

LAPORAN MAGANG

DI BREADLICIOUS SURABAYA



Disusun oleh:
MICHAEL CHRISTOFER TADIUS
NIM 22110082

PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER
AKADEMI SAGES
2025

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG

Nama Mitra Magang : Breadlicious, Surabaya
Lokasi : Jl. Pakuwon La Riz Golf, Kecamatan Lakarsantri,
Surabaya

Yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa(i) Program Studi Diploma Tiga Seni
Kuliner Akademi Sages berikut:

Nama : Michael Christofer Tadius
NIM : 22110082

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku
pada hari Senin 10 Februari tahun 2025

Surabaya, 10 Februari 2025

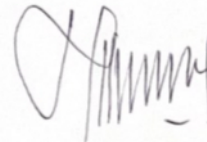
Disetujui oleh:

Pembimbing Lapangan,

Dosen Pembimbing Magang,



Nama
Jabatan/Posisi



Titin Lestariningsih., S.E., M.M
NIDN: 0728079105

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi,




Ir. Ivy Dian Puspitasari Prabowo, S.TP., M.P.
NIDN: 0703049302

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Michael Christofer Tadius

NIM : 22110082

Program Studi : Diploma Tiga Seni Kuliner

Judul Laporan Magang : Laporan Magang di Breadlicious, Surabaya

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang yang telah disusun sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah *Internship* pada Program Studi Diploma Tiga Seni Kuliner Akademi Sages merupakan karya ilmiah sendiri.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya indikasi plagiat dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan dan peraturan yang berlaku, yaitu mengulang pelaksanaan magang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran, serta tidak dipaksakan oleh pihak manapun.

Surabaya, 10 Februari 2025
Yang Menyatakan,



Michael Christofer
NIM: 22110082

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena tanpa rahmat-Nya penulis tak akan mampu untuk menyelesaikan makalah dari project laporan magang yaitu Breadlicious. Laporan ini dibuat untuk memenuhi persyaratan tugas di Akademi Sages Surabaya. Selain itu, makalah ini bertujuan untuk melaporkan segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia kerja di Breadlicious, Surabaya.

Terima Kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan laporan ini, sehingga dapat berjalan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Pihak-pihak yang terkait, antara lain yaitu:

1. Titin Lestariningsih., S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan sebaik mungkin yang diperlukan oleh penulis sehingga makalah ini dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Seluruh staff dosen pengajar Akademi Sages yang memberikan ilmu sangat berharga selama penulis menempuh pendidikan di Akademi Sages
3. Kedua orang tua penulis, Soetikno Soegiarto dan Sianny Soetadi, yang selalu mensupport, memberikan kasih sayang dan anugerah yang luar biasa atas penulisan makalah ini.
4. Seluruh teman di Akademi Sages atas support dan dukungan selama penulis mengerjakan makalah ini

Dalam penulisan makalah ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun penulisan makalah akan sangat bermanfaat untuk menyempurnakan bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 10 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Profil Mitra Magang	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Magang	4
1.4 Waktu Pelaksanaan Magang	5
BAB II	6
PELAKSANAAN MAGANG	6
2.1 Posisi dan Bidang Kerja	6
2.2 Pelaksanaan Kerja	7
2.3 Rencana dan Penjadwalan Kerja	7
2.4 Realisasi Pelaksanaan	8
BAB III	15
LAPORAN PENJUALAN	15
3.1 Variable Cost	15
3.2 Depresiasi	16
3.5 Marketing	19
3.6 Ulasan Hasil Penjualan	20
BAB IV	21
PENUTUP	21
4.1 Kesimpulan	21

4.2	Saran	21
LAMPIRAN		22

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Rencana dan penjadwalan kerja	7
Tabel 2.2	Realisasi kegiatan magang	8
Tabel 3.1	Perhitungan variable Cost	15
Tabel 3.2	Daftar Harga Barang	16
Tabel 3.3	Perhitungan Penggunaan gas	16
Tabel 3.4	Perhitungan Modal dan Penyusutan.....	16
Tabel 3.5	Laporan Penjualan	17
Tabel 3.6	Laporan Laba Rugi Bulan September 2024.....	17
Tabel 3.7	Laporan Laba Rugi Bulan Oktober 2024.....	18
Tabel 3.8	Laporan Laba Rugi Bulan November 2024	18
Tabel 3.9	Laporan Laba Rugi Bulan Desember 2024.....	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Breadlicious.....	2
Gambar 1.2	Katalog Produk Breadlicious	3
Gambar 1.3	Struktur Organisasi Breadlicious	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Foto Kegiatan Magang	23
Lampiran 2	Lembar Penilaian Mitra Magang.....	24

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam upaya mewujudkan visi sekolah menjadi Lembaga Pendidikan yang menghasilkan anak didik lulusan berprestasi tinggi, berkompetensi professional, serta mampu mengaplikasikan pengetahuan secara praktis dan teoritis. Oleh karena itu, pentingnya untuk menyelenggarakan program magang sebagai bagian integral dari kurikulum akademik. Kegiatan magang ini melibatkan para mahasiswa dalam praktek di lapangan maupun penelitian selama periode yang telah ditetapkan, akan membawa manfaat langsung bagi peserta didik. Kegiatan magang bertujuan untuk mendidik dan mempersiapkan para mahasiswa agar menjadi tenaga professional dalam dunia kerja dan mendapatkan pengalaman kerja sesuai dengan bidang keahlian mahasiswa, dengan menggabungkan wawasan praktek kerja dan wawasan teoritis akan fokus pada pengembangan kompetensi sosial dan bekerja secara professional.

Dengan adanya program magang ini, diharapkan mahasiswa mendapatkan ilmu praktek bisnis dari membangun sebuah perusahaan magang dan dapat mengaplikasikan langsung dalam dunia kerja agar setelah lulus dari Akademi Sages dapat siap menghadapi berbagai tantangan.

Program magang yang diambil oleh penulis adalah membangun sebuah perusahaan roti berbahan dasar tepung dengan merk Breadlicious. Perusahaan yang dibangun ini bernama “Breadlicious” yang merupakan sebuah perusahaan manufaktur dan produsen makanan dengan bahan dasar tepung yaitu roti manis dengan berbagai macam varian rasa. Produk ini merupakan makanan yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia karena terkenal dengan kelembutannya membuat cita rasa yang otentik dan lezat.

1.2 Profil Mitra Magang

1.2.1 Profil



Gambar 1.1 Logo Breadlicious

Breadlicious adalah sebuah Perusahaan yang bergerak di bidang F&B yang terbuat dari bahan dasar tepung didirikan oleh Michelle Natasha Soegiarto & Michael Christofer Tadius pada tanggal 15 Agustus 2024 di Kota Surabaya. Logo ini menggambarkan sepasang Laki- laki dan Perempuan yang merupakan owner dari perusahaan ini yaitu Michelle Natasha Soegiarto & Michael Christofer Tadius

Produk unggulan utama yang ditawarkan oleh Breadlicious adalah Roti Manis dengan berbagai jenis varian rasa mulai dari varian *sweet & savoury* diantaranya yaitu *coklat, keju, ultimate choco, srikaya, pisang coklat, abon, smoked beef&cheese, sausage roll, parmesan cheese* dan berbagai macam lainnya. Breadlicious tentunya menggunakan bahan- bahan kualitas premium dan cita rasa roti sangat lembut yang tentunya digemari oleh masyarakat Indonesia. Produk ini sudah dijual di berbagai kota yaitu Surabaya, Malang, dan Tasikmalaya. Banyak sekali masyarakat Indonesia yang menggemari roti Breadlicious, selain menggunakan bahan baku premium roti ini juga tidak menggunakan pengawet sehingga hanya dapat bertahan 3-4 hari di suhu ruang.

Unique Selling Proposition yang ditawarkan oleh *Breadlicious* adalah roti menggunakan bahan kualitas premium, tanpa pengawet, tekstur roti sangat lembut, memiliki banyak macam varian rasa mulai dari *sweet* sampai dengan *savoury*. Roti yang memiliki khas bau harum roti serta memiliki pori- pori seragam dan tersebar merata, memiliki kemasan yang menarik merupakan salah satu tujuan kami untuk menciptakan produk yang terkesan elegant. Produk *Breadlicious* sendiri sudah memiliki lebih dari 25 jenis variatif rasa yang dijual mulai dari harga Rp. 11,000 sampai dengan Rp. 25,000 per roti.



Gambar 1.2 Katalog Produk Breadlicious

1.2.2 Visi

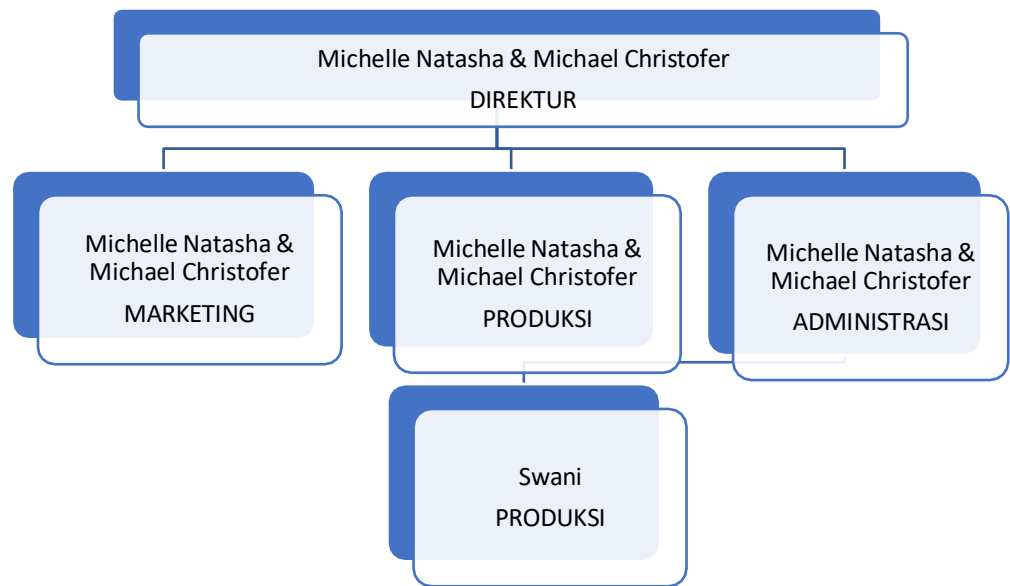
Breadlicious memiliki visi untuk menghadirkan produk dengan bahan baku berkualitas tinggi serta tanpa pengawet agar disukai banyak masyarakat Indonesia.

1.2.3 Misi

Breadlicious memiliki misi untuk memproduksi roti berbahan dasar tepung yang lezat serta menghadirkan inovasi rasa modern, menarik dan tetap memperhatikan kualitas produk secara konsisten.

1.2.4 Struktur Organisasi

Secara umum struktur organisasi adalah suatu tingkatan dalam suatu perusahaan yang berguna untuk memberikan informasi terkait hierarki dalam suatu organisasi. Informasi tersebut akan menjelaskan kepada setiap anggota dalam suatu organisasi terkait fungsi dan tugasnya masing-masing untuk mencapai tujuan utama.



Gambar 1.3 Struktur Organisasi Breadlicious

1.3 Tujuan dan Manfaat Magang

1.3.1 Tujuan Khusus

- 1) Memahami cara mengelola suatu business
- 2) Meningkatkan ilmu pengetahuan mahasiswa dalam aspek Managerial, Operasional, Finansial, Marketing dan Administrasi dalam suatu usaha.
- 3) Meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* dari setiap mahasiswa
- 4) Membuka wawasan tentang dunia kerja bagi mahasiswa sebagai upaya untuk mengembangkan diri

1.3.2 Tujuan Umum

- 1) Mendapatkan ilmu dan pengalaman kerja nyata dalam bidang industri
- 2) Memiliki tanggung jawab dan disiplin terhadap pekerjaan

- 3) Melatih kemampuan mengelola suatu bisnis

1.3.3 Manfaat Untuk Mahasiswa

- 1) Memperluas wawasan mahasiswa dan kemampuan praktis dalam dunia kerja nyata
- 2) Memperluas koneksi dalam mengembangkan bisnis Breadlicious, serta kerjasama di dunia kerja.
- 3) Mengembangkan kemampuan berpikir secara kritis dan menyelesaikan masalah terkait disiplin ilmu.

1.3.4 Manfaat Untuk Mitra Magang

- 1) Membantu untuk membesarkan Breadlicious agar semakin dikenal banyak konsumen.
- 2) Membantu untuk melaksanakan tugas yang telah diberikan.

1.3.5 Manfaat Untuk Institusi

- 1) Meningkatkan nama baik Akademi Sages terhadap mahasiswa telah berhasil membuka bisnis.
- 2) Memberikan umpan balik berharga digunakan untuk pengembangan Akademi Sages Surabaya.

1.4 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan kegiatan magang ini dalam waktu enam bulan dimulai dari tanggal 15 July 2024 hingga 15 Januari 2025. Kegiatan magang ini berlokasi di Pakuwon La Riz, Surabaya Barat. Operasional hari kerja breadlicious adalah hari Senin – Sabtu, dimulai dari pukul 08.00 – 17.00 WIB.

BAB II

PELAKSANAAN MAGANG

2.1 Posisi dan Bidang Kerja

2.1.1 Marketing

Tugas dari marketing adalah:

1. Selalu aktif membuat promosi di sosial media dengan membuat konten yang bermanfaat serta menarik perhatian masyarakat.
2. Menjadi admin serta menghandle semua orderan yang masuk melalui sosial media.
3. Membuat promo yang menarik sehingga meningkatkan omset penjualan.
4. Recap semua orderan masuk melalui aplikasi laris pos dan melaporkan kepada tim produksi.

2.1.2 Produksi

Tugas dari Produksi adalah:

1. Membuat produk sesuai dengan jumlah orderan yang masuk.
2. Selalu menjaga kualitas bahan baku yang digunakan harus sesuai dengan standar resep yang telah ditetapkan.
3. Melakukan Stok Opname serta memastikan bahwa semua bahan sudah lengkap untuk produksi selanjutnya.

2.1.3 Administrasi

Tugas dari bagian Administrasi adalah:

1. Mencatat semua pengeluaran kas masuk dan kas keluar.
2. Menghitung omset setiap bulannya.
3. Menghitung laporan laba rugi setiap bulannya.
4. Membuat budget marketing menjadi seefisien mungkin.

2.2 Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja dilakukan sesuai dengan Job Description masing-masing yang tertera di 2.1, Penulis selaku owner harus mengerjakan banyak hal secara mandiri karena minim pegawai.

Penulis selaku owner harus berperan aktif dalam marketing di sosial media seperti membuat konten yang menarik, konten edukatif, membayar ads untuk kebutuhan konten, serta breadlicious juga menyewa content creator untuk membuat konten semenarik mungkin, agar menarik perhatian masyarakat. Breadlicious juga sering mengikuti baazar di Pakuwon Mall Surabaya dan Tunjungan Plaza Mall Surabaya, agar breadlicious semakin dikenal oleh pasar dan masyarakat sekitar.

Penulis berperan sebagai supervisor, dimana penulis harus mencakup semua kebutuhan produksi agar produk yang dihasilkan tentunya berkualitas, terjaga mutunya, higienis, dan layak untuk dikonsumsi konsumen. Bahan-bahan yang digunakan kualitas premium. Sehingga sudah banyak konsumen breadlicious yang menggemari roti yang lembut, berserat dan tanpa pengawet. Produk sudah terjual hingga 23.000++ dalam kurun waktu 6 bulan.

Penulis berperan juga sebagai administrasi, dimana semua orderan yang masuk sudah dicatat ke dalam aplikasi Laris Pos. Semua data penjualan, omset, laba rugi sudah tercantum dalam aplikasi tersebut. Penulis juga harus menentukan budget marketing, dengan menyewa content creator sehingga pengeluaran dapat tetap terjaga dan operasional berjalan dengan lancar.

2.3 Rencana dan Penjadwalan Kerja

Tabel 2.1 Rencana dan Penjadwalan Kerja

Hari Kerja	Senin - Sabtu
Jam Operasional	08.00 - 17.00

Waktu Pelaksanaan kegiatan magang Breadlicious dimulai dari Bulan Juli hingga bulan Januari. Operasional hari kerja di Breadlicious adalah hari Senin sampai Sabtu dari jam 08.00 – 17.00 WIB

2.4 Realisasi Pelaksanaan

Tabel 2.2 Realisasi Kegiatan Magang

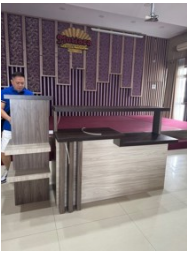
Hari/ Tanggal	Aktivitas Kegiatan	Lokasi Kegiatan	Paraf PL
9 July 2024	Memulai untuk R&D produk roti manis 	Kitchen	
10 July 2024	Membuat berbagai macam varian produk 	Kitchen	
13 July 2024	Belajar membuat varian produk baso ayam 	Kitchen	
14 July 2024	Mendesain packaging box untuk produk roti manis 	Kitchen	

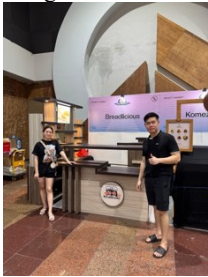
15 July 2024	Membuat R&D varian roti yang enak 	Kitchen	
25 July 2024	Produk pertama kali SOLD OUT 250 pcs setelah R&D beberapa kali 	Kitchen	
27 July 2024	R&D varian Keju Manis dan Coklat 	Kitchen	
31 July 2024	Produk telah terjual 200 PCS dengan beberapa macam varian 	Kitchen	

1 Agustus 24	Membuat varian baru yaitu pisang coklat dan pisang keju 	Kitchen	
4 Agustus 24	Membuat varian baru yaitu Tuna Mayo, Mocca Meses, Strawberry, dan Srikaya 	Kitchen	
5 Agustus 24	Foto produk breadlicious 	Studio	
7 Agustus 24	Produk telah terjual 300 PCS 	Kitchen	
11 Agustus 24	Produk dijual di kota Tasikmalaya dengan berbagai macam varian rasa 	Tasikmalaya	

14 Agustus 24	Produk telah terjual hingga 400 PCS dalam sehari 	Kitchen	
18 Agustus 24	Membuat R&D Roti Tawar 	Kitchen	
31 Agustus 24	Membuat varian mini smoked beef 	Kitchen	
1 Sept 24	Membuat beberapa varian roti 	Kitchen	
4 Sept 24	Produk telah terjual 250 PCS 	Kitchen	

5 Sept 24	R&D varian baru yaitu sausage roll, garlic, almond raisin, dan kura-kura coklat 	Kitchen	
8 Sept 24	Produk telah terjual 390 PCS 	Kitchen	
10 Sept 24	Membuat produk varian garlic 	Kitchen	
12 Sept 24	Membuat isian baso ayam 	Kitchen	
14 Sept 24	Membuat stiker label varian sausage crunchy bites 	Kitchen	

16 Sept 24	Foto produk varian sausage crunchy bites 	Studio	
17 Sept 24	Pembuatan Booth untuk baazar 	Tasikmalaya	
18 Sept 24	Proses pembiuan booth 	Tasikmalaya	
21 Sept 24	Custom Apron Breadlicious 		
25 Sept 24	Trial display produk untuk baazar 	Kitchen	

26 Sept 24	Booth untuk Baazar sudah jadi tinggal finishing 	Tasikmalaya	
3- 7 october 24	Mengikuti acara Baazar di TP mall 	Tunjungan Plaza	
18-21 des 24	Membuat 2400 roti untuk pesanan gereja acara natal dengan 2 varian chocomaltine & smoke cheese 	Kitchen	
11 – 15 des 24	Mengikuti Baazar di Pakuwon Mall Homepro & produk terjual 1800 PCS dalam 5 hari 	Pakuwon Mall Homepro	
1 -21 jan 24	Membuat hampers cny 2025 & produk terjual hingga 150 pack 	Studio & Kitchen	

BAB III

LAPORAN PENJUALAN

3.1 Variable Cost

Tabel 3.1 Perhitungan Variable Cost

VARIABLE COST					
No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan / kg (Rp.)	Variable Cost per 1 adonan (70 pcs) (Rp.)	Variable Cost Per pcs (Rp.)
1	Bahan baku				
	Tepung	1600 gr	15.000	24.000	342
	Telor	10 pcs	26.000	13.000	185
	Butter	200 gr	80.000	16.000	228
	Susu bubuk	70 gr	70.000	4.900	70
	Ragi	30 gr	100.000	3.000	42
	Susu cair	200 ml	18.000	3.600	51
	air	600 ml	2.000	1.200	17
2	Tambahan Selai dll	30 gr		140.000	2.000
3	Bahan baku tambahan Packaging			140.000	2.000
4	Total			345.440	4.935
5					

Tabel 3.2 Daftar Harga Barang

Daftar Harga Barang					
No	Nama	Harga	Ukuran	Satuan	Harga/ Satuan
1	Tepung	15.000	1000	Gr	15
2	Telor	26.000	1000	Gr	26
3	Butter	80.000	1000	Gr	80
4	Susu Bubuk	70.000	1000	Gr	70
5	Ragi	100.000	1000	Gr	100
6	Susu Cair	18.000	1000	MI	18
7	Air	2.000	1000	MI	2
8	Gas	180.000	12	Kg	15.000

Tabel 3.3 Perhitungan Penggunaan Gas

Penggunaan Gas			
No	Keterangan	Ukuran	Satuan
1	Per Jam	0.25	kg
2	Per Produksi	8	jam
c	Biaya Gas/ produksi	30.000	Rupiah
4	Biaya Gas/ Bulan	900.000	Rupiah

3.2 Depresiasi

Tabel 3.4 Perhitungan Modal dan Penyusutan

No	Komponen	Jumlah Barang (Unit/Buah)	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan Per Tahun (Rp.)	Penyusutan Per Bulan (Rp.)
1	Oven deck	1	15.000.000	15.000.000	5	3.000.000	250.000
2	Mixer	2	10.000.000	20.000.000	5	4.000.000	333
3	Proofer	2	6.000.000	12.000.000	5	2.400.000	200.000

4	Meja Stainless	3	4.500.000	13.500.000	10	1.350.000	112.500
5	Kulkas	1	8.000.000	8.000.000	5	1.600.000	133
6	Trolley	2	2.000.000	4.000.000	5	800.000	66.7
7	Baking Tray	20	90.000	1.800.000	5	360.000	30.000
8	Scraper	3	5.000	15.000	2	7.500	625
9	Sendok	5	5.000	25.000	5	5.000	416.7
10	Pisau	1	100.000	100.000	5	20.000	1.667
11	Bowl	5	20.000	100.000	5	20.000	1.667
12	Timbangan	2	200.000	400.000	2	200.000	16.667
13	Box Penyimpanan	10	25.000	250.000	2	125.000	10.416
14	Rolling Pin	4	10.000	40.000	5	8.000	666.7
TOTAL				75.230.000		13.895.500	594.771

3.3 Penjualan/Pemasukan bulanan

Tabel 3.5 Laporan Penjualan

					
LAPORAN PENJUALAN					
TAHUN PERIODE		:		2024	
OMSET PER BULAN					
July	Agustus	September	Oktober	November	Desember
0	o	27.746.000	37.445.000	49.407.000	55.854.000

3.4 Laporan Laba Rugi Bulanan

Tabel 3.6 Laporan Laba Rugi Bulan September 2024

Periode	:	September 2024
---------	---	----------------

PENDAPATAN	27.746.000	
VC	10.531.000	
depresiasi	594.771	
LISTRIK DAN AIR	1.200.000	
NET PROFIT		15.420.229

Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi Bulan Oktober 2024

Periode	:	OKT 2024
PENDAPATAN	37.445.000	
VC	14.212.800	
depresiasi	594.771	
LISTRIK DAN AIR	1.200.000	
NET PROFIT		21.413.429

Tabel 3.8 Laporan Laba Rugi Bulan November 2024

Periode	:	NOV 2024
PENDAPATAN	49.407.000	
VC	18.753.000	
depresiasi	594.771	
LISTRIK DAN AIR	1.200.000	
NET PROFIT		28.859.229

Tabel 3.9 Laporan Laba Rugi Bulan Desember 2024

Periode	:	DES 2024
PENDAPATAN	55.854.000	
VC	21.220.500	
depresiasi	594.771	
LISTRIK DAN AIR	1.200.000	
NET PROFIT		32.838.000

3.5 Marketing

Strategi marketing yang dilakukan oleh *Breadlicious* adalah promosi membuat konten di sosial media seperti Instagram dan Tiktok. *Breadlicious* menggunakan jasa pembuat konten secara rutin per bulannya. Adapun berbagai konten dibuat agar menarik perhatian masyarakat, meningkatkan brand awareness, brand lebih terpercaya, serta dengan adanya pengelolaan aplikasi yang baik menjadikan masyarakat lebih percaya akan brand *breadlicious*. Promosi juga dilakukan dengan menjual produk kepada reseller di beberapa kota seperti Mutiara Seafood, Tasikmalaya, Kantor BCA Malang, Nuko Coffee Surabaya, sehingga produk roti tersebut dapat dibeli secara langsung di *offline store* terdekat. *Breadlicious* juga sudah 3 kali mengikuti Baazar yaitu di Tunjungan Plaza, Pakuwon Mall Surabaya. Hal ini membuat para konsumen lebih mengenal brand *breadlicious*, serta dapat mengonsumsi secara langsung.

Penjualan yang dilakukan oleh *Breadlicious* dibagi menjadi 2 yaitu *Direct Selling to Customer* dan melalui *Reseller*. Harga yang diberikan kepada End User Customer hanya Rp.11,000- Rp.25,000 per varian sedangkan harga yang diberikan kepada Reseller adalah Rp.9,000- Rp. 23,000 per varian. Harga yang diberikan kepada *Reseller* relatif lebih rendah dengan tujuan memberikan keuntungan kepada

Reseller sebanyak 10% dari omset penjualan. *Reseller* yang bekerja sama dengan Breadlicious melalui perorangan, *Café*, dan *Restaurant*.

3.6 Ulasan Hasil Penjualan

Setelah beberapa bulan menjual produk roti premium dari breadlicious dapat diketahui bahwa omset penjualan breadlicious berkembang cepat dan pesat. Banyak berbagai sekolahan memesan snack box untuk acara kampus atau sekolah dengan jumlah ratusan pcs setiap eventnya. Berbagai komen positif dan mengatakan bahwa produk sangat enak, tekstur yang lembut, tanpa pengawet membuat masyarakat Indonesia sangat menyukai produk ini. Breadlicious sudah menjual lebih dari 20.000 roti, brand awareness terhadap produk ini juga cukup tinggi dan mulai dikenal di pasaran. Sudah banyak customer yang menyukai produk ini dan sering repeat order untuk konsumsi sehari-hari. Walaupun demikian penulis tidak luput dari banyak kekurangan dan terus belajar, mengembangkan soft skills dan hard skills, menciptakan inovasi produk baru agar dapat bersaing dengan pasar di luar sana.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan penjualan Breadlicious berjalan dengan sangat lancar, Berbagai kalangan dari anak muda hingga Orang Tua menyukai roti ini. Produk ini dibuat menggunakan premium ingredients, tanpa pengawet, mempunyai tekstur sangat lembut membuat banyak masyarakat Indonesia suka dengan produk tersebut. Para konsumen menunjukkan antusias mereka terhadap. Teknik pemasaran akan dikembangkan lebih luas lagi melalui sosial media dengan berbagai platform seperti Tiktok, Instagram dan Facebook, dengan membuat konten semenarik mungkin, membuat konten edukasi kepada masyarakat, meningkatkan *brand awareness*, agar pasar lebih dikenal oleh semua kalangan masyarakat.

4.2 Saran

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh penulis memiliki beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Saran bagi institusi

Menurut penulis, institusi perlu lebih mengenal banyak koneksi dengan *Food and Beverage* serta mendatangkan instructor dari luar negeri agar mahasiswa dapat memperoleh ilmu yang lebih luas dan koneksi yang lebih banyak.

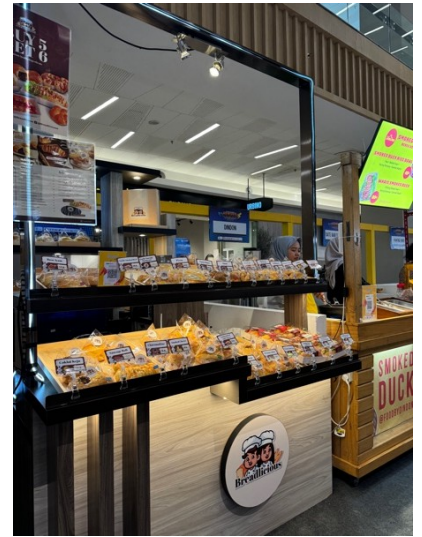
2. Saran bagi Mahasiswa

Menurut Penulis, magang tidak hanya bisa dilakukan di hotel atau restaurant saja, dengan membuka bisnis sendiri akan memberikan banyak potensi menjadi F&B owner sejak dini, dengan begitu penulis dapat belajar banyak hal bagaimana cara mengelola bisnis, management SDM, melakukan cek stok bahan baku, mengelola budget marketing, R&D produk baru, tes pasar, konsisten produk sangat penting dalam membuka usaha karena dari sana menunjukkan bahwa rasa dari produk tidak berubah-ubah, dapat membuat konsumen repeat order, meningkatkan reputasi bisnis serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Foto Kegiatan Magang





LAMPIRAN 2 Lembar Penilaian Mitra Magang