikasi area pengeluaran yang dapat dioptimalkan dan memastikan keberlanjutan operasional dalam jangka panjang. Penting untuk dicatat bahwa pengelolaan keuangan yang cermat bukan hanya tentang catatan angka, tetapi juga tentang visi jangka panjang. Staf keuangan di warung kopi tidak hanya mencatat sejarah keuangan, tetapi juga membantu merencanakan masa depan yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, keuangan di Warkop AA menjadi alat yang efektif untuk mencapai tujuan dan memastikan kelancaran operasional seiring berjalannya waktu.

3.2.6 Interaksi Sosial dan Kepuasan Pelanggan

Di Warkop AA, kami menganggap membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sebagai pondasi utama kesuksesan kami. Tim kami bukan hanya sekadar penyaji kopi, melainkan juga mitra setia pelanggan dalam setiap kunjungan. Kami memahami bahwa di balik setiap pesanan kopi, terdapat kisah unik dan keinginan yang berbeda. Setiap anggota tim di Warkop AA diberdayakan untuk berinteraksi dengan pelanggan, mengenal mereka secara personal, dan menciptakan hubungan yang lebih dari sekadar transaksi bisnis. Kami ingin setiap pelanggan merasa diterima dan dihargai, sehingga setiap kunjungan mereka seperti berkumpul dengan teman lama.

Respons yang cepat terhadap umpan balik pelanggan adalah landasan penting dalam menjaga kualitas layanan kami. Kami tidak hanya mendengar, tetapi juga bertindak. Setiap masukan pelanggan dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan dan memperbaiki. Kami percaya bahwa sikap responsif tidak hanya menciptakan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun reputasi positif yang berkelanjutan. Upaya kami untuk memecahkan masalah dengan cepat adalah komitmen kami untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Kami sadar bahwa ketika masalah muncul, tanggapan yang cepat

dan solutif dapat mengubah situasi menjadi peluang untuk menunjukkan dedikasi kami terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan setiap tindakan kami, Warkop AA bertujuan untuk tidak hanya menjadi tempat yang menyajikan kopi berkualitas, tetapi juga menjadi rumah bagi komunitas pecinta kopi. Hubungan yang kami bangun dengan setiap pelanggan adalah investasi jangka panjang, dan itulah kunci keberhasilan kami di dunia warung kopi..

3.2.7 Evaluasi dan Inovasi

Menghadirkan pengalaman kopi yang tak terlupakan, Warkop AA senantiasa menggoda lidah pelanggan dengan menu kopi yang kaya variasi rasa. Dari sentuhan klasik hingga eksperimen inovatif, kami berkomitmen untuk tidak hanya menyajikan secangkir kopi, tetapi juga petualangan rasa yang menggugah selera.

Kami tidak hanya menyajikan menu kopi dengan berbagai varietas rasa, tetapi juga memahami bahwa preferensi setiap pelanggan unik. Oleh karena itu, tim kami secara aktif berkomunikasi dengan pelanggan untuk mendengar cerita mereka, memahami preferensi, dan bahkan menciptakan kopi khusus sesuai selera masing-masing. Setiap harinya, kami melibatkan diri dalam evaluasi cermat terhadap penjualan, popularitas menu, dan tingkat persediaan. Informasi berharga ini tidak hanya menjadi data, tetapi fondasi rencana perbaikan berkelanjutan kami. Kami percaya bahwa keberhasilan terletak pada kemampuan untuk terus tumbuh dan berkembang, dan itulah mengapa kami mendorong komunikasi terbuka di antara tim kami.

Dalam forum diskusi yang penuh semangat, setiap anggota tim berbagi ide, mencermati umpan balik pelanggan, dan berkolaborasi untuk mengidentifikasi peluang perbaikan. Melalui kerja tim yang harmonis dan komunikasi yang efektif, kami berkomitmen untuk memberikan pengalaman kopi yang tak hanya memikat lidah, tetapi juga menciptakan kenangan indah setiap kali pelanggan melangkah ke Warkop AA.

3.3 Metode Operasional Usaha (*Standard Operating Procedure*)

Metode Operasional Usaha yang diterapkan oleh Warkop AA mencerminkan langkah-langkah yang pada umumnya digunakan dalam warung kopi dan sejenisnya. Berikut adalah rincian lebih lengkapnya :

1. Penerimaan Pesanan.

Saat seorang pelanggan datang ke Warkop AA, seorang pegawai bertugas menerima pesannya. Pegawai ini secara cermat mencatat detail pesanan, termasuk jenis minuman atau makanan, jumlah, dan spesifikasi khusus jika ada.

2. Pencatatan Pesanan.

Informasi pesanan pelanggan dicatat dengan jelas untuk memastikan ketepatan eksekusi. Pencatatan ini dilakukan dengan buku catatan manual

3. Persiapan Pesanan.

Pesanan kemudian disampaikan kepada pegawai di bagian persiapan. Pegawai ini memiliki tugas untuk menyiapkan pesanan sesuai dengan spesifikasi yang telah dicatat sebelumnya. Proses persiapan mencakup pembuatan minuman, penyajian makanan, dan aspek lain yang terkait dengan pesanan pelanggan.

4. Pengantaran Pesanan.

Setelah pesanan selesai dipersiapkan, seorang pegawai bertanggung jawab untuk mengantarkan pesanan kepada pelanggan. Pengantaran dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan pesanan sampai ke pelanggan dalam kondisi yang baik.

5. Pembayaran.

Setelah pesanan diantar, dan pelanggan telah selesai menikmati pesanan tersebut, pelanggan membayar sesuai dengan total tagihan yang dihasilkan dari pesannya. Proses pembayaran dapat karyawan yang bertanggung jawab untuk transaksi keuangan.

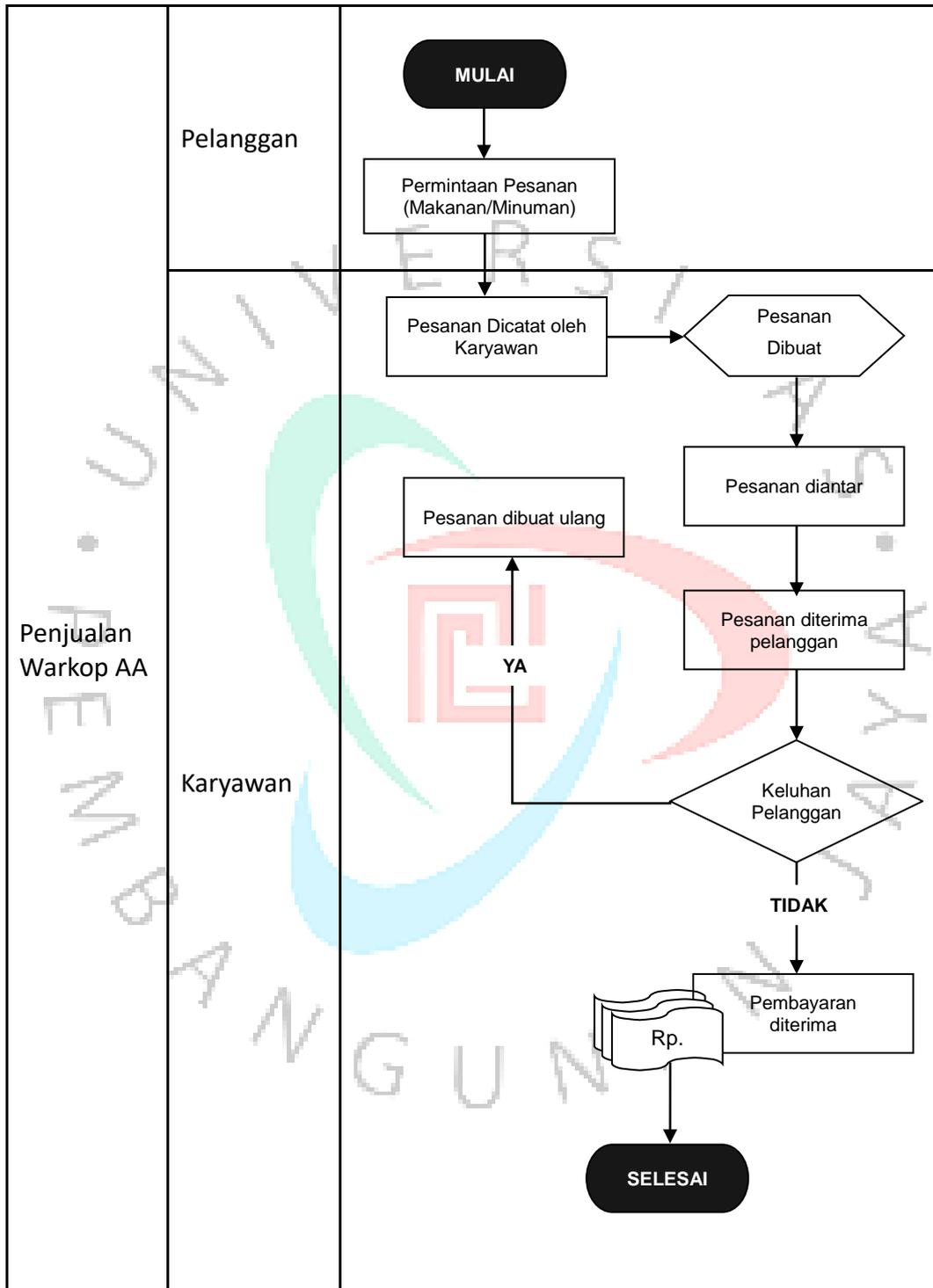
6. Umpan Balik Pelanggan.

Seusai dilakukannya pembayaran oleh pelanggan, Warkop AA mengumpulkan umpan balik dari pelanggan terkait kualitas pelayanan dan produk. Umpan balik ini dapat digunakan untuk evaluasi dan peningkatan proses operasional di masa mendatang.

Dengan mengikuti SOP ini, Warkop AA dapat menjalankan kegiatan operasionalnya secara sistematis, meminimalkan risiko kesalahan, dan memberikan pengalaman pelanggan yang konsisten. Penerapan SOP juga mendukung efisiensi dan efektivitas dalam manajemen usaha sehari-hari.

Tidak hanya Metode Operasional Usaha, Pratkan juga menyiapkan flowchart untuk penjualan pada Warkop AA. Flowchart untuk Warkop AA memiliki berbagai fungsi penting, termasuk visualisasi proses operasional dari awal hingga akhir, identifikasi potensi masalah, peningkatan efisiensi operasional, pelatihan karyawan, komunikasi internal, dasar untuk perbaikan berkelanjutan, pemahaman pelanggan, dan pencapaian kepatuhan terhadap kebijakan dan peraturan. Dengan representasi visual yang jelas, flowchart menjadi alat efektif untuk memahami, mengelola, dan meningkatkan operasional Warkop AA.

Adapun flowchart dari proses penjualan yang dilakukan oleh Warkop AA adalah sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Flowchart Proses Penjualan

3.4 Kendala yang dihadapi

Meskipun Warkop AA berusaha untuk memberikan pengalaman kopi terbaik kepada pelanggan, seperti halnya setiap usaha, kami juga menghadapi sejumlah kendala yang dapat memengaruhi operasional dan pertumbuhan bisnis kami. Beberapa kendala yang dihadapi termasuk :

1. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Kenaikan harga bahan baku, terutama kopi sachet, dapat memberikan tekanan pada biaya operasional. Ini dapat mempengaruhi kebijakan harga dan keuntungan bersih.

2. Tingkat Persaingan yang Tinggi

Industri kopi memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Meskipun Warkop AA berusaha untuk membedakan diri dengan pelayanan berkualitas dan promosi lokal, persaingan dapat mempengaruhi pangsa pasar dan pertumbuhan bisnis.

3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Sebagai usaha skala kecil, kami mungkin menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, terutama dalam hal karyawan. Hal ini dapat memengaruhi efisiensi operasional dan pelayanan kepada pelanggan.

4. Tingkat Permintaan yang Fluktuatif

Tingkat permintaan produk dapat mengalami fluktuasi yang dapat dipengaruhi oleh faktor musiman atau perubahan tren konsumen. Ini dapat memerlukan penyesuaian strategi pemasaran dan persediaan.

5. Tantangan dalam Pengelolaan Keuangan

Meskipun skala bisnisnya kecil, pengelolaan keuangan yang cermat tetap menjadi kendala. Memastikan kestabilan keuangan dan pengelolaan kas dengan efisien memerlukan perhatian khusus.

6. Tingkat Ketergantungan pada Pemasok

Ketergantungan pada pemasok bahan baku, seperti kopi sachet, dapat membuat bisnis rentan terhadap perubahan harga atau ketersediaan yang tidak terduga.

7. Kondisi Lingkungan dan Kesehatan Masyarakat

Faktor-faktor eksternal seperti kondisi cuaca atau keadaan kesehatan masyarakat dapat memengaruhi jumlah pelanggan yang mengunjungi warung. Contohnya, situasi pandemi dapat membatasi aktivitas konsumen.

8. Tingkat Kesadaran Merek di Komunitas Lokal

Memperkenalkan dan membangun kesadaran merek di komunitas lokal dapat menjadi tantangan. Pemasaran yang efektif dan interaksi aktif dengan pelanggan diperlukan untuk membangun citra positif.

3.5 Cara Mengatasi Kendala

Kami berupaya tidak hanya untuk mengatasi kendala tetapi juga untuk terus berkembang dan memperkuat posisi Warkop AA sebagai warung kopi pilihan di komunitas kami. Kami meyakini bahwa adaptabilitas dan fokus pada kualitas dapat membantu kami mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul di dunia usaha warung kopi. Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi, Warkop AA mengimplementasikan sejumlah strategi dan taktik. Berikut adalah beberapa cara yang kami tempuh untuk mengatasi kendala-kendala tersebut :

1. Manajemen Persediaan yang Efisien

Kami melakukan evaluasi berkala terhadap stok bahan baku, khususnya kopi sachet, dan berkomunikasi dengan pemasok untuk memastikan ketersediaan dan mengantisipasi fluktuasi harga.

2. Diferensiasi melalui Pelayanan Berkualitas

Fokus kami pada pelayanan pelanggan yang ramah dan efisien, bersama dengan promosi lokal dan program loyalitas, membantu membedakan Warkop AA dari pesaing di lingkungan sekitar.

3. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Kami berinvestasi dalam pelatihan karyawan untuk meningkatkan keahlian mereka, memastikan bahwa tim memiliki kemampuan yang diperlukan untuk mengatasi tantangan operasional dan memberikan layanan yang unggul.

4. Pemantauan Tren dan Penyesuaian Menu

Kami aktif memantau tren konsumen dan mengadaptasi menu kami sesuai dengan perubahan preferensi pelanggan. Ini membantu menjaga daya saing dan relevansi dalam industri kopi.

5. Strategi Pemasaran yang Kreatif

Melalui promosi lokal, penggunaan media sosial, dan partisipasi dalam acara komunitas, kami menciptakan strategi pemasaran yang kreatif untuk meningkatkan kesadaran merek di komunitas lokal.

6. Pengelolaan Keuangan yang Cermat

Kami memiliki tim keuangan yang memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang cermat. Hal ini melibatkan pemantauan harian, pembuatan laporan keuangan rutin, dan perencanaan anggaran yang hati-hati.

7. Fleksibilitas dalam Penyesuaian Strategi

Warkop AA senantiasa berusaha untuk menjadi fleksibel dalam menyesuaikan strategi berdasarkan kondisi eksternal yang mungkin memengaruhi bisnis, seperti perubahan musiman atau kondisi kesehatan masyarakat.

8. Keterlibatan Komunitas yang Aktif

Kami terus terlibat dalam kegiatan komunitas dan mendengarkan umpan balik pelanggan untuk terus meningkatkan layanan kami. Keterlibatan ini membantu membangun hubungan yang kokoh di tingkat lokal.

3.6 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Selama periode kurang lebih 3 bulan, sebagai salah satu dari pemilik usaha Warkop AA, praktikan telah secara aktif terlibat dalam operasional sehari-hari. Hasil dari Kerja Profesi ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan pribadi praktikan sebagai pemilik yang turut serta dalam melayani pelanggan. Praktikan tidak hanya memperoleh pengalaman baru, tetapi juga mendapatkan ilmu, wawasan, dan ketrampilan yang memperkaya peran praktikan dalam mengelola warung kopi ini.

Berikut merupakan hasil pembelajaran yang didapatkan oleh praktikan :

1. Pendekatan yang berpusat pada pelanggan (Customer-Centric Approach).

Pemahaman mendalam tentang seberapa krusialnya pelayanan pelanggan dalam mendefinisikan reputasi dan kesuksesan bisnis. Kesadaran akan dampak positif dari layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

2. Manajemen Persediaan yang Cermat dan Optimalisasi Persediaan.

Kemampuan untuk membaca dan merespons tren permintaan pelanggan, memastikan persediaan mencukupi tanpa membawa kelebihan stok yang berpotensi terbuang. Implementasi sistem pemantauan persediaan yang efisien untuk meminimalkan risiko kekurangan atau kelebihan stok.

3. Strategi Pemasaran yang Terarah.
Penekanan pada pentingnya mengenal komunitas lokal dan menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan konsumen setempat. Pemanfaatan media sosial dan promosi lokal untuk membangun interaksi yang berarti dengan pelanggan dan mengukur efektivitas kampanye.
4. Manajemen Keuangan Skala Kecil dan Memahami Pentingnya Pengelolaan Keuangan.
Pemahaman mendalam tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang cermat meskipun dalam skala bisnis yang lebih kecil. Penggunaan alat dan metode yang efektif untuk memantau dan mengelola arus kas serta membuat keputusan finansial yang bijaksana.
5. Fleksibilitas dalam Pengelolaan Operasional serta Mudah Beradaptasi terhadap Perubahan.
Kesadaran akan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku atau perubahan perilaku konsumen. Fleksibilitas dalam mengubah strategi operasional untuk menjaga daya saing.
6. Kerjasama Tim yang Efektif.
Pengembangan budaya kerja tim yang kuat, di mana setiap anggota tim merasa diberdayakan dan terlibat aktif. Pemahaman bahwa kerjasama tim merupakan kunci untuk mencapai tujuan bersama.
7. Analisis Data untuk Pengambilan Keputusan.
Implementasi analisis data untuk mengevaluasi kinerja menu, menyesuaikan strategi pemasaran, dan membuat keputusan strategis lainnya. Peningkatan kemampuan dalam membaca dan menginterpretasikan data penjualan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan.
8. Kreativitas dalam Promosi.
Pemahaman bahwa inovasi dan kreativitas dalam promosi, seperti diskon khusus atau paket hemat, dapat meningkatkan daya tarik pelanggan. Eksperimen dengan ide-ide kreatif dan mengukur dampaknya terhadap partisipasi pelanggan.

9. Kedisiplinan dalam Kebersihan dan Kerapihan.

Implementasi kebijakan dan rutinitas kebersihan yang ketat, termasuk kebersihan area kerja, meja pelanggan, dan ruang penyimpanan. Kesadaran akan dampak positif kebersihan terhadap citra bisnis dan pengalaman pelanggan.

10. Keterlibatan Komunitas. Terlibat dalam kegiatan komunitas dan membangun hubungan yang erat dengan pelanggan setempat. Kesadaran bahwa dukungan komunitas dapat menjadi kunci untuk pertumbuhan bisnis dan penciptaan ikatan jangka panjang.

Pengalaman langsung dalam melayani pelanggan membuka wawasan praktikan tentang preferensi dan kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam. Praktikan belajar secara langsung bagaimana menjaga kualitas layanan pelanggan, merespons umpan balik, dan beradaptasi dengan kebutuhan yang berubah-ubah.

Ilmu dan pengetahuan praktikan mengenai manajemen persediaan telah berkembang pesat. Praktikan belajar untuk secara cermat mengelola stok bahan baku seperti kopi sachet, gula, dan susu, memastikan ketersediaan yang optimal tanpa mengalami kelebihan atau kekurangan persediaan. Ketrampilan praktikan dalam strategi pemasaran lokal juga mengalami peningkatan yang signifikan. Praktikan belajar merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran lokal, memanfaatkan media sosial, dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan komunitas untuk membangun citra positif Warkop AA di lingkungan sekitar.

Pengelolaan keuangan pada skala kecil juga menjadi fokus yang lebih intens. Praktikan memahami pentingnya pencatatan keuangan harian, pengelolaan kas dengan hati-hati, dan perencanaan anggaran untuk mendukung kelangsungan operasional Warkop AA. Terkait dengan aspek kepemimpinan dan kerjasama tim, praktikan belajar untuk membangun budaya kerja yang inklusif, memotivasi tim, dan bersama-sama mencapai tujuan bersama. Interaksi langsung dengan karyawan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika tim dan pentingnya keterlibatan setiap anggota tim.

Secara keseluruhan, praktikan tidak hanya mendapatkan pelajaran praktis dalam menjalankan warung kopi, tetapi juga mendapatkan perspektif yang lebih luas tentang industri kopi secara umum. Ini mencakup pemahaman

mendalam tentang preferensi konsumen, strategi pemasaran yang efektif, manajemen persediaan, dan pentingnya interaksi positif dalam komunitas lokal. Erfarhen praktikan selama Kerja Profesi di Warkop AA membawa dampak yang positif tidak hanya bagi perkembangan bisnis warung kopi, tetapi juga untuk pengembangan diri praktikan sebagai pemilik dan pengelola usaha.

Melalui pembelajaran ini, Warkop AA terus berkomitmen untuk meningkatkan operasionalnya, menghadapi tantangan dengan lebih baik, dan terus berinovasi untuk tetap relevan dalam industri kopi yang dinamis.

3.6.1 Analisis Teori

3.6.1.1 Good Corporate Governance (GCG)

Tata kelola perusahaan yang baik adalah seperangkat prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan, bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara kekuatan dan kewenangan perusahaan, sekaligus memastikan pertanggungjawaban yang efektif kepada para pemangku kepentingan. Prinsip-prinsip ini dianggap sebagai standar yang mendasari perbaikan citra, efisiensi operasional, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Implementasi Good Corporate Governance (GCG) menjadi esensial untuk membangun kepercayaan masyarakat dan mendapatkan pengakuan di tingkat internasional. Hal ini menjadi suatu prasyarat mutlak, terutama bagi usaha mikro dan kecil menengah seperti Warkop AA, agar dapat berkembang secara sehat dan berkelanjutan.

Penerapan GCG dalam Warkop AA menjadi krusial untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip tersebut tidak hanya diakui tetapi juga diimplementasikan dalam setiap aspek operasional. Ini termasuk transparansi dalam pengelolaan usaha, akuntabilitas terhadap pemangku kepentingan, dan pertanggungjawaban yang jelas terkait dengan kebijakan dan prosedur yang diterapkan. Dengan menerapkan GCG, Warkop AA dapat meningkatkan citra bisnisnya, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan lingkungan bisnisnya. Sebagai bisnis mikro, langkah-langkah menuju kepatuhan GCG dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan pelanggan lokal serta membuka peluang untuk berkembang lebih jauh di tingkat regional maupun nasional. Oleh

karena itu, GCG bukan hanya menjadi kebutuhan etika, melainkan juga strategi cerdas untuk membawa Warkop AA menuju kesuksesan yang berkelanjutan

Menurut Indra Surya (2006:25), Good Corporate Governance (GCG) dapat diartikan sebagai suatu konsep yang terkait dengan pengambilan keputusan yang efektif dalam suatu perusahaan. Konsep ini dibangun melalui kultur organisasi, nilai-nilai, sistem, berbagai proses, kebijakan, dan struktur organisasi. Tujuannya adalah untuk mencapai bisnis yang menguntungkan, efisien, dan efektif dalam mengelola risiko, sambil tetap bertanggung jawab terhadap kepentingan para pemangku kepentingan (stakeholders).

Sementara itu, Mas Ahmad Daniri (2005:8) memberikan definisi Good Corporate Governance (GCG) sebagai suatu pola hubungan, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan (Direksi, Dewan Komisaris, RUPS) untuk memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Pendekatan ini tetap memperhatikan kepentingan stakeholders lainnya, didasarkan pada peraturan, perundangan, dan norma yang berlaku.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa Good Corporate Governance (GCG) adalah suatu sistem yang dirancang untuk mengatur dan mengawasi proses pengendalian usaha secara berkesinambungan, dengan tujuan utama meningkatkan nilai saham perusahaan. GCG diimplementasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada para pemegang saham, sambil tetap memperhatikan dan tidak mengabaikan kepentingan pihak-pihak terkait, termasuk karyawan, kreditur, dan masyarakat secara keseluruhan.

Definisi dari Forum For Good Corporate Governance Indonesia (FCGI) memberikan gambaran lebih lanjut, menggambarkan GCG sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang memiliki kepentingan di dalam dan di sekitar perusahaan. Pihak-pihak ini mencakup pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya. GCG bukan hanya sekadar aturan, tetapi juga merupakan suatu sistem yang berfungsi untuk mengendalikan perusahaan secara efisien dan etis.

Dengan demikian, GCG pada dasarnya adalah suatu kerangka kerja yang melibatkan sistem (input, proses, output) dan seperangkat peraturan yang didesain khusus untuk mengatur hubungan antara berbagai pihak yang memiliki kepentingan (stakeholders), terutama dalam konteks hubungan antara

pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi. Tujuannya adalah untuk mencapai dan menjaga tujuan perusahaan dengan memastikan transparansi, akuntabilitas, serta kepatuhan terhadap norma dan regulasi yang berlaku. Melalui implementasi GCG, perusahaan berupaya mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan strategis yang dapat berdampak negatif pada berbagai pihak terkait dan memastikan kelangsungan usaha yang berkelanjutan.

3.6.1.2 Governance Structure

Tercapainya tata kelola perusahaan yang baik menuntut adanya regulasi yang mengatur hak, kewajiban, dan tanggung jawab dari setiap struktur di dalam pengelolaan perusahaan. Menurut Harian Saint (2009), governance structure mencakup beberapa aspek kunci untuk meningkatkan kompetensi dan integritas manajemen perusahaan. Hal ini dilakukan melalui proses uji kelayakan dan kepatutan terhadap pemilik, pemegang saham pengendali, dewan komisaris, direksi, dan pejabat eksekutif perusahaan dalam menjalankan kegiatan pengelolaan perusahaan.

Salah satu poin penting dalam governance structure adalah independensi manajemen perusahaan. Ini berarti bahwa anggota dewan komisaris dan direksi diharapkan untuk tidak memiliki hubungan kekerabatan atau keterkaitan finansial dengan sesama anggota komisaris, direksi, atau menjadi pemegang saham pengendali di perusahaan lain. Pada tingkat yang lebih spesifik, perusahaan diwajibkan untuk menunjuk seorang direktur kepatuhan yang memiliki tanggung jawab untuk memastikan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi yang berlaku.

Dengan merinci poin-poin tersebut, dapat disimpulkan bahwa governance structure bukan hanya tentang menetapkan struktur hierarki di perusahaan, tetapi juga menciptakan lingkungan di mana setiap organ utama, seperti pemilik atau pemegang saham, pengawas atau komisaris, dan pengelola atau direksi, dapat menjalankan tugasnya secara profesional dan independen. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap organ bekerja tanpa adanya konflik kepentingan, baik dalam bentuk hubungan keluarga maupun kepentingan finansial, sehingga setiap keputusan dan tindakan dapat diambil dengan integritas dan profesionalisme.

3.6.1.3 Prinsip Good Corporate Governance

Menurut Emirzon, Joni (2006:95), prinsip utama Good Corporate Governance (GCG) yang diperlukan untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan melibatkan :

1. Keterbukaan (Transparency).

Prinsip keterbukaan dalam Good Corporate Governance (GCG) menekankan pentingnya pengungkapan informasi secara jelas dan terbuka. Ini mencakup tidak hanya proses pengambilan keputusan, tetapi juga penyampaian informasi material dan relevan mengenai perusahaan kepada berbagai pihak terkait. Keterbukaan ini menciptakan lingkungan di mana pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, dapat memahami dengan baik bagaimana perusahaan beroperasi, mengambil keputusan, dan menjalankan kegiatan bisnisnya.

2. Akuntabilitas (Accountability).

Prinsip akuntabilitas menuntut adanya keterangan yang jelas mengenai fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organ perusahaan. Dengan memastikan adanya akuntabilitas, perusahaan menjamin bahwa setiap elemen organisasi memiliki tugas dan tanggung jawab yang terdefinisi dengan baik. Informasi mengenai pengelolaan perusahaan harus tersedia dan dapat diakses, sehingga pemangku kepentingan dapat menilai sejauh mana perusahaan memenuhi kewajibannya untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif.

3. Pertanggungjawaban (Responsibility).

Prinsip pertanggungjawaban menekankan pada kesesuaian dan kepatuhan dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ini mencakup tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan norma, etika, dan hukum yang berlaku. Melalui pertanggungjawaban, perusahaan menunjukkan komitmennya untuk bertindak secara bertanggung jawab dan menghormati norma yang mengatur lingkungan bisnisnya.

4. Independensi (Independency).

Prinsip independensi menekankan perlunya manajemen perusahaan dikelola secara profesional tanpa adanya benturan kepentingan. Keadaan di mana keputusan diambil sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan

prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Dengan menjaga independensi, perusahaan dapat memastikan bahwa kebijakan dan tindakan yang diambil didasarkan pada evaluasi obyektif, tanpa adanya pengaruh yang dapat merugikan kepentingan perusahaan.

5. Kewajaran (*Fairness*).

Prinsip kewajaran mencakup perlakuan adil dan setara terhadap semua pemangku kepentingan. Dalam konteks Good Corporate Governance, perusahaan harus memastikan bahwa kebijakan internal, seperti kebijakan penggajian dan promosi, diterapkan secara adil dan setara untuk semua karyawan. Pelayanan kepada pelanggan juga harus bersifat adil dan setara, tanpa diskriminasi. Penerapan prinsip kewajaran menciptakan lingkungan di mana hak-hak pemangku kepentingan diakui dan dihormati sesuai dengan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3.6.2 Relevansi Teori dan Praktik

Warkop AA telah berupaya untuk menerapkan prinsip Good Corporate Governance (GCG) dalam operasionalnya, namun, sebagai usaha mikro kecil menengah (UMKM), penerapan GCG yang sempurna menjadi tantangan tersendiri. Beberapa aspek GCG masih menghadapi kendala, dan berikut adalah analisis lebih rinci terhadap asas-asas GCG yang belum sepenuhnya diterapkan dalam menjalankan usaha Warkop AA :

1. Keterbukaan (*Transparency*).

Mengingat pemilik Warkop AA juga berperan sebagai manajer, prinsip transparansi dalam menyampaikan informasi terkait usaha menjadi sulit diterapkan sepenuhnya. Pemilik mungkin cenderung mempertahankan kontrol dan mengabaikan kebutuhan untuk transparansi yang profesional.

2. Akuntabilitas (*Accountability*).

Pembagian kerja yang masih tumpang tindih dan kurangnya spesialisasi pekerjaan menunjukkan kurangnya akuntabilitas di dalam Warkop AA. Keterbukaan mengenai wewenang dan tanggung jawab setiap pegawai perlu ditingkatkan untuk memastikan setiap individu bertanggung jawab atas tugasnya.

3. Pertanggungjawaban (*Responsibility*).

Ketidajelasan tanggung jawab atas penyimpangan dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) menandakan bahwa prinsip pertanggungjawaban masih perlu diperkuat. Diperlukan klarifikasi mengenai siapa yang bertanggung jawab dan langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi penyimpangan.

4. Kemandirian (*Independency*).

Usaha UMKM sering menghadapi tantangan dalam menerapkan prinsip independensi. Dalam konteks Warkop AA, kehadiran pemilik yang juga sebagai manajer dapat mempengaruhi independensi pengambilan keputusan. Campur tangan dari pihak eksternal dan hubungan personal dapat menghambat kemandirian dalam pengelolaan usaha.

5. Keadilan (*Fairness*)

Informasi terbatas pada analisis ini, namun, aspek keadilan perlu diawasi dengan cermat dalam proses keputusan dan distribusi manfaat. Penilaian objektif mengenai keseimbangan dan keadilan perlu dievaluasi secara periodik.

Tabel 3. 1 Relevansi Teori dan Praktik

No.	Keterangan	Teori	Sub Teori	Implementasi
1	Prinsip Good Corporate Governance	Menurut Emirzon, Joni (2006:95), prinsip utama Good Corporate Governance (GCG) yang diperlukan untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan melibatkan : Keterbukaan (Transparency), Akuntabilitas (Accountability), Pertanggungjawaban (Responsibility), Kemandirian (Independency), Keadilan (<i>Fairness</i>)	Keterbukaan (<i>Transparency</i>)	Warkop AA harus memberikan akses terbuka dan jelas terkait informasi mengenai proses pengambilan keputusan, kebijakan, dan informasi material mengenai operasional mereka. Ini dapat mencakup menyediakan menu, informasi harga, dan kebijakan-kebijakan yang berlaku kepada pelanggan dengan cara yang mudah diakses.

No.	Keterangan	Teori	Sub Teori	Implementasi
			<p>Akuntabilitas (<i>Accountability</i>).</p> <p>Pertanggungjawaban (<i>Responsibility</i>)</p>	<p>Warkop AA menetapkan struktur organisasi yang jelas, merinci fungsi dan tanggung jawab masing-masing anggota tim. Ini mencakup kejelasan dalam pelaksanaan tugas, pengambilan keputusan, dan pertanggungjawaban atas hasil operasional. Misalnya, pemilik bertanggung jawab atas manajemen, sementara karyawan bertanggung jawab atas tugas-tugas harian.</p> <p>Warkop AA harus memastikan bahwa setiap keputusan dan tindakan yang diambil selaras dengan prinsip-</p>

No.	Keterangan	Teori	Sub Teori	Implementasi
			Kemandirian (<i>Independency</i>)	<p>prinsip korporasi yang sehat dan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ini mencakup pengelolaan dengan memperhatikan kesehatan dan keselamatan, serta kewajaran dalam hubungan kerja dengan karyawan.</p> <p>Warkop AA perlu menjaga kemandirian mereka dalam pengelolaan operasional dan pengambilan keputusan. Ini melibatkan profesionalisme dalam manajemen tanpa adanya campur tangan eksternal yang dapat mempengaruhi integritas bisnis. Sebagai contoh, pemilik dan manajer Warkop AA harus memisahkan kepentingan pribadi mereka dari kepentingan bisnis.</p>

No.	Keterangan	Teori	Sub Teori	Implementasi
			Kewajaran (<i>Fairness</i>)	<p>Kewajaran dalam konteks Warkop AA mencakup perlakuan adil dan setara terhadap semua pemangku kepentingan. Dalam operasional sehari-hari, Warkop AA harus memastikan bahwa kebijakan internal, seperti kebijakan penggajian dan promosi, diterapkan secara adil dan setara untuk semua karyawan. Pelayanan kepada pelanggan juga harus bersifat adil dan setara, tanpa diskriminasi. Misalnya, pelayanan yang sama baiknya dan harga yang wajar untuk semua pelanggan, tanpa memandang latar belakang atau identitas mereka.</p>

(Sumber : Praktikan, 2023)