

DAFTAR NILAI MAHASISWA

Fakultas : Tekn. Industri & Informatika
 Proq. Studi : Teknik Informatika
 Semester : Gasal 2025/2026
 Mata Kuliah : Kewirausahaan Bisnis
 Kelas : 7P
 Dosen : DAN MUGISIDI, S.T., M.Si.,Ir.,Dr.

NO	N I M	NAMA MAHASISWA	N.Aktif (0 %)	N.TUGAS (0 %)	N.UTS (0 %)	N.UAS (100 %)	N RATA 2	N. HURUF
1	2103015058	SYAHANDANU ADIMA PUTRA						
2	2103015240	MUHAMMAD FARIZ				75	75.00	B+
3	2103035001	DHANI ANANTA DWI PRADANA				85	85.00	A
4	2203015007	RISKA AMELIA PUSPITA SARI				75	75.00	B+
5	2203015016	NURUL RAHMA ISTIQOMAH				85	85.00	A
6	2203015032	AFIFAH AULIA RAHMAN				75	75.00	B+
7	2203015035	IIN NURUL LATIFAH				75	75.00	B+
8	2203015057	NABILA PUTRI SHALEHAH				75	75.00	B+
9	2203015058	ADRIAN MUHARIANTO				75	75.00	B+
10	2203015059	RAFIQ SETYO AII				75	75.00	B+
11	2203015061	MAISIE ELVIANA				75	75.00	B+
12	2203015062	JULIANANDA PRATAMA PUTRA NEJWA				85	85.00	A
13	2203015079	ERZY HUNAF A				75	75.00	B+
14	2203015083	FAUZI AHMAD DARMAWAN				75	75.00	B+
15	2203015098	MUHAMMAD FARIS SYAUQY				75	75.00	B+
16	2203025001	ADITYA BIMA SAKTI				75	75.00	B+
17	2203025006	NAUFAL FIRDAUS						
18	2203025009	REZHAR HAKEEM				75	75.00	B+
19	2203025012	RURI THOHIR AKBAR				75	75.00	B+
20	2203025016	FAUZAN NAIIB SUPRIYADI						
21	2203025019	GERRY SUHANDI				75	75.00	B+
22	2203025027	AKMAL SADIK				75	75.00	B+
23	2203025028	VICKY MAULANA MATONDANG				75	75.00	B+
24	2203035003	AGIL HIDAYATULLOH				75	75.00	B+
25	2203035009	DIMAS MAHA SAPUTRA				75	75.00	B+
26	2203035044	MUHAMMAD FATHURRAHMAN						
27	2203035051	SAMSUL ARIFIN						

DAFTAR NILAI MAHASISWA

Fakultas : Tekn. Industri & Informatika
 Proq. Studi : Teknik Informatika
 Semester : Gasal 2025/2026
 Mata Kuliah : Kewirausahaan Bisnis
 Kelas : 7P
 Dosen : DAN MUGISIDI, S.T., M.Si.,Ir.,Dr.

NO	N I M	NAMA MAHASISWA	N.Aktif (0 %)	N.TUGAS (0 %)	N.UTS (0 %)	N.UAS (100 %)	N RATA 2	N. HURUF
28	2303015028	GILANG ZALAYETA IBRAHIMOVIC				75	75.00	B+
29	2303015080	RAMANDHANI SETIAWAN PRAYOGO				75	75.00	B+
30	2303015107	MUHAMMAD ELSYAF HERDIAN				75	75.00	B+
31	2303019004	MUHAMMAD RIZKY TAOFIK						
32	2303019007	AGIANDIKA SASTRAMIAYA				74	74.00	B
33	2303025004	MUHAMAD HAMZAH				80	80.00	A-
34	2303045011	WINANDA WAHYUNING TIYAS				85	85.00	A
35	2303045016	MUHAMMAD ADRIAN				85	85.00	A
36	2303045022	SHEVA ILHAM MAULANA						
37	2303045028	EGI BAYU SETIAWAN				75	75.00	B+
38	2303045036	MUHAMMAD ILHAM				75	75.00	B+
39	2303045044	NOOR FAIZZAN TSABAT PRIBADI						
40	2403039019	RIYAN SAPUTRA						

Ttd

DAN MUGISIDI, S.T., M.Si.,Ir.,Dr.

LAPORAN PENGAYAAN
MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN BISNIS
Skema Kegiatan Pemberdayaan Keluarga Dhuafa
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA NASI UDUK
SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI KELUARGA DHUAFa



Disusun Oleh:

MUHAMMAD FARIZ

2103015240

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
TAHUN AKADEMIK 2025

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	2
DAFTAR GAMBAR.....	3
DAFTAR TABEL.....	3
BAB I.....	4
PENDAHULUAN	4
1.1 Analisis Situasi.....	4
1.2 Modal Usaha yang Diberikan.....	4
1.3 Jadwal dan Pelaksanaan	6
1.4 Rancangan Kegiatan.....	6
1.5 Lokasi dan Maps	7
BAB II.....	8
STRATEGI PENDAMPINGAN USAHA NASI UDUK DAN PEMASARAN	8
2.1 Penetapan Harga Jual	8
2.2 Strategi Promosi dan Pelayanan.....	8
2.3 Pengembangan Variasi Menu.....	9
BAB III	10
CAPAIAN HASIL PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN	10
3.1 Laporan Peningkatan Usaha.....	10
3.2 Kepuasan Pelanggan	10
KESIMPULAN.....	11
LAMPIRAN.....	12

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1 Lokasi Tempat Berjualan.....</i>	<i>7</i>
<i>Gambar 2 Akun Instagram Nasiuduk</i>	<i>9</i>
<i>Gambar 3 Dokemntasi Dengan Pak Shohih dan Ibu Hilaliyah.....</i>	<i>12</i>

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1 Pembelian Alat dan Bahan</i>	<i>5</i>
<i>Tabel 2 Rancangan Kegiatan.....</i>	<i>6</i>
<i>Tabel 3 Laporan Peningkatan</i>	<i>10</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha nasi uduk yang dijalankan oleh Bapak Shohih merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner tradisional. Usaha ini telah berjalan sejak tahun 2020 dan menjadi sumber pendapatan utama bagi keluarga Bapak Shohih dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Nasi uduk dipilih sebagai produk utama karena merupakan makanan khas masyarakat Indonesia yang memiliki permintaan pasar cukup stabil, khususnya di lingkungan permukiman padat penduduk seperti wilayah Prumpung Tengah, Jakarta Timur.

Namun demikian, usaha nasi uduk ini masih dikelola secara sederhana dengan keterbatasan modal usaha, peralatan produksi, serta strategi pengelolaan dan pemasaran. Proses produksi masih dilakukan secara manual dengan skala kecil, sehingga kapasitas produksi dan variasi menu yang ditawarkan masih terbatas. Selain itu, pencatatan keuangan usaha juga belum dilakukan secara sistematis, sehingga pemilik usaha belum dapat mengukur secara pasti tingkat keuntungan dan perkembangan usaha dari waktu ke waktu.

Dalam konteks kewirausahaan sosial, kondisi tersebut menunjukkan adanya peluang untuk dilakukan pendampingan usaha sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi keluarga dhuafa. Pendampingan ini tidak hanya berfokus pada pemberian modal, tetapi juga pada peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui penguatan manajemen usaha, penambahan variasi menu, serta perbaikan kualitas pelayanan. Dengan adanya pendampingan yang terarah, diharapkan usaha nasi uduk ini dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak sosial berupa peningkatan kesejahteraan keluarga Bapak Shohih.

1.2 Modal Usaha yang Diberikan

Modal usaha merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan suatu usaha mikro. Dalam kegiatan pendampingan kewirausahaan sosial ini, modal usaha diberikan dalam bentuk bahan baku dan

perlengkapan produksi yang dibutuhkan untuk menunjang kelancaran usaha nasi uduk. Pemberian modal ini bertujuan untuk membantu mengurangi beban biaya operasional awal yang selama ini menjadi kendala bagi pelaku usaha.

Bahan baku yang diberikan meliputi beras sebagai bahan utama nasi uduk, lauk-pauk seperti ayam, telur, tempe, dan tahu, serta kebutuhan pendukung lainnya seperti minyak goreng, gas LPG, dan kemasan makanan. Dengan adanya tambahan modal usaha ini, Bapak Shohih dapat meningkatkan jumlah produksi harian, menjaga kualitas bahan baku, serta memperluas variasi menu yang ditawarkan kepada konsumen. Modal usaha ini diharapkan dapat menjadi stimulus awal bagi peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha nasi uduk yang dijalankan.

No.	Keterangan	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah
1.	Beras Prima Sari 20 Kg	1	Rp. 300.000	Rp. 300.000
2.	Minyak Goreng Sania 2 Lliter	1	Rp. 40.000	Rp. 40.000
3.	Gula Pasir Gulaku Premium 2Kg	2	Rp. 15.000/kg	Rp. 30.000
4.	Teh Celup botol sosro 5 Box	5	Rp. 4.000/box	Rp. 20.000
5.	Garam 3 pcs	3	Rp. 5.000/pcs	Rp. 15.000
6.	Telur 1 Kg	1	Rp. 30.000/kg	Rp. 30.000
7.	Kecap Manis Bango 220mL	1	Rp. 12.000	Rp. 12.000
8.	Tepung Terigu Segitiga Biru 1Kg	1	Rp. 13.000	Rp. 13.000
9.	Masako Ayam 1 Renceng	12	Rp. 5.000/renceng	Rp. 5.000
10.	Tabung Gas 3 Kg	1	Rp. 150.000	Rp. 150.000
11.	1 Set Kompor Gas	1	Rp. 250.000	Rp. 250.000
12.	Bahan Baku Usaha			Rp. 135.000
Total: Rp. 1.000.000				

Tabel 1 Pembelian Alat dan Bahan

1.3 Jadwal dan Pelaksanaan

Waktu Kegiatan : Senin, 23 Oktober 2023 – 09 Januari 2024

Tempat Pelaksanaan : Jl. Prumpung Tengah RT.03/RW.06 Cipinang Besar Utara
Jatinegara Jakarta Timur .

1.4 Rancangan Kegiatan

Tabel 2 Rancangan Kegiatan

No.	Kegiatan	Tanggal	Lokasi
1	Diskusi Kelompok	23 Oktober 2023	Kediaman Pribadi
2	Mencari 3 Keluarga Dhuafa	24 Oktober 2023	Kediaman Pribadi
3	Menentukan 1 Keluarga Dhuafa	24 Oktober 2023	Kediaman Pribadi
4	Survey Pendekatan langsung kepada keluarga dhuafa dan melakukan wawancara	7 November 2023	Kediaman Pa Shohih
5	Menyusun Proposal	7 November 2023	Kediaman Pribadi
6	Mengajukan Dana Kepada Donatur	21 November 2023- 20 Desember 2023	Tentatif
7	Pembelian Barang	09 Januari 202	Pertokoan

Rancangan kegiatan pendampingan disusun secara sistematis agar tujuan pemberdayaan ekonomi keluarga dhuafa dapat tercapai secara optimal. Kegiatan diawali dengan observasi usaha nasi uduk yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan, potensi, dan kebutuhan pelaku usaha. Hasil observasi tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan rencana kegiatan pendampingan.

Tahap selanjutnya adalah perencanaan program, yang meliputi penentuan bentuk bantuan modal, jadwal pelaksanaan, serta strategi pengembangan usaha. Setelah perencanaan selesai, dilakukan pembelian dan penyerahan alat serta bahan usaha kepada Bapak Shohih. Pendampingan produksi dilakukan untuk memastikan bahwa proses

pengolahan makanan berjalan dengan baik dan sesuai standar kebersihan. Kegiatan ditutup dengan evaluasi hasil usaha untuk melihat perkembangan pendapatan, jumlah pelanggan, serta kendala yang masih dihadapi.

1.5 Lokasi dan Maps

Lokasi usaha nasi uduk berada di Jl. Prumpung Tengah, Jakarta Timur. Usaha ini dijalankan di depan rumah Bapak Shohih, yang berada di lingkungan permukiman warga dan dekat dengan akses jalan umum. Lokasi tersebut cukup strategis karena berada di area yang ramai dilalui masyarakat sekitar, sehingga memiliki potensi pasar yang cukup besar.

Pemilihan lokasi usaha di depan rumah juga membantu menekan biaya operasional, terutama biaya sewa tempat. Dengan lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen, usaha nasi uduk ini memiliki peluang untuk terus berkembang apabila didukung dengan pengelolaan usaha dan strategi pemasaran yang lebih baik.



Gambar 1 Lokasi Tempat Berjualan

BAB II

STRATEGI PENDAMPINGAN USAHA NASI UDUK DAN PEMASARAN

2.1 Penetapan Harga Jual

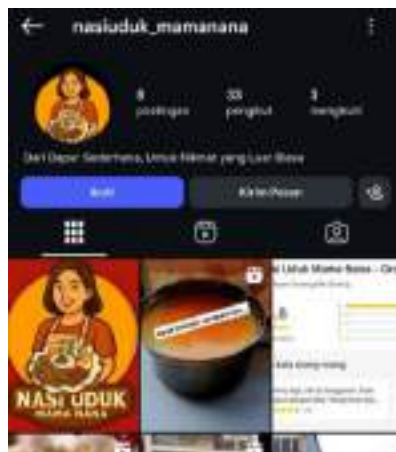
Penetapan harga jual merupakan salah satu aspek penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Harga nasi uduk ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya produksi, biaya operasional, serta daya beli masyarakat sekitar. Dalam usaha nasi uduk ini, harga produk berada pada kisaran Rp10.000 hingga Rp15.000 per porsi, tergantung pada jenis lauk yang dipilih oleh konsumen.

Harga tersebut dinilai cukup kompetitif dan terjangkau bagi masyarakat, sekaligus memberikan keuntungan yang layak bagi pelaku usaha. Dengan penetapan harga yang tepat, usaha nasi uduk diharapkan mampu bersaing dengan usaha sejenis dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

2.2 Strategi Promosi dan Pelayanan

Strategi promosi yang diterapkan dalam usaha nasi uduk ini masih bersifat sederhana, yaitu melalui promosi dari mulut ke mulut (word of mouth). Meskipun demikian, strategi ini cukup efektif karena didukung oleh kualitas rasa makanan dan pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Selain itu, kebersihan tempat usaha dan kerapihan penyajian makanan juga menjadi perhatian dalam pendampingan usaha. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, diharapkan konsumen merasa puas dan bersedia melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan.



Gambar 2 Akun Instagram Nasiuduk

2.3 Pengembangan Variasi Menu

Pengembangan variasi menu dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik produk dan memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen. Selain nasi uduk dengan lauk standar, ditambahkan variasi lauk seperti ayam goreng, telur balado, tempe orek, dan tahu goreng. Penambahan variasi menu ini diharapkan dapat meningkatkan nilai transaksi per pembelian dan memperluas segmen konsumen.

Dengan variasi menu yang lebih beragam, usaha nasi uduk tidak hanya bergantung pada satu jenis produk, tetapi memiliki fleksibilitas dalam memenuhi selera konsumen yang berbeda-beda.

BAB III

CAPAIAN HASIL PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN

3.1 Laporan Peningkatan Usaha

Setelah dilakukan pendampingan kewirausahaan sosial, usaha nasi uduk yang dijalankan oleh Bapak Shohih menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan tersebut terlihat dari bertambahnya jumlah produksi harian, meningkatnya jumlah pelanggan, serta naiknya pendapatan usaha. Bantuan modal dan pendampingan pengelolaan usaha memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha nasi uduk.

Selain peningkatan pendapatan, pelaku usaha juga mulai memahami pentingnya pengelolaan usaha yang lebih teratur, terutama dalam hal pengelolaan bahan baku dan pelayanan kepada konsumen. Hal ini menjadi indikator bahwa pendampingan usaha memberikan manfaat tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga dari sisi peningkatan kapasitas pelaku usaha.

Tanggal	Pendapatan Kotor	Biaya Produksi	Keuntungan Kotor	Biaya Operasional	Keuntungan Bersih
Feb 2024	4.500.000	2.250.000	2.250.000	600,000	1.650.000
Mar 2024	5.200.000	2.600.000	2,900,000	650.000	1.950.000
Apr 2024	6,000,000	3,000,000	3,000,000	700,000	2,300,000

Tabel 3 Laporan Peningkatan

3.2 Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan pelanggan, sebagian besar pelanggan menyatakan puas terhadap rasa nasi uduk, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang diberikan. Pelanggan menilai bahwa kualitas rasa nasi uduk konsisten dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Selain itu, pelayanan yang ramah dan cepat juga menjadi nilai tambah bagi usaha ini.

Beberapa pelanggan juga memberikan saran agar variasi lauk terus ditambah untuk memberikan lebih banyak pilihan. Saran tersebut menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam pengembangan usaha ke depannya.

KESIMPULAN

Pendampingan kewirausahaan sosial pada usaha nasi uduk yang dijalankan oleh Bapak Shohih memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan keluarga dhuafa. Melalui pemberian modal usaha, pendampingan produksi, serta penguatan strategi pengelolaan dan pelayanan, usaha nasi uduk ini menunjukkan perkembangan yang lebih baik. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan yang tepat dapat membantu usaha mikro berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat sosial yang nyata.

LAMPIRAN



Gambar 3 Dokemntasi Dengan Pak Shohih dan Ibu Hilaliyah

Laporan pengayaan (Kewirausahaan Bisnis)

Dosen Pengampu : Dan Mugisidi, S.T., M.Si.,Ir.,Dr.



Kegiatan Wirausaha Pemula

Disusun oleh :

Nama : Aditya Bima Sakti

NIM. 2203025001

Kelas : 7A Teknik Elektro

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

2026

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dokumen ini yang berjudul "*Kewirausahaan Bisnis*" dapat terselesaikan dengan baik. Dokumen ini disusun sebagai salah satu bentuk kontribusi dalam memberikan panduan dan pemahaman yang terstruktur mengenai kewirausahaan.

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan menghadirkan inovasi-inovasi baru dalam masyarakat. Oleh karena itu, melalui dokumen ini kami berupaya menghadirkan pembahasan yang sistematis dan mudah dipahami, mulai dari konsep dasar kewirausahaan, strategi pengembangan bisnis, hingga implementasi praktik kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan masa kini.

Penyusunan dokumen ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan dokumen ini.

Kami menyadari bahwa dokumen ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat kami harapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga dokumen ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya bagi mereka yang tertarik mendalami dunia kewirausahaan.

Akhir kata, kami berharap karya ini dapat menjadi salah satu sumber inspirasi dan motivasi dalam mengembangkan semangat kewirausahaan yang tangguh dan berdaya saing.

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Bab I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. Tujuan Wirausaha	1
1.3. Manfaat.....	2
1.4. Tempat Dan Waktu Kegiatan.....	2
Bab II.....	3
LANDASAN TEORI	3
2.1 Konsep Dasar Kewirausahaan	3
1. Definisi Kewirausahaan.....	3
2. Karakteristik Wirausaha	3
3. Fungsi dan Tujuan Kewirausahaan	3
2.2 Konsep Bisnis yang Dikembangkan.....	3
1. Latar Belakang Pemilihan Ide Bisnis	3
2. Model Bisnis	3
3. Keunggulan Kompetitif.....	3
Bab III.....	4
Metodologi Kegiatan	4
3.1. Rencana Usaha.....	4
3.2. Tujuan Usaha.....	4
3.3. Perencanaan Operasional	4
3.4. Strategi Pemasaran.....	4
3.5. Analisis Keuangan	6
Bab IV	8
Lampiran	9
Bab V.....	10
Kesimpulan.....	10
DAFTAR PUSTAKA.....	10

Bab I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan merupakan salah satu elemen penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Peran wirausaha tidak hanya terbatas pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak inovasi, peningkatan produktivitas, dan pengembangan sektor ekonomi kreatif. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, kewirausahaan menjadi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan daya saing suatu bangsa di kancah internasional.

Secara historis, perkembangan kewirausahaan telah melalui berbagai tahap transformasi. Awalnya, kewirausahaan dianggap sebagai aktivitas individu yang berfokus pada pemanfaatan peluang ekonomi. Namun, seiring berjalannya waktu, konsep ini berkembang menjadi disiplin ilmu yang terstruktur, dengan berbagai teori dan pendekatan untuk memahami bagaimana seorang individu dapat mengidentifikasi peluang, mengalokasikan sumber daya, dan mengelola risiko untuk menciptakan nilai tambah.

Selain itu, era Revolusi Industri 4.0 memberikan peluang sekaligus tantangan baru bagi dunia kewirausahaan. Perkembangan teknologi digital memungkinkan wirausaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Namun, hal ini juga menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi dalam memanfaatkan teknologi, seperti big data, kecerdasan buatan, dan e-commerce, agar dapat bersaing di pasar global.

1.2. Tujuan Wirausaha

1. Menciptakan Nilai Tambah
2. Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi
3. Mendorong Inovasi dan Kreativitas
4. Mengoptimalkan Sumber Daya Lokal
5. Meningkatkan Kemandirian Individu dan Organisasi

1.3. Manfaat

1. Peningkatan Produktivitas dan Efisiensi
2. Mengurangi Risiko Gagal
3. Pengembangan Inovasi
4. Meningkatkan Daya Saing
5. Menciptakan Lapangan Kerja

1.4. Tempat Dan Waktu Kegiatan

Kegiatan Program Kewirausahaan Ini Di Laksanakan Di Rumah Saya sendiri di Kp. Pasir Angin RT. 002/003 Desa Pasir Mukti Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor. berjualan stop lamp Dan Yang Mengadakan Program Mata Kuliah Ini Adalah “**Fakultas Teknologi Industri Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Prof.Dr Hamka** Yang Ber Alamat Di JL. Tanah Merdeka No.6, Rt.10/Rw.5, Rambutan, Kec. Ciracas, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13830”

Bab II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Dasar Kewirausahaan

1. Definisi Kewirausahaan

1. Pengertian kewirausahaan menurut para ahli.
2. Penjelasan tentang kewirausahaan secara umum.

2. Karakteristik Wirausaha

1. Sifat dan karakteristik yang dibutuhkan dalam kewirausahaan.
2. Penjelasan tentang sikap dan keterampilan wirausaha sukses.

3. Fungsi dan Tujuan Kewirausahaan

1. Dampak kewirausahaan terhadap perekonomian.
2. Tujuan utama dalam pengembangan usaha.

2.2 Konsep Bisnis yang Dikembangkan

1. Latar Belakang Pemilihan Ide Bisnis

1. Penjelasan tentang alasan memilih ide bisnis tersebut.
2. Masalah atau peluang yang diatasi melalui bisnis ini.

2. Model Bisnis

1. Uraian tentang Business Model Canvas (BMC) jika digunakan.
2. Penjelasan komponen utama dalam bisnis seperti produk, pelanggan, dan strategi pemasaran.

3. Keunggulan Kompetitif

1. Apa yang membuat bisnis ini unik atau berbeda dibandingkan kompetitor.
2. Penjelasan inovasi yang ditawarkan.

Bab III

Metodologi Kegiatan

3.1. Rencana Usaha

A. Deskripsi Usaha:

Usaha stop lamp dirancang untuk menyediakan kebutuhan Spare part kendaraan sepeda motor .

1. Jenis produk: (contoh: Stop lamp lazy, Stop Lamp Running)
2. Target pasar: warga sekitar pemukiman rumah, anak muda, bengkel.
3. Keunikan produk: Penawaran stop lamp sepeda motor yang bervariasi

3.2. Tujuan Usaha:

1. Memenuhi kebutuhan spare part sepeda motor.
2. Menanamkan nilai kewirausahaan kepada pelaku usaha.
3. Mendukung pengembangan modifikasi sepeda motor.

3.3. Perencanaan Operasional

- Lokasi Usaha:
permukiman rumah
- Jam Operasional:
Contoh: 07.00–21.00.
- Sumber Daya Manusia (SDM): 2-3 Orang

3.4. Strategi Pemasaran

☐ **Harga:**

Menyesuaikan daya beli dengan tetap mempertimbangkan keuntungan.

Daftar harga

No	Nama Barang	Harga Barang
1.	LED Strip / Modul LED SMD 5050/3528 Merah atau RGB 12V (1 meter)	Rp 120.000 /1 pcs
2.	Modul Running LED Universal 12V	Rp 50.000/1 pcs
3.	Resistor & Kapasitor Dll	Rp 5.000/1 pcs
4.	Flasher LED (jika ubah sein ke LED)	Rp 25.000
5.	Kabel Tambahan	Rp. 15.000
6.	Mika Smoke	Rp. 30.000
7.	Alat Solder	Rp. 50.000
8.	Multimeter Digital	-
9.	Tang, Cutter, Solasi, Obeng	Rp. 50.000

☐ Pelayanan:

- Layanan cepat dan ramah.
- Sistem pemesanan pre order (pesan dahulu)

3.5. Analisis Keuangan

1. Modal Awal:

Rincian kebutuhan modal untuk pembelian peralatan dapur, bahan baku, dan biaya operasional awal.(Perkiraan Rp 345.000)

2. Estimasi Biaya Operasional:

Perhitungan biaya harian/mingguan untuk bahan stoplamp after market, kabel tambahan, isolasi , ongkos kerja (Perkiraan Rp 180.000 – 310.000).

3. Estimasi Pendapatan:

Proyeksi pendapatan harian berdasarkan custom, kualitas dan model sekitar (250.000 – 500.000)

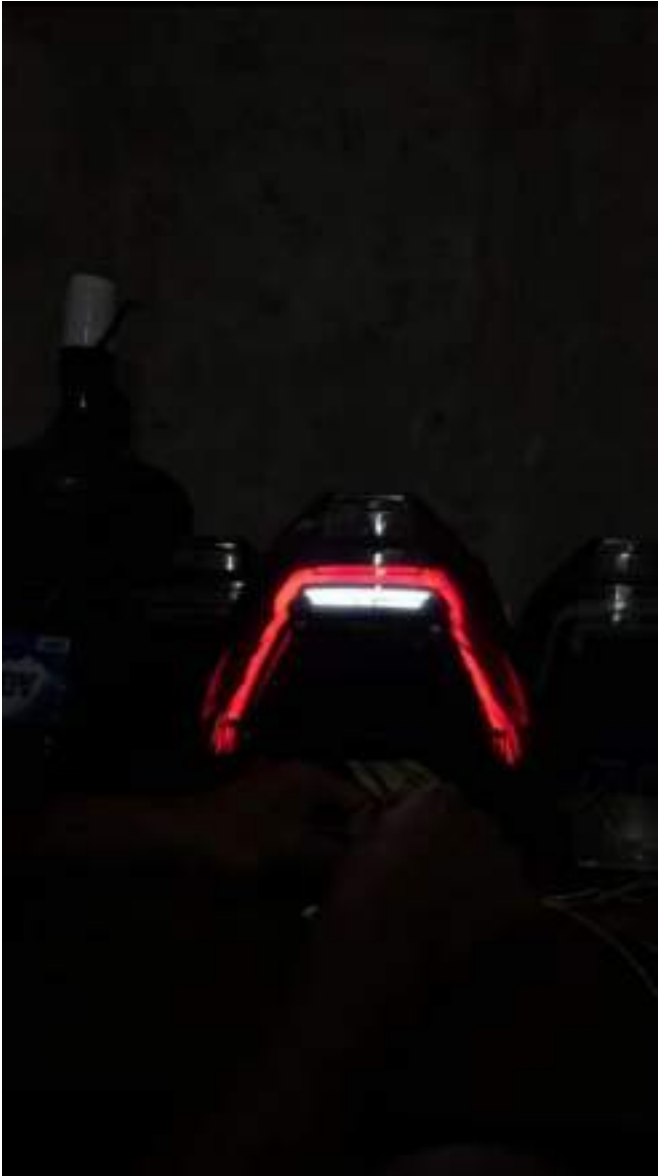
Analisis Keuntungan:

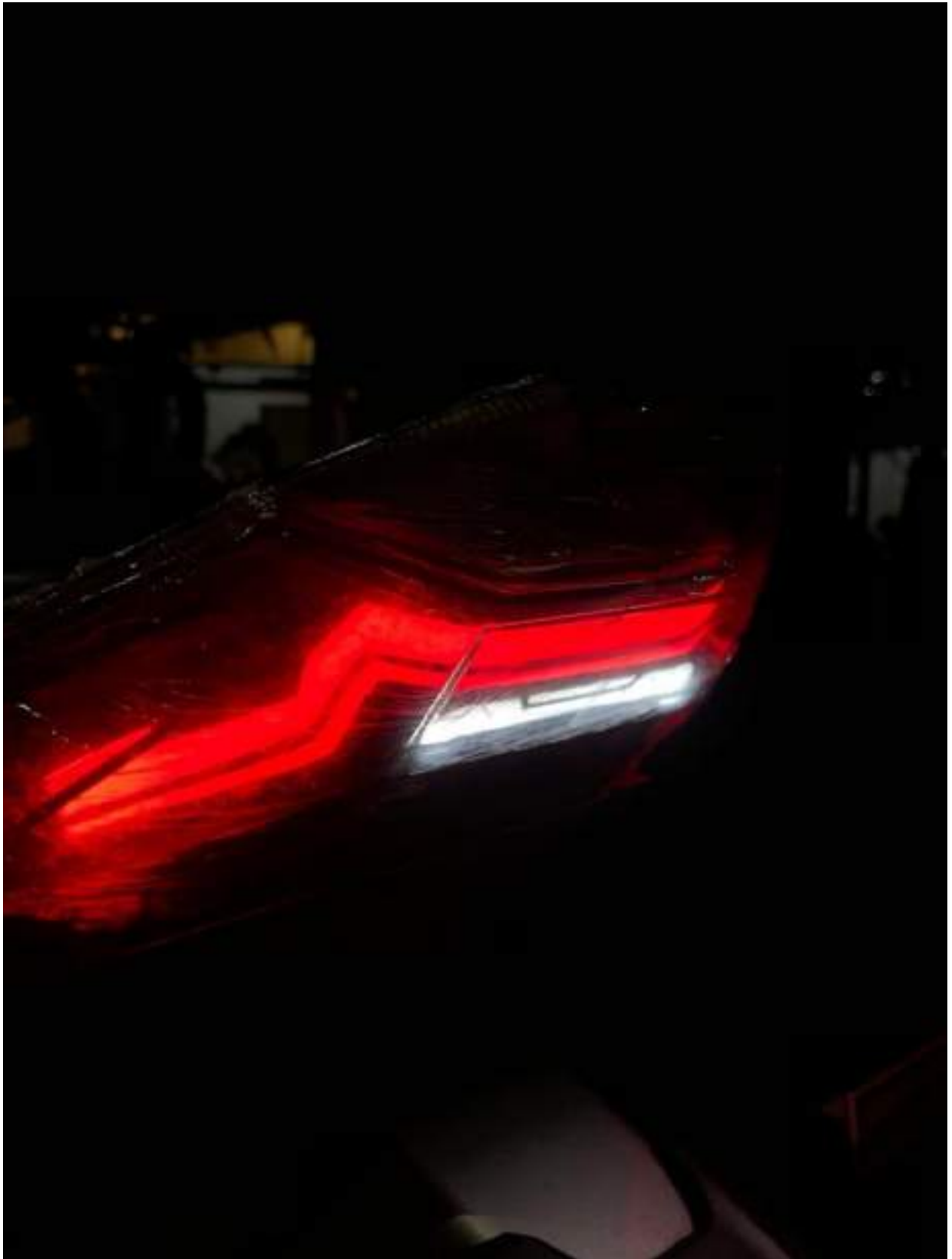
Rumus dasar: Pendapatan – Biaya Operasional.

= 4.000.000 – 3.100.000 = Rp 900.000 (Keuntungan Bersih)

Bab IV

Lampiran





Bab V

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam laporan kewirausahaan ini, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Melalui pengelolaan yang terstruktur, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, bisnis dapat mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

Dalam laporan ini, aspek-aspek seperti analisis peluang, pengelolaan sumber daya, strategi pemasaran, dan inovasi produk telah diidentifikasi sebagai faktor kunci yang mendukung keberhasilan usaha. Dengan fokus pada keberlanjutan dan adaptasi terhadap perubahan pasar, wirausahawan memiliki peluang lebih besar untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2010). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2014). *Entrepreneurship*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.



**PEMERINTAH KABUPATEN BOGOR
KECAMATAN CITEUREUP
DESA PASIR MUKTI**

Jl Sabililah Citeureup Tajur KM 4 Kode Pos 16810

SURAT KETERANGAN

Nomor : 400.5.4 /Pasir Mukti / Kesra

Yang bertanda tangan dibawah ini Bapak RT 02/04 Desa Pasir Mukti Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor, Berdasarkan Keterangan dari Pemohon dengan ini menerangkan bahwa :

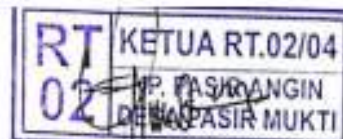
Nama : Aditya Bima Sakti
Nim : 2203025001
Alamat : Kp. Pasir Angin RT. 002/003 Desa Pasir Mukti
Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor.

Bahwa nama tersebut diatas adalah benar telah melakukan program kegiatan Kegiatan Wirausaha Pemula, Surat Keterangan ini diberikan untuk melengkapi persyaratan mata kuliah Kewirausahaan Bisnis

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pasir Mukti, 15 Desember 2025

KEPALA RT 02



Bpk. Cece Maulidin

KEWIRAUSAHAAN BISNIS

“BENGKEL SERVIS AC MOBIL”

Disusun Untuk Memenuhi Tugas

Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan bisnis



Dosen Pengampu :

Dr. Dan Mugisidi, ST., M.Si.

Disusun Oleh :

AGIL HIDAYATULLOH

(2203035003)

PROGRAM STUDI TEKNIK MESIN FAKULTAS TEKNOLOGI

INDUSTRI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA

2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun laporan kewirausahaan terstruktur ini dengan judul "Perencanaan Bisnis Servis AC Mobil sebagai Peluang Usaha Jasa Otomotif".

Laporan ini disusun sebagai bentuk implementasi dari mata pelajaran kewirausahaan, dengan tujuan untuk mengembangkan jiwa wirausaha yang kreatif, inovatif, dan berorientasi pada solusi kebutuhan masyarakat, khususnya di bidang jasa perawatan kendaraan. Pemilihan bidang servis AC mobil dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah kendaraan pribadi dan kebutuhan masyarakat terhadap kenyamanan dalam berkendara, yang menjadikan layanan servis AC sebagai peluang usaha yang menjanjikan dan berkelanjutan.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis banyak belajar mengenai perencanaan bisnis, mulai dari analisis pasar, manajemen operasional, strategi pemasaran, hingga proyeksi keuangan. Harapannya, laporan ini tidak hanya menjadi tugas akademik, tetapi juga menjadi pijakan awal untuk merealisasikan usaha yang sesungguhnya di masa depan.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan dalam proses penyusunan laporan ini, terutama kepada guru pembimbing, rekan-rekan, serta keluarga yang senantiasa memberikan motivasi.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pembaca, khususnya bagi generasi muda yang ingin memulai usaha di bidang jasa otomotif.

4 januari 2025

Agil hidayatulloh

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang Usaha.....	1
1.2 Prioritas Masalah	2
1.3 Profil Usaha	3
BAB II GAMBARAN UMUM USAHA.....	4
2.1 Ide bisnis.....	4
2.2 Konsep bisnis	4
2.2 Desain iklan	4
BAB III METODE PELAKSANAAN	6
3.1 Pembuatan Planning Usaha	6
3.2 Memulai Usaha.....	6
3.3 Persiapan Usaha.....	7
3.4 Analisis SWOT Usaha.....	7
3.5 Alat dan Rancangan Anggaran.....	8
3.6 Analisis Keuntungan	9
3.7 Dokumentasi.....	10
BAB IV PENUTUP	11
4.1 Kesimpulan.....	11
4.2 Lampiran	11

BAB 1

LATAR BELAKANG

1.1 LATAR BEAKANG USAHA

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia, khususnya mobil, meningkat secara signifikan. Mobil tidak hanya digunakan sebagai sarana transportasi pribadi, tetapi juga sebagai penunjang aktivitas bisnis dan operasional perusahaan. Seiring dengan meningkatnya jumlah kendaraan, kebutuhan akan perawatan dan perbaikan komponen kendaraan, termasuk sistem pendingin udara (AC), juga mengalami peningkatan.

AC mobil merupakan salah satu komponen penting yang sangat memengaruhi kenyamanan berkendara, terutama di negara tropis seperti Indonesia yang memiliki suhu udara tinggi hampir sepanjang tahun. Namun, AC mobil rentan terhadap kerusakan atau penurunan performa apabila tidak dirawat secara berkala. Banyak pengguna mobil yang mengeluhkan AC tidak dingin, muncul bau tidak sedap, atau suara bising, yang semuanya memerlukan penanganan profesional.

Sayangnya, tidak semua bengkel umum memiliki keahlian khusus dalam menangani masalah AC mobil secara optimal. Di sisi lain, masih terbatasnya jumlah bengkel spesialis AC mobil yang terpercaya dan terjangkau membuka peluang usaha yang menjanjikan di bidang ini.

Melihat peluang tersebut, bisnis servis AC mobil menjadi pilihan usaha yang potensial. Dengan menawarkan layanan spesialis seperti isi freon, penggantian kompresor, servis blower, pengurusan evaporator, hingga perawatan berkala AC, bisnis ini mampu menjawab kebutuhan pasar akan pelayanan teknis yang cepat, tepat, dan berkualitas.

Dengan dukungan tenaga kerja terampil dan penggunaan alat serta bahan yang sesuai standar, bisnis servis AC mobil diharapkan tidak hanya mampu memberikan solusi bagi konsumen, tetapi juga turut berkontribusi dalam mendukung keselamatan dan kenyamanan berkendara masyarakat.

1.2 PRIORITAS MASALAH

1. Ketersediaan Suku Cadang

- Masalah: Sulit mendapatkan komponen asli atau harga yang tidak stabil.
- Prioritas: Tinggi — tanpa suku cadang, servis tidak bisa dilakukan optimal.

2. Persaingan Usaha

- Masalah: Banyaknya bengkel serupa dengan harga bersaing.

- Prioritas: Tinggi — perlu strategi diferensiasi dan pelayanan unggulan.

3. Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan

- Masalah: Kurangnya layanan pelanggan yang ramah, transparansi biaya, dan jaminan pekerjaan.
- Prioritas: Tinggi — pelanggan yang puas akan memberikan repeat order dan rekomendasi.

1.1 Manfaat Kegiatan

Di tengah meningkatnya jumlah kendaraan pribadi di Indonesia, terutama mobil, kebutuhan akan layanan perawatan kendaraan juga semakin tinggi. Salah satu layanan yang kini banyak dicari adalah servis AC mobil. Bisnis ini memiliki potensi besar dan memberikan berbagai manfaat, baik bagi pemilik usaha, konsumen, maupun lingkungan sekitar. Berikut beberapa manfaat utama dari kegiatan bisnis servis AC mobil:

1. Peluang Ekonomi dan Lapangan Kerja

Bisnis servis AC mobil membuka peluang ekonomi yang signifikan. Banyak teknisi yang dapat diberdayakan dan dilatih untuk menjadi tenaga ahli dalam bidang pendingin kendaraan. Hal ini menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi angka pengangguran, terutama bagi lulusan SMK otomotif dan masyarakat sekitar.

2. Peningkatan Kenyamanan dan Keamanan Pengguna Mobil

Servis AC mobil sangat penting untuk memastikan sistem pendingin bekerja optimal, terutama di iklim tropis seperti Indonesia. AC yang berfungsi dengan baik meningkatkan kenyamanan berkendara dan membantu pengemudi tetap fokus, yang secara tidak langsung juga meningkatkan keselamatan di jalan.

3. Perpanjangan Usia Komponen Mobil

Dengan melakukan servis AC secara berkala, kerusakan dini pada komponen seperti kompresor, kondensor, dan evaporator dapat dicegah. Ini berarti pemilik mobil dapat menghemat biaya perawatan jangka panjang dan menjaga performa mobil tetap optimal.

4. Pengurangan Emisi dan Efisiensi Energi

Sistem AC yang bermasalah biasanya bekerja lebih keras dan mengonsumsi lebih banyak energi dari mesin. Dengan perawatan yang tepat, efisiensi energi dapat dijaga sehingga mengurangi konsumsi bahan bakar dan emisi gas buang kendaraan. Ini memberikan kontribusi terhadap upaya pelestarian lingkungan.

5. Mendorong Wirausaha dan Inovasi Teknologi

Bisnis servis AC mobil memicu semangat wirausaha dan inovasi teknologi. Banyak bengkel kini mengadopsi sistem booking online, layanan servis panggilan, serta penggunaan alat dan refrigeran ramah lingkungan. Hal ini memperluas cakupan layanan dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

6. Membangun Relasi Pelanggan Jangka Panjang

Servis AC mobil bukanlah kebutuhan sekali pakai. Pelanggan yang puas cenderung akan kembali menggunakan layanan dan bahkan merekomendasikan ke orang lain. Ini menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dan membangun kepercayaan merek (brand trust).

BAB II GAMBARAN USAHA

2.1 Ide Bisnis

Mendirikan usaha servis AC mobil yang menyediakan berbagai layanan seperti:

- Pengecekan dan perawatan AC rutin
- Pengisian freon
- Pembersihan evaporator dan kondensor
- Penggantian sparepart (kompresor, fan, dll)
- Servis panggilan ke lokasi (mobile service)

2.2 KONSEP BISNIS

Memberikan layanan perawatan dan perbaikan AC mobil yang berkualitas tinggi.

Menyediakan solusi cepat dan tepat bagi konsumen yang mengalami masalah pada sistem pendingin kendaraannya.

Menumbuhkan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan prima dan transparansi biaya.

Menghasilkan keuntungan berkelanjutan melalui model bisnis yang efisien dan profesional.

2.3 DESAIN IKLAN

Desain logo iklan bukan sekadar gambar atau simbol yang menarik secara visual; ia adalah identitas visual sebuah merek, produk, atau layanan. Makna di baliknya sangat dalam dan krusial bagi keberhasilan sebuah kampanye iklan.

Salah satu fungsi utama logo adalah agar mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Desain yang unik, sederhana, dan mudah dicerna akan membantu merek untuk menonjol di tengah persaingan yang ketat. Ketika konsumen melihat logo, mereka harus segera mengasosiasikannya dengan merek dan produk atau layanan yang ditawarkan.

Sebuah logo yang baik mampu menyampaikan pesan kompleks secara instan tanpa perlu banyak kata. Melalui simbolisme dan metafora visual, logo bisa mengkomunikasikan jenis industri, target audiens, bahkan benefit utama dari produk atau layanan. Contohnya, logo

dengan gambar daun bisa langsung mengindikasikan produk yang alami atau ramah lingkungan.

alam pasar yang kompetitif, logo berfungsi sebagai alat vital untuk membedakan merek dari pesaing. Desain yang orisinal dan tidak meniru akan membantu merek untuk memiliki ciri khasnya sendiri, sehingga konsumen dapat dengan mudah membedakannya dari merek lain.

- **BERIKUT DESAIN IKLAN SAYA**



BAB III

METODE PELAKSANAAN

Bisnis servis AC melibatkan serangkaian langkah terstruktur untuk memastikan pelayanan yang efektif, efisien, dan memuaskan pelanggan. Metode pelaksanaannya dapat dibagi menjadi beberapa tahapan utama, mulai dari penerimaan permintaan hingga pasca-servis.

3.1 Pembuatan Planning Usaha

Servis AC mobil adalah bisnis yang menjanjikan, mengingat pertumbuhan jumlah kendaraan dan kebutuhan akan kenyamanan berkendara di iklim tropis seperti Indonesia. Namun, untuk sukses, dibutuhkan perencanaan yang matang dan strategi yang tepat

1. Produk/Layanan Utama: Jasa apa saja yang akan Anda tawarkan? (Misalnya: pengisian freon, perbaikan kebocoran, penggantian komponen, pembersihan evaporator, dll.)
2. Target Pasar: Siapa calon pelanggan Anda? (Misalnya: pemilik mobil pribadi, perusahaan taksi online, armada kendaraan komersial, dll.)
3. Keunggulan Kompetitif: Apa yang membuat bisnis Anda berbeda dari pesaing? (Misalnya: garansi panjang, pelayanan *home service*, harga transparan, teknisi bersertifikat, dll.)
4. Proyeksi Keuangan Singkat: Gambaran umum mengenai perkiraan pendapatan, keuntungan, dan kebutuhan modal awal.

3.2 Memulai Usaha

Setelah perencanaan selesai, tahap selanjutnya adalah memulai produksi awal. Modal awal yang digunakan dalam usaha ini adalah sebesar Rp 21.268.000 Modal tersebut digunakan untuk membeli alat, serta kebutuhan lainnya.

3.3 Persiapan Usaha

1. Riset dan Pemahaman Pasar

- Kenali kebutuhan pelanggan: Berapa banyak mobil di sekitar? Seberapa sering orang servis AC?
- Pelajari pesaing: Apa kelebihan dan kekurangan bengkel servis AC mobil lain?
- Tentukan segmen pasar: Misalnya, mobil pribadi, mobil angkutan online, atau fleet perusahaan.

2. Pengetahuan dan Keterampilan Teknis

- Pelatihan teknisi: Ikuti kursus servis AC mobil (misalnya di BLK, lembaga pelatihan otomotif, atau langsung dari produsen AC mobil).
- Sertifikasi: Usahakan punya sertifikat resmi agar lebih dipercaya.

3. Peralatan dan Perlengkapan

Beberapa alat utama yang wajib disiapkan:

- Manifold gauge set
- Vacuum pump
- Refrigerant recovery machine
- Nitrogen tank + regulator
- Thermometer digital
- Leak detector
- Tang crimping selang AC
- Toolbox (obeng, tang, kunci, dll)

3.4 Analisis SWOT Usaha

Strengths (Kekuatan)

1. Keahlian Teknis dan SDM Profesional
Teknisi yang terlatih dan berpengalaman dapat memberikan hasil servis yang maksimal dan dipercaya pelanggan.
2. Permintaan Stabil dan Konsisten
AC mobil adalah kebutuhan utama di iklim tropis seperti Indonesia, sehingga permintaan servis relatif stabil sepanjang tahun.

Weaknesses (Kelemahan)

1. Ketergantungan pada Teknisi
Jika teknisi utama tidak hadir, operasional bisa terganggu. Kualitas servis sangat tergantung pada keterampilan individu.
2. Kurangnya Sistem Manajemen Usaha
Banyak usaha servis kecil belum memiliki sistem manajemen stok, keuangan, dan layanan pelanggan yang baik.

3.5 Alat dan Rancangan Anggaran

Manifold Gauge Set: Ini adalah alat paling penting untuk mengukur tekanan freon (refrigeran) dalam sistem AC. Biasanya terdiri dari dua gauge (tekanan tinggi dan rendah) dan beberapa selang penghubung.

Vakum Pompa (Vacuum Pump): Digunakan untuk mengosongkan sistem AC dari udara dan uap air sebelum pengisian freon. Proses vakum sangat penting untuk mencegah kerusakan pada komponen AC dan memastikan kinerja optimal.

Mesin Isi Ulang Freon (AC Charging Station): Alat ini seringkali sudah terintegrasi dengan fungsi vakum, recovery (pengambilan kembali freon lama), dan pengisian freon baru secara otomatis. Ini adalah investasi yang lebih besar tetapi sangat memudahkan pekerjaan.

Detektor Kebocoran Freon (Leak Detector): Alat elektronik ini digunakan untuk mendeteksi kebocoran freon yang tidak terlihat. Ada berbagai jenis, mulai dari yang menggunakan sensor panas hingga sensor ultraviolet (membutuhkan pewarna UV).

Kunci Inggris / Kunci Pas Set: Untuk mengencangkan dan melonggarkan berbagai mur dan baut pada sistem AC.

Obeng Set: Untuk berbagai keperluan pelepasan dan pemasangan komponen.

Tang Potong / Tang Kombinasi: Berguna untuk memotong atau memegang kabel dan selang.

Termometer Digital: Untuk mengukur suhu udara yang keluar dari ventilasi AC setelah servis, memastikan kinerja pendinginan yang optimal.

A. Rancangan anggaran

No	Bahan	Harga
1.	Manifold gauge	5.000.000
2.	Vakum pump	4.000.000
3.	AC charging stasion	10.000.000
4.	Leak detector	200.000
5.	Kunci kunci set	800.000
6.	Obeng set	245.000
7.	Tang set	90.000
8.	Thermometer digital	60.000
9.	Freon r134a	500.000
10.	Oli AC r134a	75.000
11.	Alat tes kebocoran AC	298.000
13	TOTAL	21.268.000

B. Strategi pemasaran

1. Riset Pasar dan Segmentasi Pelanggan

Sebelum melangkah lebih jauh, pemahaman mendalam tentang pasar dan target pelanggan adalah kunci.

- Identifikasi Target Pelanggan: Siapa target pelanggan utama Anda? Apakah mereka pemilik mobil keluarga, pekerja kantoran dengan mobilitas tinggi, pengemudi taksi

online, atau pemilik mobil mewah? Memahami profil demografi, gaya hidup, dan kebiasaan mereka akan membantu menyusun pesan pemasaran yang tepat.

- Analisis Pesaing: Pelajari siapa pesaing utama Anda. Apa kelebihan dan kekurangan mereka? Strategi harga, layanan unggulan, dan cara mereka berinteraksi dengan pelanggan dapat memberikan wawasan berharga.
- Tren Pasar: Perhatikan tren terbaru dalam industri otomotif, seperti peningkatan jumlah mobil listrik atau hybrid, yang mungkin memerlukan penyesuaian dalam layanan AC.

2. Penawaran Layanan yang Unggul dan Berbeda

Memiliki layanan yang berkualitas tinggi dan memiliki nilai lebih adalah fondasi dari strategi pemasaran yang sukses.

- Kualitas Servis yang Prima: Pastikan teknisi Anda terlatih, berpengalaman, dan menggunakan peralatan modern. Kualitas pengerjaan yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan dan promosi dari mulut ke mulut yang positif.
- Paket Layanan Menarik: Tawarkan berbagai paket servis, seperti paket ekonomis, paket perawatan lengkap, atau paket musiman. Ini memberikan pilihan kepada pelanggan sesuai kebutuhan dan anggaran mereka.

3.6 Analisis Keuntungan

Analisis keuntungan dilakukan berdasarkan laporan laba rugi dari total konsumen datang 259 mobil. Harga servis bervariasi tergantung penanganan sesuai kerusakan. Maka total pemasukan perbulan mencapai 25.000.000. Dari hasil ini, diperoleh untung sebesar 25.000.000 perbulan, yang menunjukkan bahwa usaha ini sangat potensial untuk terus dikembangkan.

1. Laporan Penjualan

Tanggal	Keterangan	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo (Rp)
12/04/2024	Modal Awal	30.000.000		30.000.000
13/04/2024	Pembelian alat alat	21.268.000		8.732.000
23/04/2024	Renovasi tempat	7.500.000		1.232.000
26/05/2025	Konsumen servis		875.000	2.107.000
07/06/2025	Konsumen servis		1.500.000	3.500.000
11/06/2025	Konsumen servis		4.500.000	8.500.000
17/06/2025	Konsumen servis		875.000	9.375.000

20/06/2025	pelayanan Tambahan (sampai sekarang)		25.000.000	34.375.000
------------	---	--	------------	------------

3.7 Dokumentasi



BAB IV

PENUTUP

A.KESIMPULAN

Bisnis bengkel AC mobil memiliki potensi pasar yang stabil dan menjanjikan mengingat AC mobil adalah komponen krusial yang memerlukan perawatan rutin dan perbaikan berkala. Permintaan akan jasa ini akan terus ada seiring bertambahnya jumlah kendaraan di jalan.

Beberapa poin kunci yang menyimpulkan bisnis ini adalah:

- Peluang Pasar yang Kuat: Hampir setiap mobil dilengkapi AC, dan seiring waktu, AC pasti memerlukan perawatan seperti pengisian freon, pembersihan, atau perbaikan komponen yang rusak. Ini menciptakan permintaan yang berkelanjutan.
- Musim dan Cuaca Mendukung: Terutama di negara beriklim tropis seperti Indonesia, penggunaan AC mobil sangat intens, membuat perawatannya menjadi prioritas bagi pemilik kendaraan. Musim kemarau atau cuaca panas secara signifikan meningkatkan kebutuhan akan layanan ini.
- Pentingnya Keahlian dan Peralatan: Kualitas layanan sangat bergantung pada keahlian teknisi dan ketersediaan peralatan diagnostik serta perbaikan yang memadai. Investasi pada SDM yang terlatih dan teknologi yang relevan adalah kunci kesuksesan.

B.LAMPIRAN



LAPORAN HASIL KEGIATAN USAHA GEMOI MOCHI

Disusun Guna Memenuhi Tugas Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis

Dosen Pengampu:
Dr. Dan Mugisidi, S.T., M.Si.



Oleh:

Akmal Sadik

2203025027

**PROGRAM STUDI TEKNIK ELEKTRO
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
2026**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan kegiatan ini dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bagian dari laporan akhir dalam mata kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis. Mata kuliah ini bertujuan untuk mengembangkan wawasan, keterampilan, dan kemampuan kewirausahaan mahasiswa, serta membentuk karakter yang kreatif, inovatif, dan tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan di dunia usaha.

Usaha Gemoi Mochi ini dirintis dengan tujuan untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha, mulai dari proses perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi usaha. Selain itu, melalui usaha ini diharapkan dapat tercipta pengalaman langsung dalam menjalankan bisnis di bidang kuliner, khususnya makanan ringan berbasis olahan dimsum yang dikombinasikan dengan saus mentai yang sedang digemari masyarakat.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dosen Pembimbing, rekan-rekan tim usaha, serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses kegiatan dan penyusunan laporan ini. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat serta menjadi inspirasi bagi pembaca dalam menumbuhkan semangat berwirausaha.

Jakarta, 6 Januari 2026

Akmal Sadik

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan.....	2
1.3 Manfaat.....	2
BAB II PROFIL USAHA.....	3
2.1 Nama dan Tujuan	3
2.2 Tujuan Usaha	3
2.3 Visi Dan Misi Usaha.....	4
2.4 Informasi Produk.....	4
2.5 Sasaran Pelanggan.....	4
2.6 Data Survei Pasar dan Karakteristik Konsumen	5
BAB III FINANSIAL	10
3.1 Modal Usaha.....	10
3.2 Alat dan Bahan.....	10
BAB IV PENUTUP	13
4.1 Kesimpulan.....	13
4.2 Saran.....	13
LAMPIRAN	14
DAFTAR PUSTAKA	17

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Sumber Daya Gemoi Mochi.....	9
Tabel 2 Modal Usaha Gemoi Mochi	10
Tabel 3 Daftar Alat dan Harga	10
Tabel 4 Daftar Bahan dan Harga	10
Tabel 5 Daftar Tambahan	11
Tabel 6 Harga Jual dan Target Penjualan	11
Tabel 7 Pendapatan Gemoi Mochi	11

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Usaha	14
Lampiran 2 Dokumentasi	14
Lampiran 3 Testimoni Pelanggan.....	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, membuka lapangan kerja, serta mengembangkan kreativitas dan inovasi, terutama dikalangan generasi muda. Melalui kegiatan kewirausahaan, individu tidak hanya diajarkan untuk menciptakan produk atau layanan, tetapi juga dilatih dalam hal perencanaan, manajemen, pemasaran, dan pengambilan keputusan bisnis yang tepat. Dalam era globalisasi dan persaingan usaha yang semakin ketat saat ini, dibutuhkan ide-ide kreatif untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah dan mampu bersaing di pasaran.

Salah satu bidang usaha yang terus berkembang dan memiliki daya tarik tersendiri adalah industri makanan dan minuman (kuliner). Makanan ringan atau camilan menjadi pilihan yang diminati banyak kalangan, baik anak-anak, remaja, hingga dewasa. Tren konsumsi makanan ringan dengan tampilan menarik, cita rasa yang unik, serta inovasi pada isian atau varian rasa semakin meningkat seiring perubahan gaya hidup masyarakat.

Mochi adalah salah satu produk makanan ringan yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Mochi merupakan kue berbahan dasar tepung ketan dengan tekstur kenyal, berisi aneka rasa manis di bagian dalam, serta sering disajikan dalam bentuk mungil dan warna-warna yang menarik. Awalnya dikenal sebagai makanan khas Jepang, Mochi kini telah berkembang luas di berbagai negara, termasuk Indonesia. Di beberapa daerah, seperti Sukabumi, mochi bahkan menjadi oleh-oleh khas yang populer di kalangan wisatawan.

Meskipun mochi sudah cukup dikenal, inovasi terhadap produk ini masih dapat terus dikembangkan, baik dari segi rasa, tampilan, kemasan, maupun strategi pemasaran. Oleh karena itu, melalui kegiatan kewirausahaan ini, Penulis mencoba memproduksi dan memasarkan mochi dengan konsep yang lebih modern tanpa menghilangkan cita rasa tradisional. Penulis juga menghadirkan variasi rasa yang sesuai dengan selera konsumen masa kini agar produk ini memiliki daya saing yang lebih tinggi.

Selain itu, kegiatan kewirausahaan ini menjadi wadah bagi Penulis untuk mengasah keterampilan berwirausaha secara langsung, mulai dari perencanaan produksi, pengelolaan bahan baku, pengemasan produk, hingga penyusunan strategi pemasaran dan

evaluasi usaha. Dengan demikian, Penulis tidak hanya memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga pengalaman berharga dalam dunia bisnis yang dapat bermanfaat di masa depan.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dilaksanakannya kegiatan kewirausahaan dengan produk mochi ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan produk makanan ringan yang inovatif dan bernilai jual, khususnya mochi dengan variasi rasa dan tampilan yang menarik.
2. Melatih keterampilan wirausaha, mulai dari tahap perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi usaha.
3. Mendorong semangat kewirausahaan di kalangan pelajar atau mahasiswa, sehingga dapat menjadi bekal untuk menciptakan peluang usaha mandiri di masa depan.

1.3 Manfaat

Adapun manfaat dari praktik kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan berwirausaha
2. Meningkatkan kreativitas dan inovasi produk
3. Memberikan peluang pengenalan produk ke masyarakat

BAB II PROFIL USAHA

2.1 Nama dan Tujuan

Gemoi Mochi merupakan sebuah inspirasi usaha yang berakar pada semangat untuk berbagi kebahagiaan dan memberdayakan komunitas melalui kuliner tradisional Jepang, Mochi Daifuku. Lebih dari sekedar menjual makanan penutup yang lezat, kami memiliki tujuan yang mulia untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat sekitar. Kami percaya bahwa setiap gigitan mochi daifuku kami, tidak hanya memanjakan lidah saja, tetapi juga menyumbangkan pada senyuman dan kebahagiaan.

2.2 Tujuan Usaha

Dengan memulai membangun usaha ini, kami memiliki tujuan mulia;

a. Mengurangi Angka Pengangguran Lokal:

Dengan menyediakan lapangan pekerjaan yang layak dan memberdayakan individu dengan keterampilan baru, kami berharap dapat membantu meningkatkan taraf hidup keluarga dan mengurangi angka pengangguran di sekitar lokasi usaha.

b. Mendukung Pendidikan dan Kesejahteraan Anak:

Melalui kontribusi dari keuntungan, kami ingin memberikan akses pendidikan yang lebih baik bagi anak-anak yang kurang mampu, memastikan mereka memiliki kesempatan untuk meraih masa depan yang lebih cerah.

c. Meningkatkan Kemandirian Perempuan:

Memberdayakan ibu rumah tangga untuk memiliki penghasilan sendiri, meningkatkan kemandirian finansial mereka, dan memberikan kontribusi lebih besar bagi keluarga.

d. Membangun Jaringan Sosial yang Kuat:

Menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku usaha, karyawan, pelanggan, dan komunitas, membangun ekosistem yang saling mendukung dan peduli.

e. Menjadi Contoh Bisnis Berdampak Positif:

Menunjukkan bahwa bisnis dapat dijalankan dengan etika, integritas, dan tujuan yang mulia, memberikan inspirasi bagi usaha-usaha lain untuk turut berkontribusi pada kebaikan sosial.

2.3 Visi Dan Misi Usaha

a. Visi

Menjadi pelopor usaha mochi daifuku yang tidak hanya dikenal akan kelezatan dan kualitas produknya, tetapi juga sebagai kekuatan pendorong kebaikan dalam masyarakat.

b. Misi

1. Menghadirkan Mochi Daifuku Berkualitas Tinggi:
2. Membuka Peluang Pemberdayaan Ekonomi:
3. Membangun Komunitas Inklusif:
4. Berbagi Keuntungan untuk Kebaikan Sosial:
5. Meningkatkan Kesadaran Budaya:

2.4 Informasi Produk

Mochi Daifuku adalah kue beras tradisional Jepang yang terkenal akan teksturnya yang kenyal, lembut, dan isiannya yang manis. "Gemoi Mochi" akan menyajikan mochi daifuku dengan perpaduan keaslian resep tradisional dan sentuhan inovasi rasa yang disesuaikan dengan selera pasar lokal, tanpa melupakan komitmen kami terhadap kualitas dan keberlanjutan.

Mochi daifuku kami terbuat dari mochigome (beras ketan Jepang) pilihan yang diolah secara cermat untuk menghasilkan kulit mochi yang sangat lembut, elastis, dan tidak lengket di gigi. Setiap butir mochi diisi dengan pasta manis yang kaya rasa, kemudian ditaburi dengan tepung maizena atau bubuk kacang kedelai (kinako) untuk mencegah lengket. Kami menekankan pada kesegaran, kebersihan, dan kehalalan setiap bahan yang digunakan.

2.5 Sasaran Pelanggan

Untuk mencapai tujuan mulia dan keberlanjutan usaha Gemoi Mochi, penentuan sasaran pasar yang tepat adalah krusial. Kami telah mengidentifikasi beberapa segmen pasar potensial yang tidak hanya memiliki minat terhadap produk kami, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai dan misi sosial yang kami usung.

1. Pecinta Kuliner Jepang dan Makanan Penutup Unik

Segmen ini merupakan inti dari sasaran pasar kami. Mereka adalah individu dari

berbagai rentang usia (umumnya 18-45 tahun) yang tertarik pada budaya dan kuliner Jepang, menyukai makanan penutup yang inovatif, otentik, dan berkualitas tinggi.

Mencari pengalaman rasa baru diluar hidangan penutup konvensional.

2. Komunitas dan Kalangan yang Peduli Sosial (Conscious Consumers)

Ini adalah segmen pasar yang sangat penting bagi Mochi mengingat misi sosial kami. Mereka adalah konsumen yang memiliki kesadaran tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, lebih memilih produk atau merek yang memiliki dampak positif pada masyarakat atau lingkungan, senang mendukung usaha kecil dan lokal yang memberdayakan komunitas dan tertarik pada cerita di balik produk dan bagaimana pembelian mereka dapat berkontribusi pada kebaikan yang lebih besar.

3. Pekerja Kantoran dan Mahasiswa

Terutama di area perkotaan atau dekat kampus, segmen ini memiliki potensi besar. Mereka adalah individu yang mencari cemilan praktis, lezat, dan mengenyangkan di sela-sela aktivitas, memiliki kecenderungan untuk membeli makanan kecil atau hadiah untuk teman atau kolega dan mencari produk dengan harga terjangkau namun tetap berkualitas.

4. Keluarga Muda dan Orang Tua

Orang tua yang ingin mengenalkan rasa dan budaya baru kepada anak-anak mereka. Mencari pilihan cemilan yang tidak terlalu manis atau menggunakan bahan-bahan alami. Sering membeli makanan untuk acara kumpul keluarga atau sebagai hadiah kecil.

5. Pelaku Event dan Reseller

Untuk volume penjualan yang lebih besar, kami juga menargetkan: Penyelenggara acara (ulang tahun, rapat, pernikahan skala kecil) yang mencari hidangan penutup unik. Kafe atau toko oleh-oleh yang ingin menambahkan variasi produk dengan mochi daifuku berkualitas tinggi. Individu atau komunitas yang ingin menjual kembali produk kami dalam skala kecil untuk kegiatan amal atau penggalangan dana. Dengan menargetkan segmen-segmen pasar ini, kami yakin "Mochi Bahagia" dapat membangun basis pelanggan yang loyal, sembari terus mewujudkan visi dan misi sosial kami.

2.6 Data Survei Pasar dan Karakteristik Konsumen

Untuk memastikan relevansi dan potensi pasar "Gemoi Mochi", kami melakukan survei pasar pendahuluan dan analisis karakteristik konsumen di wilayah Bekasi.

a. Data Survei Pasar

Survei dilakukan secara daring dan wawancara singkat dengan 100 responden di area Bekasi (usia 18-50 tahun), dengan fokus pada kebiasaan konsumsi makanan penutup dan preferensi terhadap kuliner Jepang. Minat terhadap Kuliner Jepang: 75% responden menyatakan sangat menyukai atau cukup menyukai kuliner Jepang, termasuk dessert. Frekuensi Konsumsi Dessert: 60% responden mengonsumsi dessert setidaknya 2-3 kali seminggu, menunjukkan tingginya permintaan pasar. Preferensi Makanan Penutup Baru: 85% responden tertarik mencoba makanan penutup baru atau yang unik, menandakan keterbukaan pasar terhadap mochi daifuku. Kesadaran terhadap Mochi: 45% responden sudah mengenal mochi, namun hanya 20% yang mengetahui mochi daifuku secara spesifik, menunjukkan adanya peluang edukasi dan penetrasi pasar. Kesiapan Membayar: Rata-rata responden bersedia membayar antara Rp 7.000 - Rp 12.000 untuk satu porsi dessert berkualitas. Pertimbangan Pembelian: Selain rasa, kebersihan (80%) dan keunikan (65%) menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Sebanyak 40% responden menyatakan akan lebih memilih produk dari usaha yang memiliki dampak sosial positif.

b. Karakteristik Konsumen Sasaran

Berdasarkan survei dan pengamatan, kami mengidentifikasi karakteristik utama konsumen sasaran Gemoi Mochi:

- **Pecinta Gaya Hidup Modern & Kuliner Eksploratif:** Mayoritas adalah individu berusia 18-45 tahun, urban, yang terbuka terhadap pengalaman kuliner baru dan mengapresiasi keunikan serta kualitas. Mereka aktif menggunakan media sosial untuk mencari rekomendasi makanan.
- **Generasi Muda & Mahasiswa:** Kelompok usia muda (18-25 tahun) yang memiliki daya beli awal dan cenderung mengikuti tren kuliner. Mereka mencari cemilan yang instagrammable dan mudah diakses.
- **Keluarga Muda & Profesional Muda:** Kelompok usia 25-45 tahun yang memiliki daya beli lebih tinggi. Mereka mencari makanan penutup berkualitas untuk diri sendiri, keluarga, atau sebagai gift yang representatif dan unik. Mereka juga cenderung lebih peduli dengan aspek kesehatan dan kebersihan.
- **Konsumen yang Sadar Sosial (Conscious Consumers):** Semakin banyak individu yang tidak hanya membeli produk, tetapi juga "cerita" di baliknya. Kelompok ini, lintas usia, sangat menghargai dan bersedia membayar lebih untuk produk yang

memberikan dampak positif bagi masyarakat, sejalan dengan misi pemberdayaan gemoi mochi.

- Pencari Cemilan Sehat (Relatif): Meskipun mochi adalah dessert, dengan isian buah segar dan bahan alami, mochi daifuku dianggap sebagai pilihan yang lebih baik dibandingkan kue manis lainnya oleh sebagian konsumen yang memperhatikan asupan gula.

2.7 Bahan Baku Utama

- a. Tepung Beras Ketan (Mochigome): Dipilih dari kualitas terbaik untuk menjamin tekstur mochi yang kenyal dan lembut.
- b. Air: Air minum yang steril dan berkualitas tinggi.
- c. Gula: Gula pasir berkualitas baik untuk isian dan penyeimbang rasa.
- d. Isian (Anko/Pasta Kacang Merah): Anko kacang merah pilihan, dimasak dengan hati-hati untuk mendapatkan konsistensi dan rasa manis yang pas.
- e. Buah Segar (Opsional): Untuk varian tertentu, kami menggunakan buah-buahan segar pilihan seperti stroberi, pisang, atau kiwi, yang memiliki kualitas premium dan rasa manis-asam yang seimbang.
- f. Tepung Taburan: Maizena food grade atau bubuk kinako (kacang kedelai panggang) berkualitas tinggi untuk sentuhan akhir.
- g. Bahan Isian Inovatif (Opsional): Matcha berkualitas tinggi, pasta ubi ungu, cokelat premium, atau krim keju untuk varian rasa modern.
- h. Varian Rasa

Mochi Daifuku akan menawarkan berbagai varian rasa untuk menarik segmen pasar yang luas:

- a. Varian klasik. Original anko (pasta kacang merah manis klasik), ichigo daifuku (pasta kacang merah dengan stroberi segar utuh), matcha anko (pasta kacang merah dengan sentuhan pahit manis matcha).
- b. Varian inovatif (disesuaikan dengan selera lokal): cokelat lumer (isian cokelat ganache yang lembut), keju susu (kombinasi krim keju dan susu yang gurih manis), taro/ubi ungu (isian pasta taro/ubi ungu yang khas), durian [musiman] (isian pasta durian asli untuk penggemar buah durian), varian lain dapat dikembangkan berdasarkan riset pasar lebih lanjut dan tren.

2.8 Ukuran dan Kemasan

a. Ukuran

Mochi daifuku akan disajikan dalam ukuran gigit yang pas (sekitar 30-40 gram per buah), mudah dinikmati dalam satu atau dua kali gigitan.

b. Kemasan

Dikemas dalam wadah plastik bening *food-grade*. Tersedia dalam berbagai ukuran *box* (isi 4, 6, atau 12 buah). Desain kemasan akan mencerminkan estetika Jepang yang bersih dan elegan, serta menyertakan logo dan informasi singkat tentang misi sosial kami. Informasi pada kemasan termasuk tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, saran penyimpanan, informasi alergen (jika ada), dan kontak informasi.

2.9 Keunggulan Kompetitif Produk

Keunggulan produk kami terletak pada kualitas premium yang dihasilkan dari bahan baku terbaik serta proses produksi yang higienis dan terkontrol. Tekstur khas mochi yang lembut, kenyal, dan tidak lengket menjadi pembeda utama dari produk serupa di pasaran.

Kami menawarkan varian rasa yang beragam, mulai dari rasa klasik hingga inovatif, untuk memenuhi berbagai selera konsumen. Gemoy Mochi diproduksi setiap hari (*freshly made*) guna memastikan kesegaran, kualitas, dan cita rasa terbaik.

Kami juga berkomitmen penuh terhadap standar kebersihan dan kehalalan dalam setiap tahap produksi, serta tidak menggunakan bahan pengawet artifisial demi menjaga kealamian dan kesehatan produk.

2.10 Daya Tahan dan Penyimpanan

Suhu Ruang: Mochi daifuku terbaik dikonsumsi pada hari yang sama atau maksimal 1-2 hari pada suhu ruang sejuk (tergantung isian, terutama jika mengandung buah segar).

Pendingin: Dapat disimpan di lemari es hingga 3-4 hari, namun tekstur mochi mungkin sedikit mengeras. Disarankan dikeluarkan beberapa menit sebelum dikonsumsi agar kembali lembut.

2.11 Sumber Daya

Tabel 1 Daftar Sumber Daya Gemoi Mochi

No	Nama	Keterangan
1.	Akmal Sadik	Kepala Produksi
2.	Fakhri Andriyana	Produksi
3.	Arkayla Uswatun H.	Produksi
4.	Bianca Saras W.	Marketing

BAB III FINANSIAL

3.1 Modal Usaha

Tabel 2 Modal Usaha Gemoi Mochi

Keterangan	Jumlah
Modal Awal	2.000.000
Modal Tambahan	600.000
Jumlah	2.600.000

3.2 Alat dan Bahan

a. Alat

Tabel 3 Daftar Alat dan Harga

Jenis Barang	Jumlah Qty	Harga Satuan	Jumlah Harga
Panci Besar	1 Pcs	75.000	75. 000
Spatula kayu/Silikon	3 Pcs	18.000	54.000
Baskom Stainlees	2 Pcs	35.000	70.000
Pisau Dapur	1 Set	45.000	45.000
Timbang Dapur Digital	1 Pcs	120.000	120.000
Talenan	3 Pcs	15.000	45.000
Meja Portable	1 Pcs	200.000	200.00
Lap dapur	1 Pack	30.000	30.000
Celemek	3 Pcs	50.000	150.000
Hand Glove	2 Pack	40.000	80.000
Food Pack	3 Pack	55.000	165.000
Gas Elpiji	2 Pcs	22.000	44.000
Total			1.074.000

b. Bahan

Tabel 4 Daftar Bahan dan Harga

Jenis Bahan	Jumlah Qty	Harga Satuan	Jumalh Harga
Tepung Ketan	1 Karton	15.000	215.000

Air galon	2 Pcs	6.000	12.000
Gula	1 Karton	17.000	350.000
Anko	3 Kg	150.000	150.000
Buah Segar	1 Kg	30.000	30.000
Tepung Taburan	5 Pcs	25.000	125.000
Collins Filling Pasta	4 Pcs	25.000	100.000
Total			982.000

c. Lainnya

Tabel 5 Daftar Tambahan

Kategori	Jumlah Harga
Brosur	50.000
Marketing	350.000
Stiker Produk	20.000
	450.000

d. Harga Jual dan Target Penjualan

Tabel 6 Harga Jual dan Target Penjualan

Keterangan	Jumlah Harga
Mochi satuan	5.000/Pcs
Mochi isi 4	18.000/Box
Mochi isi 6	29.000/Box
Mochi isi 12	58.000/Box
Target Penjualan	
Jumlah Penjualan	100 Pcs
1 Pcs x 5.000 x 25 Hari	14.000.000/Perbulan

e. Pendapatan

Tabel 7 Pendapatan Gemoi Mochi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan Bulanan	6.500.000

Pengeluaran Bulanan	2.000.000
Laba Pendapatan	4.500.000

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, usaha Gemoy Mochi merupakan wirausaha mikro yang potensial dan memberikan pengalaman nyata dalam membangun bisnis kuliner. Produk ini menarik karena memiliki rasa yang otenti khususnya oleh generasi muda. Strategi pemasaran mencakup bauran lengkap (produk, harga, tempat, promosi) serta memanfaatkan media sosial dan penjualan offline untuk menjangkau pasar luas. Peluang dan kekuatan yang mendukung pertumbuhan usaha meski ada beberapa tantangan. Secara finansial, dengan modal awal Rp2.650.000, usaha ini meraih pendapatan bulanan Rp6.500.000 dan laba bersih bulanan Rp4.500.000, sehingga telah mencapai 50% target penjualan dan layak untuk dikembangkan.

4.2 Saran

1. Inovasi yang berkelanjutan, khususnya dalam hal pengembangan varian rasa dan desain produk, penting dilakukan agar konsumen tetap tertarik dan tidak merasa jenuh.
2. Pemanfaatan strategi pemasaran digital secara maksimal, terutama melalui media sosial dan kerja sama dengan influencer lokal, sangat dianjurkan guna memperluas cakupan pasar.
3. Apabila permintaan terus mengalami peningkatan, diperlukan penambahan peralatan produksi serta tenaga kerja untuk menjaga efisiensi proses produksi dan mutu produk.
4. Evaluasi secara berkala terhadap aspek keuangan, operasional, dan pemasaran perlu dilakukan agar bisnis tetap responsif terhadap dinamika pasar dan dapat terus berkembang.
5. Jika usaha telah mencapai kestabilan, pertimbangkan pengembangan model bisnis berbasis kemitraan atau waralaba sebagai strategi untuk memperluas pangsa pasar.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Usaha

	RUKUN TETANGGA.12/III Kelurahan Harapan Jaya - Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi Sekretariat: Jln. Towuti III No.16
<u>SURAT KETERANGAN USAHA</u>	
Nomor: 043/SKTU/0201/2024	
Yang bertanda tangan di bawah ini adalah Ketua RT12/KW03 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi :	
Nama :	: Indha Lestiana
Tempat Tanggal lahir :	: Jatinegara, 10 Juli 1977
Agama :	: Islam
Jenis Kelamin :	: Laki-laki
Pekerjaan :	: Wirasaha dan Ketua RT
Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa di bawah ini	
Nama :	: Akmal Radik
Tempat Tanggal lahir :	: Harapan Jaya, 12 Januari 2000
Agama :	: Islam
Jenis Kelamin :	: Laki-laki
Pekerjaan :	: Mahasiswa
Bahwa orang tersebut benar-benar penduduk RT12/KW03 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi.	
Demikian surat keterangan usaha ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.	
Bekasi, 23 Desember 2024	
Ketua RT12	
	
Indha Lestiana	

Lampiran 2 Dokumentasi



Lampiran 3 Testimoni Pelanggan



DAFTAR PUSTAKA

- Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, dan Dean A. Shepherd. Kewirausahaan. Edisi ke-10. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Japan Guide. "Mochi". Diakses pada 22 Juni 2025.
- Badan Pusat Statistik (BPS). "Data Konsumsi Rumah Tangga per Kapita di Indonesia". Diakses pada 22 Juni 2025.
- Laporan Riset Pasar [Nama Lembaga Riset]. "Tren Pasar Makanan Ringan dan Dessert di Indonesia 2020".
- Ashoka. "What is Social Entrepreneurship?". Diakses pada 22 Juni 2025.
- Jurnal Bisnis dan Ekonomi Sosial. "Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Usaha Mikro".
- Strategyzer. "The Business *Model Canvas*
- .

LAPORAN PENGAYAAN KEWIRAUSAHAAN BISNIS



Dosen pengampu : Dr. Dan Mugsidi, S.T., M.Si

Disusun Oleh :

Nama	: Fauzan Najib Supriyadi
NIM	2203025016
Kelas	: 7A

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR. HAMKA
2026**

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas kewirausahaan ini dengan judul **“Laporan Kewirausahaan Usaha Dimsum Nafasya”** dengan lancar dan tepat waktu.

Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk tugas praktik kewirausahaan dalam rangka mengembangkan jiwa entrepreneurship dan kemampuan berpikir kreatif di bidang usaha makanan. Melalui usaha dimsum rumahan ini, penulis belajar secara langsung mengenai perencanaan usaha, proses produksi, strategi pemasaran, serta analisis keuangan sederhana.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, baik dalam isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

LAPORAN KEWIRAUSAHAAN: USAHA DIMSUM RUMAHAN “DIMSOM NAFASYA”

DAFTAR ISI

BAB I - PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Tujuan Usaha
- 1.3 Manfaat Usaha

BAB II - GAMBARAN UMUM USAHA

- 2.1 Identitas Usaha
- 2.2 Produk yang Ditawarkan
- 2.3 Target Pasar
- 2.4 Lokasi dan Strategi Pemasaran

BAB III - PERENCANAAN USAHA

- 3.1 Bahan Baku dan Alat
- 3.2 Proses Produksi
- 3.3 Perkiraan Produksi

BAB IV - ANALISIS USAHA

- 4.1 Laporan Keuangan
- 4.2 Analisis SWOT
- 4.3 Evaluasi Usaha

BAB V - PENUTUP

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran dan Rencana Pengembangan

BAB I – PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat akan makanan cepat saji yang higienis dan praktis semakin meningkat. Dimsum adalah makanan yang digemari berbagai kalangan karena rasanya yang gurih, lezat, dan cocok dikonsumsi kapan saja, menyehatkan jika dikonsumsi tidak berlebihan karena prosesnya di kukus jadi lebih aman untuk semua kalangan.

1.2 Tujuan Usaha

Menyediakan dimsum berkualitas dengan harga terjangkau

Menjadi wirausahawan muda yang mandiri

Menciptakan peluang kerja baru

1.3 Manfaat Usaha

Meningkatkan keterampilan kewirausahaan

Menambah penghasilan

Memberikan produk makanan yang sehat untuk masyarakat

BAB II – GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Identitas Usaha

Nama: Dimsum Nafasya

Pemilik: Fauzan Najib Supriyadi

Alamat: Jl. Murai 6, Bekasi

Jenis Usaha: Makanan siap saji (Dimsum kukus) dan frozen

2.2 Produk yang Ditawarkan

Dimsum ayam kukus isi 5 pcs per porsi, dikemas praktis.

2.3 Target Pasar

Mahasiswa, pekerja kantoran, dan masyarakat sekitar area Jakarta Selatan.

2.4 Lokasi dan Strategi Pemasaran

Penjualan dilakukan secara online (Instagram, WhatsApp)

Promo bundling dan gratis ongkir untuk area tertentu

BAB III – PERENCANAAN USAHA

3.1 Bahan Baku dan Alat

Bahan Baku Utama:

Daging ayam, kulit dimsum, tepung, sayuran, bumbu

Alat:

Kukusan, baskom, pisau, talenan, sendok, plastik kemasan

3.2 Proses Produksi

Persiapan bahan

Pengolahan adonan

Pembungkusan

Pengukusan

Pengemasan

3.3 Perkiraan Produksi

40 porsi dimsum per batch, dengan harga jual Rp10.000/porsi

BAB IV – ANALISIS USAHA

4.1 Laporan Keuangan

No	Nama Bahan	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
1	Daging ayam giling	2 kg	Rp40.000/kg	Rp80.000
2	Tepung tapioka	0,5 kg	Rp12.000/kg	Rp6.000
3	Kulit dimsum	2 bungkus	Rp15.000/bks	Rp30.000
4	Wortel	0,5 kg	Rp10.000/kg	Rp5.000
5	Bawang putih	0,2 kg	Rp25.000/kg	Rp5.000
6	Daun bawang	2 ikat	Rp3.000/ikat	Rp6.000
7	Minyak wijen & bumbu	1 paket	Rp20.000	Rp20.000
8	Plastik kemasan (10 pcs)	1 pack	Rp10.000/pack	Rp10.000
	Total Biaya Bahan			Rp162.000

4.2 Analisis SWOT

Aspek	Penjelasan
Strengths (Kekuatan)	- Rasa dimsum enak dan cocok untuk lidah lokal - Harga terjangkau - Bahan mudah didapat
Weaknesses (Kelemahan)	- Produksi masih terbatas secara manual - Belum memiliki izin resmi usaha
Opportunities (Peluang)	- Tingginya minat masyarakat terhadap jajanan sehat - Bisa dikembangkan jadi frozen food atau franchise
Threats (Ancaman)	- Banyaknya pesaing di bisnis makanan - Kenaikan harga bahan baku bisa mempengaruhi laba

4.3 Evaluasi Usaha

Keterangan	Jumlah
Pendapatan	Rp400.000
Biaya Bahan Baku	Rp162.000
Biaya Lain-lain	Rp18.000
(gas, listrik, dll)	
Total Biaya	Rp180.000
Laba Bersih	Rp220.000

Selama 1 minggu, usaha berjalan lancar dan mendapat tanggapan positif

Diperlukan penambahan alat dan pengemasan lebih menarik

Potensi pengembangan cukup besar jika promosi ditingkatkan

BAB V – PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Usaha Dimsum Nafasya terbukti memiliki potensi yang bagus dalam memenuhi kebutuhan jajanan sehat dan praktis. Dengan modal awal yang relatif kecil, usaha ini mampu menghasilkan laba yang cukup besar.

5.2 Saran dan Rencana Pengembangan

Meningkatkan kapasitas produksi

Menambah varian dimsum (udang, keju, pedas)

Mendaftarkan izin usaha resmi

Membuka sistem reseller dan pre-order

LAPORAN AKHIR PROGRAM WIRAUSAHA PEMULA MAHASISWA

"OPTIMALISASI PRODUKSI KUE BASAH SEBAGAI STRATEGI KEMANDIRIAN EKONOMI"

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan ini disusun untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai pelaksanaan program wirausaha pemula mahasiswa yang berfokus pada industri kuliner kue basah harian (Donat, Pastel, dan Bolu Kukus).

Aspek Operasional dan Administrasi Kegiatan usaha dilakukan secara mandiri dengan kapasitas produksi harian mencapai 300 kue. Dalam pelaksanaannya, unit usaha ini telah memenuhi seluruh kriteria legalitas administratif yang dipersyaratkan, meliputi status mahasiswa aktif, persetujuan Ketua Program Studi, dan pengakuan lingkungan melalui pengurus RT/RW.

Kinerja Finansial Analisis keuangan harian menunjukkan bahwa usaha dikelola dengan modal kerja sebesar Rp391.000. Secara teoretis, usaha memiliki potensi omzet sebesar Rp.580.000 dengan potensi laba bersih mencapai Rp.189.000 (Margin 32,5%). Namun, berdasarkan realita operasional, terdapat risiko produk tidak terjual senilai Rp. 150.000, yang menghasilkan Laba Bersih Aktual sebesar Rp39.000 per hari. Meskipun terdapat varians antara potensi dan realita, bisnis ini tetap menunjukkan angka ROI (Return on Investment) yang positif.

Kesimpulan dan Arah Strategis Secara keseluruhan, proyek wirausaha ini dinyatakan Layak untuk dijalankan. Temuan utama dalam laporan ini menunjukkan bahwa tantangan terbesar terletak pada manajemen inventaris produk yang cepat basi. Oleh karena itu, rekomendasi utama yang diajukan adalah optimalisasi volume produksi berdasarkan fluktuasi permintaan pasar dan penguatan pemasaran digital untuk menekan angka kerugian stok sisa.

BAB I

PROFIL DAN LEGALITAS USAHA

1.1. Identitas Bisnis

- Nama Produk : Aneka Kue Basah (Donat, Pastel Sayur/Bihun, Bolu Kukus).
- Target Pasar : Masyarakat sekitar, dan warung lingkungan.
- Visi : Menjadi unit usaha mandiri yang menyajikan cemilan berkualitas dengan harga terjangkau.

1.2 Pemenuhan Kriteria Administrasi

Berdasarkan ketentuan "Kegiatan Wirausaha Pemula", usaha ini telah melengkapi:

1. Status Akademik : Dijalankan oleh mahasiswa aktif.
2. Validasi Prodi : Diketahui dan disetujui oleh Ketua Program Studi.
3. Legalitas Lingkungan : Tersedia Surat Keterangan dari RT/RW setempat (Lampiran 1).

BAB II

ASPEK OPERASIONAL & PRODUKSI

2.1 Kapasitas Produksi Harian

Usaha ini memiliki kapasitas produksi harian yang terukur. Produksi dilakukan setiap pagi untuk menjaga kesegaran produk. Total produksi kue per hari yang direncanakan adalah 300 kue. Fokus produksi utama mencakup:

- Donat sebanyak 100 kue.
- Bolu Kukus sebanyak 40 kue.
- Pastel dan lain-lain 160 kue

2.2. Rincian Modal Usaha dan Biaya Bahan Baku

Total Modal Usaha atau biaya bahan baku harian yang dikeluarkan untuk satu hari operasional adalah sebesar Rp. 391.000, dikelola secara efektif untuk pengadaan bahan baku berkualitas. Rincian biaya bahan baku yang tercatat mencakup:

No	Bahan Yang Dibutuhkan	Nama Bahan	Harga
1	Bahan Utama Dan Protein	Tepung, Ayam, Telur	Rp. 140.000
2	Sayuran & Bumbu	Wortel, Cabe, Kelapa, Bihun	Rp. 71.272
3	Bahan Aditif Organik	Plembut, Pengembang	Rp. 35.600
4	Operasional & Gas	Operasional & Gas	Rp. 144.128.
	TOTAL		RP. 391.000

BAB III

LAPORAN LABA-RUGI DAN ANALISIS KEUANGAN

Laporan ini membandingkan kinerja **Ideal** (jika laku semua) dengan kinerja **Aktual** (realita lapangan).

3.1. Laporan Laba-Rugi Formal

KETERANGAN	Perhitungan Ideal (Rp)	Perhitungan Aktual (Rp)
I. PENDAPATAN		
Pendapatan Penjualan (300 kue)	580.000	430.000
II. BEBAN OPERASIONAL (MODAL)		
Biaya Bahan Baku & Produksi	(391.000)	(391.000)
Total Beban Operasional		(391.000)
III. LABA KOTOR POTENSIAL		189.000
IV. PENYESUAIAN RISIKO		
Kerugian Produk Tidak Laku (Loss)		(150.000)
V. LABA BERSIH AKTUAL (NET PROFIT)	189.000	39.000
Presentase Keuntungan	32,5%	9,0%

3.2. Analisis Kinerja

Berdasarkan laporan di atas, laba bersih aktual sebesar **Rp39.000** menunjukkan bahwa usaha berada pada posisi profitabilitas positif. Namun, terdapat varians sebesar **Rp150.000** yang

disebabkan oleh produk tidak laku, yang menjadi fokus utama dalam evaluasi manajemen stok di masa mendatang.

3.3. Analisis Varians (Kerugian)

- Produk Tidak Laku : Rp150.000.
- Penyebab : Fluktuasi permintaan harian dan durasi simpan produk yang singkat.
- Solusi : Implementasi sistem *Pre-Order* (PO) untuk minimal 30% dari total produksi.

3.4. Strategi Pengembangan

- Strength (Kekuatan) : Harga kompetitif (Rp2.000) dan variasi produk yang disukai pasar.
- Weakness (Kelemahan): Tingginya angka produk sisa pada hari-hari tertentu.
- Opportunity (Peluang): Menitipkan produk ke kantin sekolah, pasar dan warung lainnya di sekitar lingkungan
- Threat (Ancaman) : Kenaikan harga bahan baku (terutama telur dan minyak goreng).

BAB IV

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Usaha "Kue Harian" ini memenuhi syarat sebagai kegiatan wirausaha pemula yang sehat secara finansial. Meskipun terdapat *loss* pada produk sisa, bisnis tetap mampu menutupi seluruh biaya modal dan menghasilkan margin laba bersih.

Secara administrasi, kegiatan wirausaha pemula ini telah memenuhi kriteria formal yang ditetapkan. Secara keuangan, usaha kue harian ini menunjukkan kelayakan bisnis dengan potensi laba harian sebesar Rp.189.000. Namun, kinerja aktual sangat dipengaruhi oleh kerugian penjualan (kue tidak laku) sebesar Rp150.000, yang menyebabkan Laba Bersih Aktual turun drastis menjadi Rp. 39.000 per hari. Laporan laba-rugi ini mencerminkan tantangan besar dalam manajemen inventaris dan pemasaran produk yang cepat basi.

5.2 Rekomendasi Strategis

Untuk meningkatkan profitabilitas dan efisiensi usaha, direkomendasikan strategi berikut:

1. **Pengendalian Produksi Presisi:** Melakukan penyesuaian produksi berdasarkan permintaan pasar historis untuk meminimalkan sisa kue yang tidak laku (kerugian Rp150.000).
2. **Pemanfaatan Sisa Produk:** Menerapkan strategi penjualan akhir hari (diskon atau *bundling*) untuk memulihkan sebagian besar nilai Rp150.000 kerugian, sehingga menaikkan Pendapatan Kotor Aktual.
3. **Optimalisasi Modal:** Meninjau kembali komponen Modal Usaha Rp391.000 untuk mencari efisiensi biaya yang dapat meningkatkan margin keuntungan.

PRODUK ANEKA KUE BASAH



BUKTI RT/RW

RUKUN TETANGGA 011 / 02
KELURAHAN ROROTAN KECAMATAN CILINCING
KOTA / KABUPATEN ADMINISTRASI JAKARTA UTARA
Sekretariat : Jalan Pinus 2 Green Garden
JAKARTA

Kode Pos : 14140

SURAT KETERANGAN
NO : 02 / SK - 11 / 1 / 2026

Ketua RT 011 / RW 02 Kelurahan Rorotan, menerangkan bahwa:

Nama : Fauzi Ahmad Darmawan
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta / 04 Oktober 2003
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 2203015083
Alamat : Perum Green Garden Blok B 13 No. 9 RT. 011 / RW. 02
Kel. Rorotan, Kec. Cilincing Jakarta Utara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa nama tersebut di atas menjalankan wirausaha
pemula di lingkungan kami. Usaha tersebut telah diketahui dan tidak mengganggu ketertiban
lingkungan.

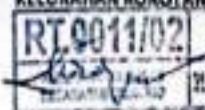
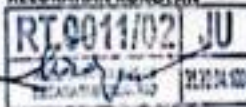
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan
yang berkepentingan untuk menjadi ma'dlum.

Jakarta, 13 Januari 2026

KETUA RW 02
KELURAHAN ROROTAN




KETUA RT 011 / 02
KELURAHAN ROROTAN



LISNUR WIDYAWATISH

RUKUN TETANGGA 008/008
KELURAHAN JOHAR BARU KECAMATAN JOHAR BARU KOTA
ADMINISTRASI JAKARTA PUSAT

SURAT KETERANGAN
Nomor: 01/RT.008/RW.008/VII/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliya Wati
Jabatan : Ketua RT. 008 / RW. 008
Alamat : Jalan Kawi kawi bawah No. 28a, RT.8/RW.8, Kel. Johar Baru, Kec.
Johar Baru Jakarta Pusat, Kode Pos 10560

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Faris Syaury (2203015098)
Program Studi : Teknik Informatika
Fakultas : Teknologi Industri dan Informatika
Universitas : Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
Maksud/Keperluan : Bahwa nama tersebut diatas memang benar mahasiswa melaksanakan
kewirausahaan dilokasi lingkungan ini

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Januari 2026
Pengurus RT. 008 / RW. 008



Yuliya Wati

LAPORAN KEWIRAUSAHAAN BISNIS
“KEDAI JAJAN 22, CIRENG ISI”



Disusun Oleh:

Muhammad Faris Syauqy 2203015098

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA JAKARTA
2026

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
BAB II PERANCANAAN PRODUK DAN ANGGARAN	2
2.1 Konsep Usaha	2
2.2 Ide Produk	2
2.3 Desain Produk	2
2.4 Packaging Produk	3
2.5 Business Model Canvas (BMC)	3
2.6 Rancangan Anggaran	6
2.7 Strategi Pemasaran	6
2.8 Resep/Bahan Produk	7
BAB III AKTIVITAS KEWIRAUSAHAAN	9
3.1 Progres Produk Tiap Minggu	9
3.2 Laporan Penjualan	9
3.2.1 Laba Rugi	10
3.2.2 Analisis Laporan Laba Rugi	11
3.3 Kesimpulan	11
LAMPIRAN	12

BAB I

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kewirausahaan menjadi salah satu pilar penting dalam menggerakkan perekonomian. Melalui inovasi dan kreativitas, wirausahawan berperan dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta menghadirkan produk dan layanan yang mampu menjawab kebutuhan pasar yang dinamis. Salah satu peluang usaha yang memiliki prospek menjanjikan adalah bidang kuliner, khususnya makanan ringan yang digemari berbagai kalangan.

Mata kuliah Kewirausahaan hadir sebagai sarana bagi mahasiswa untuk memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip kewirausahaan secara langsung dalam lingkungan nyata. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa didorong untuk tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu merancang, mengembangkan, dan mengimplementasikan sebuah ide usaha secara sistematis dan berkelanjutan.

Laporan ini disusun sebagai bagian dari tugas akhir mata kuliah Kewirausahaan dengan fokus pada pengembangan usaha kuliner berupa cireng isi. Produk cireng isi dipilih karena memiliki tingkat popularitas yang tinggi, bahan baku yang mudah diperoleh, serta peluang inovasi pada variasi isian dan cita rasa yang dapat menarik minat konsumen. Pengembangan produk dilakukan mulai dari tahap perumusan ide, eksperimen resep, penentuan varian isian, hingga desain kemasan yang menarik dan fungsional.

Selain itu, laporan ini membahas strategi pemasaran yang diterapkan, termasuk pemanfaatan promosi digital melalui media sosial untuk menjangkau target pasar secara lebih luas dan efektif. Analisis kelayakan usaha juga disajikan melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC) serta perhitungan anggaran biaya dan potensi keuntungan guna menilai aspek finansial dari usaha cireng isi yang dijalankan.

Diharapkan laporan ini tidak hanya menjadi dokumen akademis, tetapi juga menjadi referensi nyata bagi mahasiswa dalam memulai usaha mereka di masa depan, dengan menerapkan teori dan praktik yang telah dipelajari selama perkuliahan.

BAB II

PERANCANAAN PRODUK DAN ANGGARAN

2.1 Konsep Usaha

Usaha ini bergerak di bidang makanan ringan tradisional dengan produk utama berupa cireng isi, yaitu camilan khas Indonesia yang memiliki tekstur renyah di luar dan kenyal di dalam dengan berbagai pilihan isian. Usaha ini menghadirkan inovasi cireng isi melalui variasi rasa yang menarik serta ukuran yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, dikemas dalam tampilan yang sederhana. Dalam proses produksinya, usaha ini berfokus pada penggunaan bahan baku berkualitas dan higienis, serta memperhatikan aspek penyajian dan kemasan agar produk tidak hanya memiliki cita rasa yang lezat, tetapi juga memiliki daya tarik visual. Target pasar utama dari usaha ini adalah konsumen yang menyukai camilan gurih dengan harga terjangkau dan mudah dinikmati oleh berbagai kalangan.

2.2 Ide Produk

Produk utama yang ditawarkan adalah Cireng Isi Variasi Rasa, dengan pilihan isian seperti diantaranya ayam suwir, usus, Bakso, sosis, dan mix. Menggunakan bahan dasar tepung tapioka berkualitas, cireng ini memiliki tekstur renyah di bagian luar dan kenyal di bagian dalam, sehingga memberikan sensasi rasa yang khas. Isian yang digunakan diolah secara higienis dengan bumbu yang gurih dan seimbang, sehingga menghasilkan cita rasa yang lezat di setiap gigitan. Selain itu, cireng dikemas secara praktis dan menarik untuk memudahkan konsumen dalam menikmati produk, baik untuk konsumsi langsung maupun dibawa pulang.

2.3 Desain Produk

Produk cireng isi didesain dengan ukuran standar yang praktis sehingga mudah dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Setiap porsi memiliki ukuran yang pas untuk camilan ringan, dengan tekstur renyah di bagian luar dan kenyal di bagian dalam yang menjadi ciri khas produk ini. Isian cireng dibuat melimpah dan gurih, sehingga memberikan sensasi rasa yang nikmat di setiap gigitan. Ukuran yang tidak terlalu besar membuat cireng isi mudah dibawa dan cocok dinikmati kapan saja, baik sebagai teman santai maupun camilan harian. Untuk menambah daya tarik, produk disajikan dengan tampilan sederhana namun menarik, serta dilengkapi pilihan saus sebagai pelengkap rasa yang memberikan sentuhan modern pada makanan tradisional.

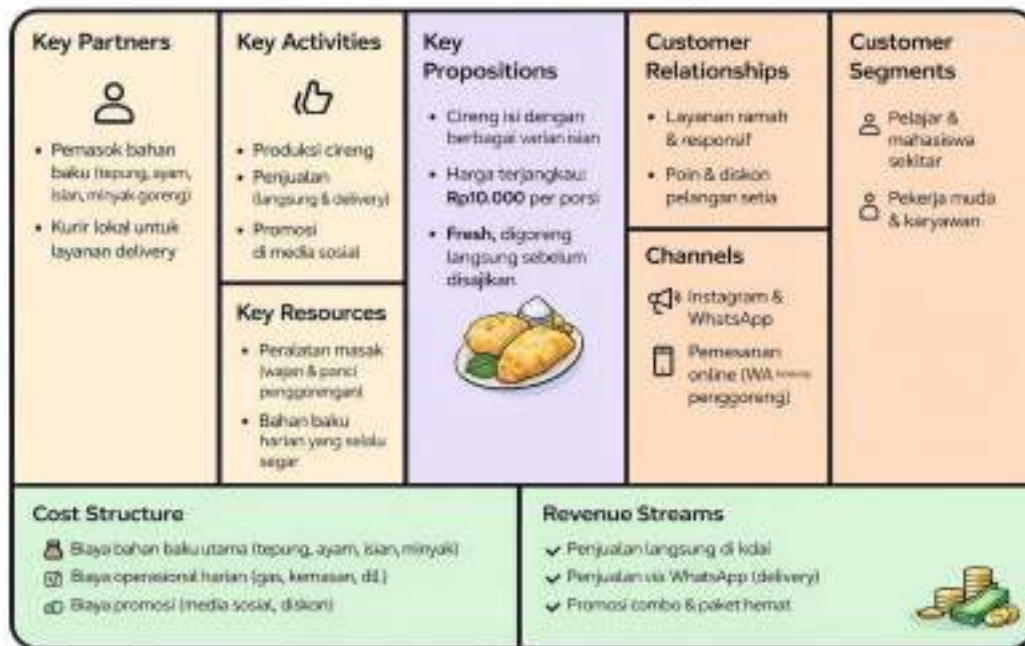
2.4 Packaging Produk

Produk cireng isi dikemas menggunakan wadah plastik mika transparan yang praktis dan aman untuk makanan. Kemasan transparan memungkinkan konsumen melihat produk secara langsung, sehingga meningkatkan daya tarik dan kepercayaan. Pada bagian atas kemasan terdapat label merek dan keterangan varian rasa sebagai identitas produk. Desain kemasan ini menampilkan kesan higienis, sederhana, dan praktis, sehingga cocok untuk penjualan langsung maupun take away.

2.5 Business Model Canvas (BMC)

- a. **Key Partners** : Supplier bahan baku seperti tepung tapioka, bahan isian (ayam, keju, sosis), serta vendor kemasan.
- b. **Key Activities** : Produksi cireng isi, pengembangan varian rasa, promosi digital melalui media sosial, dan penjualan langsung.
- c. **Key Resources** : Peralatan dan dapur produksi, bahan baku berkualitas, tenaga kerja, serta kemasan produk.
- d. **Value Propositions** : Cireng isi dengan tekstur renyah dan kenyal, isian gurih yang variatif, harga terjangkau, serta kemasan praktis.
- e. **Customer Relationships** : Interaksi dengan pelanggan melalui media sosial, pelayanan yang responsif, dan menerima masukan pelanggan.
- f. **Channels** : Penjualan langsung di lokasi usaha dan promosi melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp.
- g. **Customer Segments** : Pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum yang menyukai camilan gurih dan praktis.
- h. **Cost Structure** : Biaya bahan baku, biaya produksi, kemasan, dan biaya promosi.
- i. **Revenue Streams** : Penjualan cireng isi per porsi.

Business Model Canvas — Kedai Jajan 22



Gamabar 2. 1 BMC Produk

Strengths (Kekuatan):

1. **Inovasi Produk:** Cireng isi dengan variasi isian seperti ayam suwir, usus, bakso, sosis, dan varian mix, sehingga memberikan banyak pilihan rasa bagi konsumen.
2. **Bahan Baku Berkualitas:** Menggunakan bahan baku segar dan mudah diperoleh, serta diolah secara higienis untuk menjaga kualitas dan cita rasa produk.
3. **Kemasan Praktis dan Menarik:** Menggunakan kemasan mika transparan yang praktis dan higienis, dilengkapi dengan label produk sehingga meningkatkan daya tarik visual dan kepercayaan konsumen.
4. **Biaya Produksi Relatif Rendah:** Biaya produksi per porsi tergolong terjangkau, sehingga memungkinkan penetapan harga yang kompetitif dengan margin keuntungan yang baik.
5. **Fleksibilitas Distribusi dan Pemasaran:** Produk dipasarkan melalui penjualan langsung dan promosi digital melalui media sosial, sehingga memudahkan konsumen dalam mengakses produk dan memperluas jangkauan pasar.

Weaknesses (Kelemahan):

1. **Ketahanan Produk:** Cireng isi memiliki masa simpan yang relatif pendek, terutama jika disimpan tanpa pendingin, sehingga harus diproduksi dan dijual dalam waktu yang terbatas.
2. **Ketergantungan pada Promosi Media Sosial:** Penjualan cukup bergantung pada promosi melalui media sosial, sehingga efektivitas penjualan dapat menurun apabila tingkat eksposur atau interaksi rendah.
3. **Produksi Masih Manual:** Proses produksi masih dilakukan secara manual, sehingga kapasitas produksi terbatas dan membutuhkan waktu serta tenaga yang lebih besar.
4. **Keterbatasan Modal Awal:** Modal awal yang terbatas dapat menghambat peningkatan kapasitas produksi, pengadaan peralatan, maupun perluasan jangkauan pemasaran.

Opportunities (Peluang):

1. **Tren Konsumsi Camilan Praktis dan Kekinian:** Minat masyarakat terhadap camilan tradisional dengan inovasi rasa yang unik dan praktis terus meningkat, terutama di kalangan pelajar dan anak muda.
2. **Kolaborasi dengan Influencer Lokal:** Kerja sama dengan influencer atau food blogger lokal berpotensi meningkatkan brand awareness dan menarik minat konsumen baru.
3. **Partisipasi dalam Event atau Bazar Kuliner:** Keikutsertaan dalam pameran dan bazar kuliner dapat menjadi sarana promosi langsung serta membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak.
4. **Perluasan Pasar Melalui Penjualan Online:** Pemanfaatan media sosial dan platform marketplace memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke wilayah yang lebih luas.

Threats (Ancaman):

1. **Persaingan Ketat di Pasar Camilan:** Banyaknya usaha camilan tradisional dan jajanan kekinian dengan produk sejenis dapat meningkatkan tingkat persaingan dalam memperebutkan konsumen.
2. **Perubahan Selera Konsumen:** Selera konsumen yang cepat berubah menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi pada varian rasa dan penyajian produk.

3. **Fluktuasi Harga Bahan Baku:** Perubahan harga bahan baku seperti tepung, minyak goreng, dan bahan isian dapat memengaruhi biaya produksi serta margin keuntungan.
4. **Kondisi Ekonomi:** Penurunan daya beli masyarakat akibat kondisi ekonomi tertentu berpotensi menurunkan tingkat penjualan produk.

2.6 Rancangan Anggaran

No	Bahan	Jumlah	Total Harga (Rp)
1	Tepug Tapioka	2,5 Kg	30.000 Rp
2	Tepung Terigu	500 Gram	4.000 Rp
3	Bawang Putih	200 Gram	6.000 Rp
4	Garam	2 Sachet	4.000 Rp
5	Penyedap Rasa	2 Sachet	2.000 RP
6	Merica Bubuk	2 Sachet	2.000 Rp
7	Minyak Goreng	1 Liter	18.000 Rp
8	Ayam	1 Kg	30.000 Rp
9	Usus Ayam	1 Kg	25.000 RP
10	Bakso Sapi	500 Gram	17.500 Rp
11	Sosis	500 Gram	15.000 Rp

Total modal keseluruhan : Rp153.500, Dari 100 pcs Cireng

Modal per pcs Isi 4 cireng: Rp 6.140

2.7 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dilakukan secara online dengan memposting poster digital melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Poster dirancang dengan tampilan visual yang



menarik serta memuat informasi produk, harga, dan kontak pemesanan untuk menarik perhatian calon konsumen. Melalui media ini, diharapkan produk cireng isi dapat dikenal lebih luas dan meningkatkan minat beli konsumen.

2.8 Resep/Bahan Produk

Bahan utama cireng isi :

- Tepung tapioka
- Tepung terigu
- Bawang putih (dihaluskan)
- Garam
- Merica bubuk
- Penyedap rasa
- Air panas secukupnya
- Minyak goreng (untuk menggoreng)
- Ayam suwir berbumbu
- Usus ayam berbumbu
- Bakso (diiris kecil)
- Sosis (diiris kecil)
- Bumbu tumis (bawang putih, bawang merah, garam, penyedap)

Cara membuat cireng isi

1. Membuat Isian

- Tumis bawang putih dan bawang merah hingga harum.
- Masukkan ayam suwir, usus, bakso, atau sosis sesuai varian.
- Tambahkan garam, merica, dan penyedap rasa secukupnya.
- Aduk rata hingga matang dan bumbu meresap.
- Angkat dan dinginkan.

2. Membuat Adonan Kulit Cireng

- Campurkan tepung tapioka, tepung terigu, bawang putih halus, garam, merica, dan penyedap dalam wadah.
- Tuang air panas sedikit demi sedikit sambil diaduk hingga adonan bisa dipulung.
- Diamkan adonan ± 5 menit agar lebih kalis.

3. Membentuk Cireng Isi

- Ambil sedikit adonan, pipihkan.
- Isi dengan bahan isian sesuai selera.
- Tutup dan bentuk bulat pipih atau sesuai keinginan.
- Lakukan hingga adonan habis.

4. Menggoreng Cireng

- Panaskan minyak dengan api sedang.
- Goreng cireng hingga mengapung dan berwarna kuning keemasan.
- Angkat dan tiriskan.

BAB III

AKTIVITAS KEWIRAUSAHAAN

3.1 Progres Produk Tiap Minggu

Minggu 1 :

- Riset pasar sederhana dan penentuan resep cireng dasar yang sesuai selera konsumen.
- Uji coba variasi rasa dan tingkat kepedasan cireng.
- Produksi skala kecil, pengujian kemasan, dan uji rasa kepada pelanggan sekitar.

Minggu 2 :

- Mulai penjualan aktif secara langsung dan online serta promosi melalui media sosial.

Minggu 3 - 6 :

- Evaluasi penjualan dan masukan pelanggan sebagai dasar perbaikan rasa dan operasional.

3.2 Laporan Penjualan

Proyeksi awal menetapkan target penjualan selama enam minggu pertama operasional. Realisasi penjualan menunjukkan hasil yang baik

Matrik	Proyeksi Q1 (Target)	Realisasi Q1 (Aktual)	Varians (+/-)	Pencapaian %
Rata rata Terjual/Hari	5 pcs	6pcs	+1 pcs	120%
Total Produk Terjual	210 pcs	245 pcs	+35 pcs	117%

3.2.1 Laba Rugi

Komponen Keuangan	Proyeksi Q1 (Rp)	Realisasi Q1 (Rp)	Varians (Rp)	Status
A. PENDAPATAN (REVENUE)				
Penjualan Kotor	2.100.000	2.450.000	+350.000	Fav
<i>(Harga Jual Rata-rata)</i>	(210 pcs)	(245 pcs)	-	-
B. HARGA POKOK PENJUALAN (COGS)				
Biaya Bahan Baku (Dimsum+Saus)	(1.289.400)	(1.504.300)	(214.900)	Unfav
<i>(HPP per Unit)</i>	-	-	-	-
TOTAL LABA KOTOR	810.600	945.700	+135.100	Fav
<i>Gross Margin (%)</i>	-	-	-	-
C. BIAYA OPERASIONAL (OPEX)				
Biaya Kemasan & Operasional	(150.000)	(180.000)	(30.000)	Unfav
Biaya Promosi	(50.000)	(75.000)	(25.000)	Unfav
Total Biaya Operasional	(200.000)	(255.000)	(55.000)	Unfav
D. LABA BERSIH (NET PROFIT)	610.600	690.700	+80.100	Fav

3.2.2 Analisis Laporan Laba Rugi

A. Pendapatan (Revenue):

Realisasi pendapatan selama enam minggu mencapai Rp2.450.000, lebih tinggi dibandingkan proyeksi sebesar Rp350.000. Hal ini menunjukkan bahwa harga jual Rp10.000 per pcs tergolong kompetitif dan dapat diterima dengan baik oleh pasar, sehingga volume penjualan melampaui target awal yang ditetapkan.

B. Harga Pokok Penjualan (HPP/COGS):

Biaya produksi per pcs berhasil dipertahankan pada angka Rp6.140, sesuai dengan perencanaan awal. Pengelolaan bahan baku melalui pembelian rutin dan pemilihan pemasok yang konsisten terbukti efektif dalam menjaga stabilitas biaya produksi serta menghindari lonjakan harga bahan baku.

C. Biaya Operasional (OpEx):

Terdapat peningkatan biaya operasional (unfavorable) sebesar Rp55.000 dibandingkan proyeksi. Penyebabnya peningkatan biaya kemasan dan promosi sederhana melalui media sosial seiring dengan meningkatnya volume penjualan. Meskipun terjadi kenaikan, biaya operasional tersebut masih tergolong terkendali dan sebanding dengan peningkatan pendapatan yang diperoleh.

3.3 Kesimpulan

Usaha Kedai Jajan 22 berhasil mencatat penjualan cireng dengan total pendapatan sebesar Rp2.450.000 selama periode Q1. Dengan total biaya produksi dan operasional sebesar Rp1.759.300, usaha ini menghasilkan laba bersih sebesar Rp690.700. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kedai Jajan 22 memiliki kinerja keuangan yang positif dan potensi untuk terus dikembangkan melalui peningkatan kapasitas produksi serta strategi pemasaran yang lebih optimal.

LAMPIRAN





**LAPORAN PENGAYAAN
KEWIRAUSAHAAN BISNIS**



Dosen Pengampu :
Dr. Dan Mugisidi, S.T., M.Si.

Disusun Oleh:
Rafiq Setyo Aji
2203015059

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2026**

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, terutama di sektor kuliner yang terus berkembang pesat. Salah satu bidang usaha yang menjanjikan dalam industri makanan adalah bisnis burger mini. Makanan cepat saji ini semakin populer di kalangan masyarakat urban yang menginginkan makanan praktis, lezat, dan terjangkau. Laporan ini disusun untuk mengkaji proses dan strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha burger mini, mulai dari perancangan produk, pemilihan bahan baku berkualitas, hingga strategi pemasaran yang efektif. Fokus utama dari laporan ini adalah untuk menganalisis potensi pasar, inovasi produk, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis sandwich di tengah persaingan yang ketat. Melalui laporan ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya inovasi, kreativitas, dan pelayanan konsumen dalam industri kuliner. Selain itu, laporan ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi calon wirausaha yang ingin mengembangkan bisnis burger mini secara berkelanjutan dan kompetitif.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren gaya hidup sehat dan kebutuhan akan makanan cepat saji yang praktis namun tetap bergizi semakin meningkat, terutama di kalangan masyarakat perkotaan. Burger mini, sebagai salah satu produk makanan cepat saji, menjadi pilihan yang populer karena fleksibilitasnya dalam penyajian dan variasi isi yang dapat disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen. Melihat peluang ini, banyak pelaku usaha kuliner mulai mengembangkan bisnis burger dengan inovasi pada variasi rasa, kualitas bahan baku, dan metode pemasaran. Usaha burger mini memiliki keunggulan kompetitif karena dapat diintegrasikan dengan konsep sehat, cepat, dan terjangkau, sehingga menjangkau berbagai segmen pasar, mulai dari pelajar, pekerja kantor, hingga keluarga. Selain itu, pertumbuhan platform digital dan layanan pesan antar semakin mempermudah distribusi produk sandwich kepada konsumen. Namun, di balik peluang besar ini, persaingan dalam industri kuliner, khususnya makanan cepat saji, juga semakin ketat. Para pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi, baik dari segi produk maupun strategi pemasaran, agar dapat bersaing dan tetap relevan di pasar. Berdasarkan kondisi tersebut, bisnis burger mini memiliki potensi besar untuk terus berkembang dengan strategi yang tepat. Oleh karena itu, laporan ini akan mengeksplorasi bagaimana bisnis burger mini dapat memanfaatkan peluang ini, menghadapi tantangan, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

1.2 Keunggulan Produk

1. Bahan Berkualitas: Menggunakan bahan baku yang fresh.
2. Cita Rasa Autentik: Menggunakan daging ayam homemade, ayam katsu.
3. Harga Kompetitif: Harga terjangkau tanpa mengurangi kualitas.

BAB 2 TARGET LUARAN

2.1 Foto Produk



2.2 Sasaran Produk

Produk burger mini ini ditujukan kepada segmen konsumen yang luas, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa muda, yang menyukai makanan praktis, lezat, dan terjangkau. Anak-anak menjadi target untuk varian rasa menarik seperti keju dan ayam, remaja sebagai pecinta camilan untuk dinikmati bersama teman, dan dewasa muda, khususnya mahasiswa dan pekerja, yang mencari makanan cepat saji sebagai camilan atau makan ringan. Pemasaran dilakukan secara eksklusif melalui WhatsApp, memanfaatkan komunikasi langsung untuk promosi, pemesanan cepat, dan interaksi personal dengan konsumen guna menciptakan pengalaman yang lebih efisien dan dekat. Adapun bukti penjualan yang sudah dilakukan sebagai berikut:



BAB 3 METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan usaha burger mini meliputi persiapan resep, uji coba rasa, dan pengemasan menarik. Produksi dilakukan dengan menjaga kualitas dan kebersihan, sedangkan pemasaran serta penjualan dilakukan melalui WhatsApp untuk promosi dan pemesanan cepat. Pengiriman memanfaatkan layanan lokal untuk memastikan produk segar, dan evaluasi rutin dilakukan melalui feedback pelanggan serta analisis penjualan untuk inovasi produk dan strategi promosi.

Tahap Awal:	Tahap Inti:	Tahap Akhir:
- Persiapan bahan baku (roti burger, daging, keju, sayur, dan saus). - Strategi pemasaran di WhatsApp.	- Produksi burger mini sesuai jumlah pesanan. - Promosi melalui WhatsApp.	- Evaluasi pemasaran. - Analisis laba-rugi dan peningkatan kualitas produk.

BAB 4 HASIL YANG DI CAPAI

Hasil yang telah dicapai:

1. Penjualan: Penjualan mencapai 150 pcs dalam kurun waktu 2 bulan sejak bulan Oktober samapi dengan november 2025.
2. Umpan Balik Pelanggan: 90% pelanggan puas dengan rasa dan kualitas.

No	Tanggal	Deskripsi	Pemasukan	Pengeluaran
1.	10 Oktober 2025	Modal Awal	Rp.400.000	
2.	11 Oktober 2025	Pembelian Bahan Baku		Rp.330.000
3.	13 Oktober 2025	Penjualan 10 porsi (5.000/porsi)	Rp.50.000	
4.	15 Oktober 2025	Penjualan 20 porsi (5.000/porsi)	Rp.100.000	
5.	17 Oktober 2025	Penjualan 20 porsi (5.000/porsi)	Rp.100.000	
6.	9 November 2025	Pembelian Bahan Baku		Rp.100.000
7.	10 November 2025	Penjualan 20 porsi (5.000/porsi)	Rp.100.000	
8.	12 November 2025	Penjualan 30 porsi (5.000/porsi)	Rp.150.000	
9.	14 November 2025	Penjualan 50 porsi (5.000/porsi)	Rp.250.000	

BAB 5 POTENSI HASIL

Potensi hasil dari usaha penjualan burger mini adalah sebagai berikut:

1. **Potensi Pemasaran**

Pemasaran dilakukan melalui WhatsApp, penjualan offline di acara kuliner atau bazar juga menjadi peluang besar karena dapat menjangkau lebih banyak konsumen dari berbagai lokasi, sehingga produk dapat lebih dikenal luas.

2. **Potensi Produksi**

Pengembangan skala produksi menjadi fokus utama, seperti menambah peralatan masak dan memperbaiki efisiensi proses memasak. Dengan begitu, waktu pengerjaan dapat dipercepat, sehingga mampu memenuhi pesanan yang lebih banyak dan menjaga kepuasan pelanggan.

3. **Potensi SDM**

Kedepannya, tenaga kerja akan ditambah, terutama yang memiliki keahlian di bidang kuliner, pemasaran, dan keuangan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produksi, memperluas jangkauan promosi, serta menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat.

4. **Potensi Keuangan**

Strategi keuangan difokuskan pada pengurangan pengeluaran yang tidak perlu tanpa mengurangi kualitas bahan baku. Di sisi lain, promosi akan terus ditingkatkan untuk memperluas pasar, sehingga usaha dapat berjalan lebih efisien dan menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]L. C. T. R. M. S. Reni Ria Armayani, "Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online," Jurnal Pendidikan Tambusai, vol. Vol.5, pp. 8920-8928, 2021.
- [2]T. R. Fadhilatul Itsnaini, "ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM PASCA SERTIFIKASI HALAL (STUDI PELAKU UMKM MAKANAN DAN MINUMAN) DI KABUPATEN PAMEKASAN," AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah, vol. Vol.6, pp. 2828-6103, 2024.

LAPORAN PENGAYAAN
MATAKULIAH KEWIRAUSAHAAN BISNIS
Cuitlicious: Dessert Box Premium Creamy Harga Terjangkau Berbasis
Pre-Order

Disusun untuk memenuhi Tugas Matakuliah Penayaan Keirausahaan Bisnis



Dosen Pengampu :
Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.

Disusun Oleh :
Maisie Elviana
(2203015061)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, kami dapat menyelesaikan laporan kewirausahaan dengan judul “Cuitlicious: Dessert Box Premium Creamy Harga Terjangkau Berbasis Pre-Order.” Laporan ini merupakan bentuk pertanggungjawaban akademik dari kegiatan kewirausahaan yang telah kami jalankan pada mata kuliah Kewirausahaan.

Melalui bisnis ini, kami mempelajari proses produksi, pemasaran, pelayanan pelanggan, manajemen keuangan, hingga evaluasi usaha secara nyata. Kami menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat kami harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

Semoga laporan ini bermanfaat bagi kami sebagai penyusun maupun pembaca yang tertarik dengan dunia kewirausahaan.

Jakarta, 10 Januari 2026



Maisie Elviana

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Visi dan Misi	1
1.5 Manfaat	2
1.6 Keunggulan Produk	2
1.7 Model Bisnis	2
1.8 Analisis SWOT	3
BAB II ASPEK PRODUKSI	4
2.1 Deskripsi Produk.....	4
2.2 Kualitas Produk.....	4
2.3 Peralatan.....	5
2.4 Prosedur Produksi	5
BAB III ASPEK KEUANGAN	6
3.1 Aspek Biaya	6
3.2 Alokasi Modal Awal.....	6
3.3 Harga Jual	7
3.4 Data Penjualan	7
3.6 Strategi Pemasaran.....	9
BAB IV LAMPIRAN	10
Foto Produk.....	10
Foto bukti pembelian	11

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner terus berkembang pesat, khususnya menu dessert box yang populer di kalangan pelajar dan mahasiswa karena tampilannya estetik dan rasanya unik. Namun, mayoritas dessert box yang ada memiliki harga cukup tinggi sehingga kurang ramah bagi pelajar. Hal tersebut menjadi peluang bagi tim kami untuk menghadirkan produk **Cuitlicious**, dessert box premium dengan rasa creamy khas keju namun tetap terjangkau di kantong.

Model bisnis yang digunakan adalah **Pre-Order (PO)** sehingga produksi dilakukan hanya berdasarkan pesanan yang masuk. Hal ini bertujuan mengurangi risiko kerugian akibat stok tidak terjual, meningkatkan kesegaran produk, dan menjaga efisiensi modal.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah usaha Cuitlicious merupakan usaha yang menguntungkan?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan?
3. Kapan usaha Cuitlicious mencapai titik impas (BEP)?

1.3 Visi dan Misi

Visi:

Menjadi merek dessert box pilihan utama pelajar dan mahasiswa dengan rasa creamy premium dan harga terjangkau.

Misi:

1. Menggunakan bahan baku berkualitas untuk menjaga konsistensi rasa.
2. Menjalankan proses produksi dengan standar kebersihan tinggi.
3. Menjalin hubungan yang dekat dengan pelanggan melalui media sosial.
4. Menawarkan produk dengan harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.

1.4 Tujuan

- Menumbuhkan pengalaman berwirausaha secara langsung.
- Menghasilkan produk kuliner yang berkualitas.
- Melatih kemampuan komunikasi, promosi, dan kerja tim.

1.5 Manfaat

- Menumbuhkan jiwa entrepreneurship.
- Mengetahui aspek-aspek penting sebelum memulai usaha.
- Membangun kerja sama dan kreativitas tim.

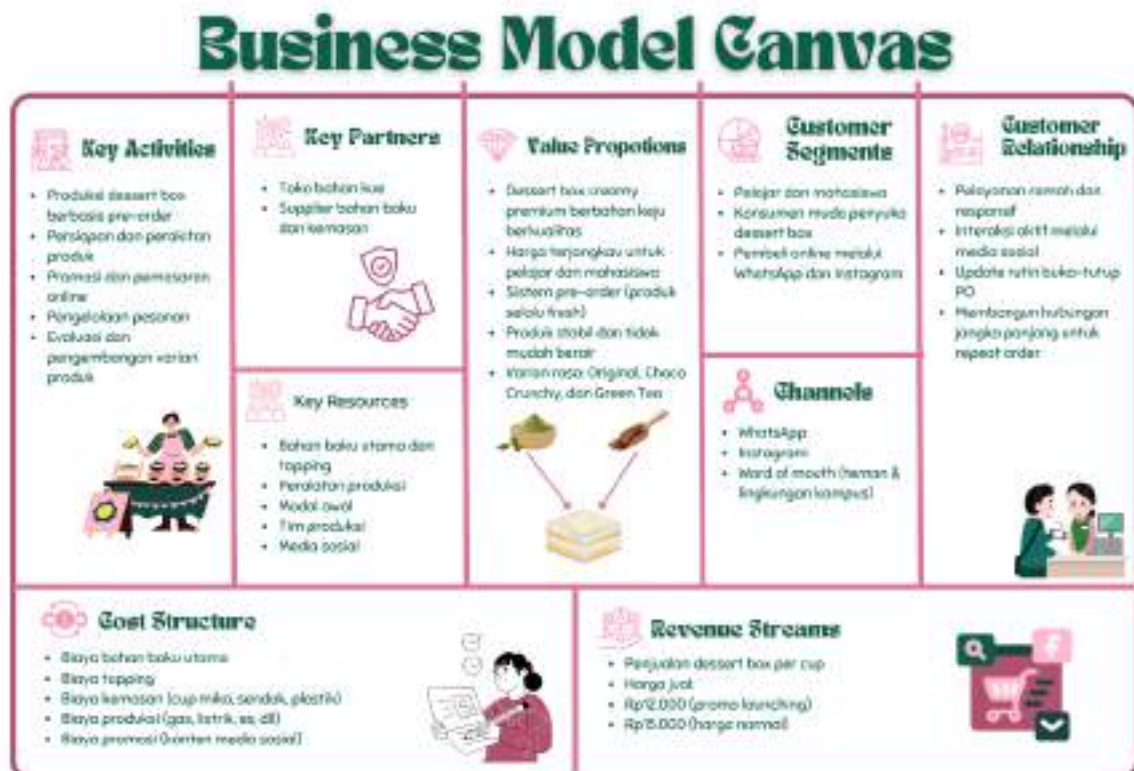
1.6 Keunggulan Produk

- Rasa creamy premium dengan topping berkualitas.
- Harga terjangkau bagi pelajar dan mahasiswa.
- Model PO tanpa risiko produk tersisa.

1.7 Model Bisnis

Bisnis Cuitlicious dijalankan berbasis rumah produksi dengan sistem pemasaran online melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. Sistem penjualan yang digunakan adalah **pre-order (PO)** dengan mekanisme buka–tutup PO mingguan untuk menyesuaikan kapasitas produksi dan permintaan konsumen.

Untuk menggambarkan model bisnis secara lebih sistematis dan terstruktur, digunakan pendekatan **Business Model Canvas (BMC)**.



1.8 Analisis SWOT

- Strengths: Modal rendah, model PO (tanpa risiko), HPP jelas, rasa disukai.
- Weaknesses: Kapasitas produksi terbatas, daya tahan produk singkat, merek baru.
- Opportunities: Pemasaran medsos (WA/IG), potensi *repeat order*, *reseller*.
- Threats: Daya beli menurun, kenaikan harga bahan baku, banyak pesaing serupa.

BAB II

ASPEK PRODUKSI

2.1 Deskripsi Produk

Cuitlicious adalah dessert box non-panggang yang mengutamakan rasa creamy premium berbahan dasar keju dengan tampilan yang estetik dan praktis. Produk ini terdiri dari tiga elemen utama, yaitu:

- **Crust** – biskuit gabin sebagai lapisan dasar.
- **Cream** – krim khas Cuitlicious yang dibuat dari keju spread, susu full cream, susu kental manis, dan whipped cream sehingga menghasilkan tekstur lembut, manis, dan creamy.
- **Topping** – disesuaikan dengan varian rasa produk.

Pada awal produksi, Cuitlicious menawarkan tiga varian rasa, yaitu **Original**, **Choco Crunchy**, dan **Strawberry Delight**. Namun, berdasarkan hasil evaluasi pada minggu ketiga, varian Strawberry Delight dihentikan dan digantikan dengan varian **Green Tea**.

Perubahan ini dilakukan karena penggunaan buah stroberi segar memiliki risiko mengeluarkan air yang dapat memengaruhi tekstur, tampilan, serta daya tahan produk. Varian Green Tea dipilih sebagai pengganti karena memiliki stabilitas yang lebih baik, daya simpan lebih lama, serta lebih sesuai dengan sistem produksi berbasis pre-order.

Adapun varian produk Cuitlicious saat ini adalah:

- **Original** (taburan coklat bubuk)
- **Choco Crunchy** (saus coklat dengan bubble crunchy)
- **Green Tea** (cream green tea)

2.2 Kualitas Produk

Untuk menjaga kualitas rasa dan keamanan produk, Cuitlicious menerapkan beberapa standar kualitas sebagai berikut:

- Menggunakan bahan baku fresh dan berkualitas premium.
- Produksi dilakukan berdasarkan sistem **Pre-Order (PO)** sehingga produk selalu dalam kondisi segar.
- Cream dibuat setiap batch produksi untuk menjaga konsistensi rasa dan tekstur.

- Pemilihan varian topping dilakukan berdasarkan tingkat kestabilan dan daya tahan produk.
- Proses produksi dilakukan dengan memperhatikan kebersihan alat dan lingkungan kerja.
- Produk dikemas dalam cup mika kedap udara untuk menjaga higienitas.

Penerapan standar ini bertujuan untuk memastikan konsumen menerima produk yang aman, enak, dan berkualitas.

2.3 Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi *Cheesecuit* meliputi:

1. Wadah dan spatula
2. Panci
3. Mixer
4. Plastik segitiga (*piping bag*)
5. Cup mika dan sendok

2.4 Prosedur Produksi

Langkah-langkah produksi *Cheesecuit* adalah sebagai berikut:

1. Campur susu full cream dengan cream keju sampai rata, kemudian masak dengan api kecil lalu tambahkan sedikit skm, gula, dan garam untuk penyeimbang rasa, setelah agak menguap, masukkan larutan Maizena.
2. Setelah dingin, angkat dan sisir kan cream keju yang sudah di masak. simpan selama 15 menit di kulkas / diamkan sampai suhu ruang.
3. Mixer whipping cream dengan air es dengan kecepatan rendah-tinggi.
4. Campur WhipCream dengan krim keju yang sudah dingin dengan merata.
5. Masukkan krim keju ke plastik segitiga
6. Siapkan mika yang sudah di beri biskuit untuk dasar, kemudian lapis dengan krim keju, lalu lapis lagi dengan biskuit sampai 3 layer / sesuai kebutuhan.
7. Masukkan mika kedalam chiller / freezer beberapa menit sampai agak setengah set.
8. Keluar kan mika dan tambahkan topping sesuai kebutuhan. lalu masukkan kembali ke chiller 6-8 jam.
9. Cheesecuit siap di distribusi kan ke customer

BAB III

ASPEK KEUANGAN

3.1 Aspek Biaya

Sumber dana untuk usaha Cuitlicious berasal dari dana pribadi anggota kelompok. Jumlah anggota kelompok adalah 4 orang, dan masing-masing memberikan kontribusi sebesar **Rp 67.000** sehingga total modal awal yang terkumpul adalah **Rp268.000**. Modal ini digunakan untuk pembelian bahan baku utama, topping, kemasan mika, dan perlengkapan produksi lainnya pada batch awal pembuatan produk Chesse Cuit.

3.2 Alokasi Modal Awal

Kategori	Rincian	Jumlah	Harga Satuan	Total
Bahan Baku Utama	Keju Spread	4 pcs	Rp 14.500	Rp 58.000
	SKM	1 pcs	Rp 9.100	Rp 9.100
	Susu Full Cream	1,5 L	Rp 25.000	Rp 25.000
	Biskuit Gabin	4 bungkus	Rp 10.750	Rp 43.000
	WhipCream	½ bungkus	Rp 30.000	Rp 15.000
Bahan Topping	Coklat Collins	1 pcs	Rp 26.245	Rp 26.245
	Selai Stroberi	1 pcs	Rp 13.000	Rp 13.000
	Stroberi Segar	1 pack	Rp 10.000	Rp 10.000
Bahan & Kemasan	Cup Mika	30 pcs	Rp 1.750	Rp 52.500
	Sendok	30 pcs	Rp 230	Rp 6.900
	Plastik	1 pcs	Rp 7.000	Rp 7.000
	Plastik Segitiga	1 pack	Rp 1.500	Rp 1.500
	Total Penggunaan Modal Awal			Rp 267.245

Catatan: Bahan coklat putih belum dicantumkan pada alokasi modal awal karena belum digunakan pada batch pertama. Bahan tersebut digunakan sebagai topping tambahan untuk varian ChocoCruncy pada batch kedua dan pembeliannya dilakukan menggunakan sebagian laba hasil penjualan batch pertama, bukan dari modal awal.

3.3 Harga Jual

Minggu	Harga
Minggu 1	Rp 12.000 (promo launching)
Minggu 2–6	Rp 15.000 (harga normal)

3.4 Data Penjualan

Minggu	Cup Terjual	Harga/cup	Total Pendapatan
1	30	Rp 12.000	Rp 360.000
2	26	Rp 15.000	Rp 390.000
3	30	Rp 15.000	Rp 450.000
4	25	Rp 15.000	Rp 375.000
5	28	Rp 15.000	Rp 420.000
6	30	Rp 15.000	Rp 450.000
Total	169	—	Rp 2.445.000

Jumlah cup yang terjual setiap periode bervariasi karena sistem penjualan berbasis pre-order menyesuaikan permintaan konsumen.

3.5 Buku Kas

No	Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
1	16/11/2025	Modal Awal	Rp 268.000		Rp 268.000
2	19/11/2025	Pembelian bahan & kemasan batch 1		Rp 267.245	Rp 755
3	22/11/2025	Penjualan Cuitlicious batch 30 cup $\times$ Rp 12.000	Rp 360.000		Rp 360.755
4	25/11/2025	Pembelian bahan batch 2 (Tambahan topping coklat putih)		Rp 259.000	Rp 101.755
5	29/11/2025	Penjualan Cuitlicious batch 26 cup $\times$ 15.000	Rp 390.000		Rp 491.755
6	2/12/2025	Pembelian bahan batch 3		Rp 231.654	Rp 260.101
7	6/12/2025	Penjualan Cuitlicious 30 cup $\times$ 15.000	Rp 450.000		Rp 710.101
8	9/12/2025	Pembelian bahan batch 4 (Tambahan glaze green tea)		Rp 303.399	Rp 406.702
9	13/12/2025	Penjualan Cuitlicious 25 cup $\times$ 15.000	Rp 375.000		Rp 781.702
10	16/12/2025	Pembelian bahan batch 5		Rp 297.728	Rp 483.974
11	20/12/2025	Penjualan Cuitlicious 28 $\times$ 15.000	Rp 420.000		Rp 903.974
12	23/12/2025	Pembelian bahan batch 6		Rp 256.382	Rp 647.592
13	27/12/2025	Penjualan Cuitlicious 30 $\times$ 15.000	Rp 450.000		Rp 1.097.592
SALDO AKHIR					Rp 1.097.592

1. Jumlah Total Penjualan Cuitlicious

Berdasarkan kegiatan penjualan yang telah dilakukan, diperoleh rincian penjualan sebagai berikut:

1. Penjualan promo launching
 $30 \text{ cup} \times \text{Rp}12.000 = \text{Rp}360.000$
2. Penjualan harga normal (batch selanjutnya)
 $139 \text{ cup} \times \text{Rp} 15.000 = \text{Rp} 2.085.000$

2. Jumlah pendapatan kotor 169 cup produk = Rp2.445.000

3. Jumlah pendapatan bersih

$\text{Rp}1.097.592 - \text{Rp}268.000 \text{ (Modal awal)} = \text{Laba Rp}829.592$

3.6 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran usaha Cuitlicious dilakukan secara full online melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. Kami membagikan poster produk, katalog varian, testimoni pelanggan, serta informasi pembukaan dan penutupan PO (*Pre-Order*) untuk menarik minat konsumen. Selain itu, kami juga aktif melakukan interaksi dengan pelanggan melalui pesan pribadi untuk memberikan penjelasan produk, menerima pesanan, serta menjaga komunikasi yang ramah dan responsif.

BAB IV LAMPIRAN

Foto Produk



Foto bukti pembelian

Batch 1



Batch 2



Batch 3



Batch 4



Batch 5



Batch 6



Bukti Pembayaran Via Transfer



28/11/2023
28/11/2023
30000.00 terbayar ke: PUSKOK SARX
ALJUA NUGRAH
TRSF E-BANKING CR

Rp. 30,000.00
CR

PEND
TRANSFER D R DOK RDYNO
ALJUA NUGRAH
31-11-2023 CR

Rp. 12,000.00
CR

28/11/2023
TRANSFER D R DOK MALLANA
ALJUA NUGRAH
31-11-2023 CR

Rp. 50,000.00
CR



LAPORAN KEWIRAUSAHAAN

“OishiiDimsum: Dimsum Mental Homemade Praktis dan Terjangkau”



Dosen Mata Kuliah:

Dr. Dan Mugisidi, S.T.,M.Si.

Disusun Oleh:

Nabila Putri Shalehah 2203015057

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR.HAMKA
JAKARTA
2026**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan Laporan Kewirausahaan ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan kewirausahaan pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.HAMKA yang telah dilakukan oleh Kelompok 5 dengan usaha OishiiDimsum, yaitu usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan berupa dimsum mentai homemade.

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi usaha OishiiDimsum yang telah dijalankan. Laporan ini disusun berdasarkan perencanaan bisnis yang mencakup analisis usaha, strategi pemasaran, operasional, serta analisis keuangan dengan skenario optimis, normal, dan pesimis, guna mengetahui tingkat kelayakan dan potensi pengembangan usaha ke depannya.

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan laporan ini di masa mendatang. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan sehingga laporan ini dapat tersusun dengan baik.

Akhir kata, kami berharap laporan kewirausahaan ini dapat memberikan manfaat dan wawasan, khususnya dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta menjadi bahan pembelajaran bagi kami dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 06 Januari 2026

Tim Oishi Dimsum

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI	3
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1. Latar Belakang.....	5
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Visi dan Misi	6
1.4. Tujuan.....	6
1.5. Manfaat.....	7
1.6. Keunggulan Produk.....	7
1.7. BMC (Business Model Canvas)	8
1.8. Analisis SWOT.....	8
1.9. Data Perusahaan	9
1.10. Struktur Organisasi	9
1.11. Konsep Usaha	9
1.12. Pelaksanaan Kegiatan	10
1.13. Sistematika Penulisan	11
BAB II ASPEK PRODUKSI.....	12
2.1. Deskripsi Produk	12
2.2. Proses Produksi	12
2.3 Peralatan dan Bahan Produksi	13
2.3.1 Peralatan.....	13
2.3.2 Peralatan.....	13
BAB III ASPEK KEUANGAN.....	14
3.1. Sumber Dana dan Modal Awal	14
3.2. Harga Pokok Penjualan (HPP)	15
3.3. Buku Kas	15
3.4. Strategi Pemasaran	17
3.5. Kendala yang Dihadapi	17
BAB IV KESIMPULAN DAN PENUTUP	19
4.1 Kesimpulan.....	19

4.1 Penutup.....	19
LAMPIRAN.....	21

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang semakin pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Munculnya berbagai platform pemesanan makanan berbasis online telah mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dalam menyajikan produk yang tidak hanya memiliki cita rasa yang baik, tetapi juga praktis, higienis, dan mudah diakses oleh konsumen. Kondisi ini membuka peluang besar bagi usaha kuliner skala mikro dan rumahan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Salah satu produk kuliner yang mengalami peningkatan minat di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa dan pekerja muda, adalah dimsum dengan variasi saus modern seperti saus mentai. Dimsum mentai dikenal sebagai makanan kekinian yang memiliki cita rasa gurih dan creamy, serta mudah diterima oleh berbagai kalangan. Gaya hidup masyarakat urban yang cenderung memilih makanan praktis dan siap santap turut mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk makanan yang dapat dipesan secara online tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan.

Namun, di tengah tingginya minat terhadap produk dimsum mentai, masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi konsumen, seperti kualitas produk yang kurang konsisten, penggunaan bahan yang tidak selalu segar, serta produk yang diproduksi dalam jumlah besar tanpa memperhatikan aspek kesegaran. Hal ini menjadi peluang bagi usaha kuliner yang mampu menghadirkan produk dengan kualitas terjaga, proses produksi yang higienis, serta sistem pemesanan yang lebih efisien.

Berdasarkan kondisi tersebut, OishiiDimsum hadir sebagai usaha kuliner rumahan yang menawarkan dimsum mentai homemade dengan sistem pre-order online. Usaha ini mengutamakan penggunaan bahan baku segar, proses produksi yang dilakukan sesuai dengan jumlah pesanan, serta pengemasan yang rapi dan menarik. Dengan konsep tersebut, OishiiDimsum diharapkan mampu memberikan solusi bagi konsumen yang menginginkan makanan kekinian dengan kualitas yang terjamin dan harga yang terjangkau, khususnya bagi kalangan mahasiswa dan masyarakat umum.

Selain itu, pendirian usaha OishiiDimsum juga bertujuan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa, terutama dalam memahami proses perencanaan usaha, pengelolaan produksi, strategi pemasaran, serta analisis keuangan. Melalui penyusunan laporan kewirausahaan ini, diharapkan usaha OishiiDimsum dapat dianalisis secara sistematis sehingga dapat diketahui tingkat kelayakan usaha serta potensi pengembangannya di masa yang akan datang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam laporan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peluang usaha OishiiDimsum dalam menghadapi persaingan di industri kuliner berbasis online?
2. Bagaimana strategi pemasaran dan operasional yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk?
3. Bagaimana kondisi keuangan usaha OishiiDimsum berdasarkan skenario optimis, normal, dan pesimis?
- 4.

1.3. Visi dan Misi

Visi:

Menjadi usaha kuliner rumahan yang dikenal dengan dimsum mentai homemade bercita rasa khas, praktis, dan terpercaya.

Misi:

1. Menyediakan dimsum mentai dengan bahan segar dan kualitas terjaga.
2. Menerapkan sistem pre-order untuk menjaga kesegaran produk.
3. Memberikan pelayanan yang cepat dan ramah kepada pelanggan.
4. Mengembangkan usaha secara berkelanjutan melalui strategi pemasaran digital.

1.4. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui penulisan laporan kewirausahaan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Mengetahui peluang dan potensi pengembangan usaha OishiiDimsum.
2. Menganalisis strategi usaha yang diterapkan dalam kegiatan kewirausahaan.

3. Menilai kelayakan usaha melalui analisis keuangan berbasis skenario.

Manfaat

1.5. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penulisan laporan kewirausahaan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa :

Laporan kewirausahaan ini bermanfaat sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan serta mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik usaha secara nyata, khususnya di bidang kuliner.

2. Bagi Kelompok :

Bagi kelompok, laporan ini berfungsi sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan usaha OishiiDimsum, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun keuangan. Selain itu, laporan ini dapat menjadi dasar dalam melakukan perbaikan dan pengembangan usaha ke depannya.

3. Bagi Akademisi :

Laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan pembelajaran bagi mahasiswa lain dalam menyusun laporan kewirausahaan serta memahami penerapan konsep bisnis pada usaha kuliner skala mikro.

4. Bagi Masyarakat :

Bagi masyarakat, khususnya konsumen, laporan ini memberikan gambaran mengenai peluang usaha kuliner rumahan berbasis online yang menawarkan produk makanan praktis, berkualitas, dan terjangkau.

1.6. Keunggulan Produk

Keunggulan produk OishiiDimsum dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dimsum mentai homemade dengan saus creamy khas
2. Sistem pre-order (fresh, tanpa stok)
3. Harga terjangkau dengan kualitas premium
4. Kemasan estetik dan higienis

1.7. BMC (Business Model Canvas)



1.8. Analisis SWOT

STENGTHS

- Rasa premium dan autentik menggunakan bahan segar/lokal.
- Harga sangat terjangkau dengan porsi yang pas.
- Kemasan estetik dan branding kelainan, menarik di media sosial.
- Modal awal sangat kecil dan biaya produksi rendah.
- Model bisnis Pre-Order (PO) meminimalisir risiko kerugian.

OPPORTUNITIES

- Tren camilan dan jajanan gurih terus meningkat di masyarakat.
- Tren bisnis online (PO via WA/IG) sedang tinggi di kalangan target pasar.
- Target pasar utama (mahasiswa) sangat aktif menggunakan media sosial.
- Potensi pengembangan varian rasa atau topping baru pada saus menta.

WEAKNESSES

- Skala usaha masih sangat mikro dan berbasis rumah.
- Kapasitas produksi awal sangat terbatas.
- Brand awareness masih rendah karena merupakan bisnis baru.
- Ketergantungan pada bahan baku tertentu yang kualitasnya bisa berubah-ubah di pasar.

THREATS

- Pesang dapat dengan mudah menu produk yang ditawarkan.
- Selain mahasiswa sebagai target pasar dikenal cepat berubah-ubah.
- Harga bahan baku di pasar yang tidak stabil.
- Pesang langsung di bidang kuliner sejenis sudah memiliki pasar yang stabil.

1.9. Data Perusahaan

Atribut	Keterangan
Nama Perusahaan	OishiiDimsum
Bidang Usaha	Kuliner (Usaha Mikro)
Jenis Produk	Dimsum Mentai Homemade
Sistem Penjualan	Pre-order online
Lokasi Produksi	Usaha rumahan melalui media sosial
Target Pasar	Target Pasar

1.10. Struktur Organisasi

Dalam menjalankan kegiatan usaha, OishiiDimsum memiliki struktur organisasi sederhana yang disesuaikan dengan skala usaha rumahan. Pembagian tugas dilakukan untuk memastikan setiap kegiatan usaha berjalan secara efektif dan terorganisir.

Struktur organisasi OishiiDimsum adalah sebagai berikut:

1. Putri Salma - *Founder dan Marketing*
Bertanggung jawab atas perencanaan usaha, strategi pemasaran, dan promosi produk melalui media sosial.
2. Nabila Putri Shalehah - *Finance dan Admin*
Bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan, pencatatan transaksi, serta administrasi usaha.
3. Dhendy Bagus Priyanto - *Production Manager*
Bertanggung jawab atas proses produksi dimsum mentai, mulai dari persiapan bahan hingga pengemasan produk.
4. Muhammad Andi Eria Putra - *Delivery dan Logistics*
Bertanggung jawab dalam pengiriman pesanan serta koordinasi dengan jasa pengiriman online.

1.11. Konsep Usaha

OishiiDimsum merupakan usaha kuliner rumahan yang bergerak di bidang makanan siap saji dengan produk utama berupa dimsum mentai homemade.

Konsep usaha yang diterapkan adalah sistem **pre-order online**, di mana proses produksi dilakukan berdasarkan jumlah pesanan yang masuk. Konsep ini diterapkan untuk menjaga kualitas dan kesegaran produk serta meminimalkan risiko kerugian akibat produk tidak terjual.

Selain itu, OishiiDimsum mengusung konsep makanan kekinian yang disesuaikan dengan selera pasar, khususnya mahasiswa dan pekerja muda. Produk dimsum mentai disajikan dengan saus mentai creamy khas dan dikemas secara higienis serta menarik, sehingga memiliki nilai tambah dibandingkan produk sejenis di pasaran.

1.12. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan kewirausahaan OishiiDimsum dilaksanakan selama enam minggu dengan alur operasional mingguan yang terencana dan sistematis. Seluruh proses produksi dilakukan secara berbasis rumahan dengan memperhatikan standar kebersihan dan kualitas produk. Pelaksanaan kegiatan usaha dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Promosi dan Pembukaan Pre-Order (PO)

Kegiatan promosi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Pembukaan pemesanan (pre-order) dilakukan 1–3 hari sebelum hari produksi dengan tujuan menyesuaikan jumlah produksi dengan permintaan konsumen.

2. Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku dilakukan pada H-1 sebelum produksi dengan memilih bahan-bahan segar dan berkualitas, terutama bahan utama dimsum dan saus mentai. Tahap ini bertujuan untuk menjaga cita rasa dan kualitas produk.

3. Proses Produksi dan Quality Control (QC)

Proses produksi dilakukan pada hari pelaksanaan sesuai jumlah pesanan yang masuk. Tahapan produksi meliputi pengolahan dimsum, pembuatan saus mentai, hingga proses pengemasan. Setiap produk melalui tahap quality control untuk memastikan rasa, kebersihan, dan tampilan kemasan sesuai standar OishiiDimsum.

4. Distribusi Produk

Produk yang telah selesai diproduksi kemudian didistribusikan kepada konsumen melalui sistem pengambilan langsung (pick-up) maupun pengantaran

menggunakan jasa kurir online. Area distribusi meliputi lingkungan sekitar tempat produksi dan wilayah terdekat sesuai dengan jangkauan layanan.

Melalui alur pelaksanaan kegiatan usaha tersebut, OishiiDimsum dapat menjalankan proses produksi dan penjualan secara efisien, menjaga kualitas produk, serta memenuhi kepuasan konsumen.

1.13. Sistematika Penulisan

Laporan kewirausahaan ini disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta gambaran umum usaha.
2. Bab II Aspek Produksi dan Pemasaran, membahas deskripsi produk, proses produksi, serta strategi pemasaran usaha.
3. Bab III Aspek Keuangan, membahas modal usaha, biaya produksi, pendapatan, dan analisis keuangan.
4. Bab IV Penutup, berisi kesimpulan dan saran.

BAB II ASPEK PRODUKSI

2.1. Deskripsi Produk

OishiiDimsum merupakan produk kuliner berupa dimsum mentai homemade yang diproduksi secara rumahan dengan mengutamakan kualitas bahan baku dan cita rasa. Produk ini disajikan dengan saus mentai creamy khas yang dibuat sendiri, sehingga menghasilkan rasa gurih dan lezat. Dimsum mentai OishiiDimsum dikemas secara higienis dan menarik, sehingga cocok dikonsumsi oleh berbagai kalangan, khususnya mahasiswa dan pekerja muda.

Produk OishiiDimsum ditujukan sebagai makanan praktis yang dapat dinikmati kapan saja, baik sebagai camilan maupun makanan utama. Dengan konsep pre-order, produk selalu diproduksi dalam kondisi segar sesuai dengan jumlah pesanan yang masuk.

2.2. Proses Produksi

Proses produksi OishiiDimsum dilakukan secara terstruktur untuk menjaga kualitas produk. Tahapan produksi meliputi:

1. Persiapan Bahan Baku

Pemilihan bahan baku dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan kesegaran, terutama bahan utama dimsum dan bahan pembuat saus mentai.

2. Pengolahan Dimsum

Bahan-bahan dimsum diolah dan dikukus hingga matang dengan tingkat kematangan yang sesuai dengan standar OishiiDimsum

3. Pembuatan Saus Mentai

Saus mentai dibuat secara terpisah menggunakan resep khusus OishiiDimsum untuk menghasilkan cita rasa creamy yang khas.

4. Pengemasan dan Quality Control

Produk yang telah matang dikemas secara higienis. Setiap produk melalui tahap quality control untuk memastikan rasa, kebersihan, dan tampilan kemasan sesuai standar.

2.3 Peralatan dan Bahan Produksi

Dalam kegiatan produksi OishiiDimsum, penggunaan peralatan dan bahan baku yang tepat sangat berpengaruh terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Peralatan produksi dipilih sesuai dengan kebutuhan usaha rumahan serta mampu menunjang proses produksi agar berjalan secara efisien dan higienis. Selain itu, pemilihan bahan baku dilakukan dengan memperhatikan kualitas, kesegaran, dan keamanan pangan guna menghasilkan produk dimsum mentai yang memiliki cita rasa konsisten dan layak konsumsi.

2.3.1 Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi OishiiDimsum meliputi:

1. Kompor
2. Panci kukusan
3. Spatula
4. Pisau
5. Wadah adonan
6. Peralatan pengemasan
7. Sendok

Seluruh peralatan dibersihkan sebelum dan sesudah digunakan guna menjaga kebersihan dan kualitas produk.

2.3.2 Peralatan

Bahan baku yang digunakan dalam produksi OishiiDimsum terdiri dari:

1. Bahan dasar dimsum
2. Bahan pembuat saus mentai
3. Bahan pendukung lainnya yang aman dan halal

Pemilihan bahan baku dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan kesegaran agar cita rasa produk tetap terjaga.

BAB III ASPEK KEUANGAN

3.1. Sumber Dana dan Modal Awal

Sumber dana usaha **OishiiDimsum** berasal dari modal awal yang dihimpun oleh anggota kelompok. Modal awal ini digunakan untuk membiayai kebutuhan awal usaha, meliputi pengadaan peralatan dapur, pembelian bahan baku, kemasan, promosi, serta biaya pendukung operasional lainnya. Total modal awal yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha OishiiDimsum adalah sebesar **Rp1.150.000**.

No	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
1.	Peralatan dapur (panci, sendok, cetakan dimsum)	350.000
2.	Pembelian kemasan	100.000
3.	Bahan baku awal	500.000
4.	Deposit aplikasi kurir (GoSend, Lalamove)	50.000
5.	Foto produk & konten promosi digital	100.000
6.	Modal cadangan	50.000
Total		170.000

3.2. Harga Pokok Penjualan (HPP)

Harga Pokok Penjualan (HPP) OishiiDimsum dihitung berdasarkan biaya produksi per porsi yang terdiri dari bahan baku dan kemasan. Berdasarkan perencanaan keuangan, HPP per porsi ditetapkan sebagai berikut:

1. Bahan baku dimsum dan saus mentai: Rp10.000/porsi
2. Kemasan (cup, label, segel): Rp2.500/porsi

Total HPP per porsi: Rp12.500

3.3. Buku Kas

Pencatatan kas di bawah ini merangkum seluruh aktivitas keuangan mulai dari setoran modal, pembelian bahan baku per minggu, hingga hasil penjualan setiap batch.

NO	Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
1	01/10/2025	Modal Awal Kelompok	Rp1.150.000		Rp1.150.000
2	07/10/2025	Pembelian bahan baku & kemasan (minggu-1)		Rp650.000	Rp500,000
3	08/10/2025	Penjualan OishiiDimsum 40 porsi × Rp25.000	Rp1000,000		Rp1.500.000
4	08/10/2025	Biaya operasional mingguan		Rp150.000	Rp1.350.000
5	14/10/2025	Pembelian bahan baku & kemasan (minggu 2)		Rp650.000	Rp700.000
6	15/10/2025	Penjualan OishiiDimsum 40 porsi × Rp25.000	Rp1.000.000		Rp1.700.000
7	15/10/2025	Biaya operasional mingguan		Rp150,000	Rp1.550.000
8	21/10/2025	Pembelian bahan baku & kemasan (Minggu 3)		Rp650.000	Rp900.000
9	22/10/2025	Penjualan	1.000.000		Rp1.900.000

		OishiiDimsum 40 porsi × Rp25.000			
10	20/10/2025	Biaya operasional mingguan		Rp150,000	Rp1.750.000
11	28/10/2025	Pembelian bahan baku & kemasan (Minggu 4)		Rp650.000	Rp1.100.000
12	29/10/2025	Penjualan OishiiDimsum 40 porsi × Rp25.000	Rp1.000.000		Rp2.100.000
13	29/10/2025	Biaya operasional ming		Rp150,000	Rp 1.950.000
14	04/11/2025	Pembelian bahan baku & kemasan (Minggu 5)		Rp650.000	Rp 1.300.000
15	05/11/2025	Penjualan OishiiDimsum 40 porsi × Rp25.000	Rp1.000,000		Rp 2.300.000
16	05/11/2025	Biaya operasional ming		Rp150,000	Rp2.150.000
17	11/11/2025	Pembelian bahan baku & kemasan (Minggu 6)		Rp650.000	Rp 1.500.000
18	11/11/2025	Penjualan OishiiDimsum 40 porsi × Rp25.000	Rp1.000.000		Rp 2.500.000
19	12/11/2025	Biaya operasional ming		Rp150,000	Rp409,040

Analisis Laba Akhir:

- Total Pendapatan Kotor: Rp 6.000.000.
- Saldo Akhir: Rp 2.350.000
- Keuntungan Bersih:
Rp 2.350.000 (Saldo Akhir) - Rp 1.150.000 (Modal Awal) = Rp 1.200.000

3.4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran usaha OishiiDimsum disusun untuk menjangkau target pasar secara efektif dengan memanfaatkan media digital dan sistem penjualan berbasis pre-order. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Produk (Product)

OishiiDimsum menawarkan produk berupa dimsum mentai homemade dengan saus mentai creamy khas. Produk dibuat segar sesuai pesanan menggunakan bahan halal berkualitas dan dikemas secara higienis serta estetik.

2. Harga (Price)

Penetapan harga dilakukan dengan strategi value-based pricing, yaitu sebesar Rp25.000 per porsi, yang disesuaikan dengan kualitas produk dan daya beli target pasar.

3. Tempat/Distribusi (Place)

Sistem penjualan dilakukan secara pre-order online melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Pengiriman produk dilakukan menggunakan jasa kurir instan seperti GoSend dan Lalamove.

4. Promosi (Promotion)

Kegiatan promosi dilakukan melalui pembuatan konten visual menarik berupa foto dan video di Instagram dan TikTok, pemberian promo khusus seperti *beli 5 gratis 1*, serta pemanfaatan testimoni pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

5. Proses Penjualan

Alur penjualan dimulai dari kegiatan promosi, pemesanan oleh konsumen, proses produksi sesuai pesanan, pengemasan, pengiriman, hingga pengumpulan testimoni untuk mendorong repeat order.

3.5. Kendala yang Dihadapi

Selama menjalankan kegiatan operasional usaha **OishiiDimsum**, tim menghadapi beberapa kendala utama sebagai berikut:

1. Manajemen Waktu

Kendala dalam pengaturan waktu produksi muncul akibat perbedaan jadwal perkuliahan dan aktivitas akademik masing-masing anggota tim, sehingga diperlukan penyesuaian jadwal agar proses produksi tetap berjalan optimal.

2. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Harga bahan baku utama seperti dimsum, bahan saus mentai, dan keju cenderung mengalami kenaikan atau perubahan harga di pasaran, yang berpotensi memengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan.

3. Konsistensi Kualitas Produk

Menjaga konsistensi rasa saus mentai dan tekstur dimsum menjadi tantangan tersendiri, terutama ketika volume produksi meningkat dan dilakukan dalam waktu yang relatif singkat.

4. Risiko Penjualan Sistem Pre-Order (PO)

Sistem penjualan berbasis pre-order memiliki risiko apabila jumlah pesanan yang masuk tidak mencapai target minimal setiap minggunya, sehingga dapat memengaruhi perencanaan produksi dan pendapatan usaha.

5. Persaingan Produk Sejenis

Munculnya usaha kuliner lain dengan produk serupa, baik dimsum mentai maupun makanan kekinian lainnya di lingkungan sekitar kampus, menjadi tantangan dalam mempertahankan daya saing dan menarik minat konsumen.

BAB IV KESIMPULAN DAN PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa usaha **OishiiDimsum** merupakan usaha kuliner rumahan berbasis sistem pre-order online yang memiliki potensi untuk dijalankan dan dikembangkan. Usaha ini menawarkan produk dimsum mentai homemade dengan cita rasa creamy khas, bahan berkualitas, serta kemasan yang menarik dan higienis.

Dari aspek produksi, OishiiDimsum mampu menjalankan proses produksi secara terencana dengan menjaga kebersihan dan kualitas produk. Dari aspek pemasaran, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi terbukti efektif dalam menjangkau target pasar, khususnya mahasiswa dan pekerja muda. Sementara itu, dari aspek keuangan, hasil analisis menunjukkan bahwa usaha ini mampu menghasilkan laba dan mencapai titik impas dalam waktu yang relatif singkat.

Dengan pengelolaan biaya yang baik, sistem pre-order yang efisien, serta strategi pemasaran digital yang tepat, OishiiDimsum dapat dikatakan sebagai usaha yang layak secara operasional dan finansial.

4.1 Penutup

Berdasarkan pengalaman selama kurang lebih enam minggu menjalankan usaha OishiiDimsum, dapat disimpulkan bahwa bisnis kuliner ini memiliki peluang yang sangat baik untuk dikembangkan, khususnya di lingkungan kampus dan masyarakat sekitar. Dengan modal awal sebesar Rp1.150.000, usaha ini menunjukkan kinerja keuangan yang positif dan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp1.200.000 selama periode operasional. Hal tersebut mencerminkan bahwa usaha OishiiDimsum dikelola secara efektif serta memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan.

Keberhasilan usaha OishiiDimsum tidak terlepas dari penerapan sistem Pre-Order (PO) yang mampu menekan risiko kerugian, karena proses produksi dilakukan sesuai dengan jumlah pesanan yang masuk. Sistem ini memungkinkan pengendalian biaya produksi yang lebih efisien sekaligus menjaga kualitas dan kesegaran dimsum mentai yang dihasilkan.

Selain itu, penggunaan bahan baku yang segar dan halal, cita rasa saus mentai homemade yang creamy dan khas, serta kemasan yang menarik menjadi faktor utama tingginya minat konsumen, khususnya mahasiswa dan pekerja muda. Didukung oleh strategi pemasaran digital melalui media sosial dan layanan pengiriman instan,

OishiiDimsum mampu menjangkau konsumen secara luas dengan biaya operasional yang relatif rendah. Dengan pengelolaan yang konsisten dan inovasi produk yang berkelanjutan, usaha ini memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan bersaing di industri kuliner.

LAMPIRAN

Foto Produk



Foto Bukti Pembelian



LAPORAN KEGIATAN USAHA KEWIRAUSAHAAN BISNIS

Dosen pengampu: -



“Usaha Jual Beli Minyak Rem MOTUL DOT 5.1 Kemasan Repack”

DISUSUN GUNA MEMENUHI TUGAS MATA KULIAH PENGAYAAN
KEWIRAUSAHAAN BISNIS

Disusun Oleh :

Gerry Suhandi (2203025019)

KELAS 7P

**PROGRAM STUDI TEKNIK ELEKTRO
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2025**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kegiatan kewirausahaan ini dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bagian dari laporan akhir dalam mata kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis, yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan, keterampilan, serta kemampuan mahasiswa dalam bidang kewirausahaan, sekaligus membentuk karakter yang mandiri, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi tantangan dunia usaha.

Kegiatan kewirausahaan yang dilaporkan dalam laporan ini adalah usaha jual beli minyak rem MOTUL DOT 5.1 kemasan repack. Usaha ini dijalankan sebagai bentuk penerapan langsung konsep kewirausahaan, mulai dari perencanaan usaha, pengadaan produk, proses pengemasan ulang (repack), pemasaran melalui media sosial Facebook Marketplace, hingga transaksi penjualan secara langsung kepada konsumen. Melalui usaha ini, penulis memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola usaha kecil di bidang otomotif serta memahami peluang pasar dan strategi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan bantuan sehingga kegiatan kewirausahaan dan penyusunan laporan ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap laporan kegiatan kewirausahaan ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi dan inspirasi bagi pembaca dalam menumbuhkan semangat berwirausaha dan keberanian untuk memulai usaha secara mandiri.

Jakarta, 15 Desember 2025

Gerry Suhandi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
BAB II : PROFIL USAHA	3
2.1 Nama dan Jenis Usaha	3
2.2 Produk Yang Dijual	4
2.3 Target Pasar	5
2.4 Lokasi Usaha	5
BAB III : PELAKSANAAN USAHA DAN EVALUASI USAHA	6
3.1 Pelaksanaan Usaha	6
3.2 Strategi Pemasaran	6
3.3 Estimasi Modal	7
3.4 Perhitungan Penjualan	7
3.5 Perhitungan Laba	7
3.6 Evaluasi Usaha	8
BAB IV : PENUTUP	9
4.1 Kesimpulan	9
4.2 Saran	9
LAMPIRAN SURAT KETERANGAN	10
LAMPIRAN BUKTI USAHA	11

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia kewirausahaan ini memberikan peluang besar bagi siapa saja yang memiliki kemauan dan keberanian untuk memulai bisnis, termasuk mahasiswa. Dunia kewirausahaan bukan hanya tentang menciptakan keuntungan finansial, tetapi juga menjadi sarana untuk menumbuhkan kreativitas, tanggung jawab, serta kemandirian. Oleh karena itu, pengenalan dan praktik langsung mengenai kewirausahaan menjadi penting untuk diterapkan sejak bangku kuliah.

Mahasiswa sebagai generasi muda dituntut untuk tidak hanya memiliki kemampuan akademik, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat berguna di dunia kerja maupun dalam menciptakan lapangan kerja sendiri. Mata kuliah Pengayaan Kewirausahaan Terstruktur memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan tersebut melalui kegiatan berwirausaha secara nyata.

Sebagai bentuk implementasi dari mata kuliah ini, penulis memutuskan untuk menjalankan usaha kecil di bidang otomotif berupa jual beli minyak rem MOTUL DOT 5.1 kemasan repack. Usaha ini dipilih karena memiliki prospek yang cukup menjanjikan, mengingat tingginya kebutuhan perawatan sistem pengereman pada kendaraan bermotor. Minyak rem merupakan komponen penting yang harus diganti secara berkala, sehingga permintaannya relatif stabil di kalangan pengguna sepeda motor maupun mobil.

Selain itu, minyak rem MOTUL DOT 5.1 dipilih karena dikenal memiliki kualitas yang baik dan sudah dipercaya oleh banyak pengguna kendaraan. Sistem penjualan dengan kemasan repack ukuran 100 ml dinilai mampu menjangkau konsumen yang membutuhkan minyak rem dalam jumlah kecil dengan harga yang lebih terjangkau. Proses pengadaan produk dan pengemasan ulang relatif sederhana serta tidak memerlukan peralatan yang rumit, sehingga usaha ini dapat dijalankan dengan modal yang relatif kecil namun tetap memiliki peluang keuntungan yang baik.

Melalui kegiatan kewirausahaan ini, penulis tidak hanya mempelajari konsep kewirausahaan secara teori, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung dalam merencanakan usaha, menentukan harga jual, memasarkan produk melalui media sosial Facebook Marketplace, serta melakukan transaksi penjualan secara langsung dengan konsumen. Pengalaman tersebut menjadi bekal yang berharga dalam membentuk pola pikir wirausaha yang mandiri, bertanggung jawab, dan mampu melihat peluang usaha di tengah kebutuhan masyarakat.

Dengan adanya laporan ini, diharapkan penulis dapat mengevaluasi proses usaha yang telah dijalankan serta membagikan pembelajaran yang diperoleh selama menjalankan usaha jual beli minyak rem kemasan repack kepada pembaca, khususnya bagi mahasiswa yang tertarik untuk memulai usaha kecil secara mandiri.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari kegiatan kewirausahaan ini adalah:

- Melatih keterampilan kewirausahaan melalui praktik langsung.
- Mengasah kemampuan dalam merencanakan dan menjalankan usaha skala kecil.
- Mendapatkan keuntungan dari penjualan produk otomotif.

BAB II

PROFIL USAHA

2.1 Nama dan Jenis Usaha

Usaha ini diberi nama “Minyak Rem MOTUL DOT 5.1 Repack 100ml”. Nama tersebut dipilih dengan pertimbangan agar mudah dikenali, sederhana, dan secara langsung menggambarkan jenis produk yang ditawarkan. Penggunaan nama ini bertujuan untuk memberikan kejelasan kepada konsumen bahwa usaha ini bergerak di bidang penjualan minyak rem kendaraan bermotor dengan sistem pengemasan ulang (repack). Nama “Minyak Rem MOTUL DOT 5.1 Repack 100ml” mencerminkan dua hal utama, yaitu:

1. Produk utama yang ditawarkan adalah minyak rem kendaraan bermotor bermerek MOTUL yang dikenal memiliki kualitas tinggi dan sesuai untuk sistem pengereman modern.
2. Sistem penjualan yang digunakan adalah kemasan repack ukuran 100 ml, sehingga konsumen dapat membeli minyak rem sesuai kebutuhan dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan kemasan pabrik

Adapun jenis usaha yang dijalankan adalah usaha perdagangan produk otomotif skala mikro. Usaha ini termasuk dalam kategori usaha penjualan perlengkapan dan cairan pendukung kendaraan bermotor yang dijalankan secara mandiri. Kegiatan usaha meliputi pengadaan produk, proses pengemasan ulang ke dalam botol kecil, hingga pemasaran dan penjualan kepada konsumen.

Usaha ini bersifat fleksibel dan difokuskan pada kebutuhan pasar lokal, khususnya pengguna sepeda motor yang membutuhkan minyak rem dalam jumlah kecil untuk perawatan atau penggantian rutin. Pemasaran dilakukan melalui media sosial seperti Facebook Marketplace, dengan sistem transaksi secara langsung (COD), baik dengan bertemu di lokasi yang disepakati maupun pembeli datang langsung ke rumah.

Pemilihan jenis usaha ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain:

1. Modal awal yang relatif terjangkau
2. Proses pengemasan dan penjualan yang sederhana
3. Permintaan pasar yang cenderung stabil karena minyak rem merupakan kebutuhan berkala
4. Produk memiliki kualitas dan merek yang sudah dikenal konsumen
5. Risiko kerugian relatif kecil apabila dikelola dengan baik

2.2 Produk yang Dijual



Produk	: Minyak rem MOTUL DOT 5.1
Ukuran Kemasan	: 100 ml
Harga Jual	: Rp25.000 – Rp30.000 per botol
Harga Beli Produk Asli	: Rp89.000 per botol (isi 500 ml)
Media Pemasaran	: Sosial Media (Facebook Marketplace)

2.3 Target Pasar

Target usaha pada kegiatan kewirausahaan jual beli minyak rem MOTUL DOT 5.1 kemasan repack ini meliputi beberapa kelompok konsumen, yaitu:

1. Pengguna sepeda motor pribadi
Konsumen yang membutuhkan minyak rem dalam jumlah kecil untuk perawatan rutin atau penggantian sebagian.
2. Pengguna yang melakukan perawatan mandiri (DIY)
Konsumen yang terbiasa melakukan perawatan kendaraan sendiri di rumah dan membutuhkan minyak rem berkualitas dalam kemasan kecil.
3. Bengkel kecil atau mekanik rumahan
Bengkel skala kecil yang membutuhkan minyak rem tambahan tanpa harus membeli kemasan besar.
4. Pengguna marketplace Facebook di lingkungan sekitar
Konsumen lokal yang aktif mencari kebutuhan otomotif melalui Facebook Marketplace dan lebih memilih transaksi langsung (COD).

2.4 Lokasi Usaha

Usaha ini dijalankan di dekat rumah di JL. H.TAIMAN BARAT 1 RT006/02, Jakarta Timur, DKI Jakarta.

BAB III

PELAKSANAAN USAHA DAN EVALUASI USAHA

3.1 Pelaksanaan Usaha

Seluruh produk dibeli dari online shop dan diproses ulang di rumah pribadi. Adapun prosesnya sebagai berikut:

a. **Pengadaan Barang**

Penulis membeli minyak rem MOTUL DOT 5.1 dalam kemasan asli 500 ml dengan harga Rp89.000 per botol.

b. **Proses Repack**

Minyak rem kemudian dikemas ulang ke dalam botol kecil berukuran 100 ml. Dari satu botol ukuran 500 ml dapat diperoleh 5 botol repack ukuran 100 ml.

c. **Penetapan Harga**

Harga jual ditetapkan sebesar Rp25.000 hingga Rp30.000 per botol repack 100 ml, tergantung kondisi pasar dan kesepakatan dengan pembeli.

d. **Pemasaran**

Pemasaran dilakukan melalui Facebook Marketplace dengan mengunggah foto produk dan memberikan deskripsi mengenai spesifikasi minyak rem, ukuran kemasan, serta sistem transaksi.

e. **Transaksi Penjualan**

Transaksi dilakukan secara langsung (COD), yaitu dengan bertemu di tempat yang telah disepakati atau pembeli datang langsung ke rumah untuk mengambil barang.

3.2 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada usaha jual beli minyak rem MOTUL DOT 5.1 kemasan repack dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook Marketplace, sebagai sarana promosi utama. Penulis mengunggah foto produk disertai deskripsi yang jelas mengenai merek, spesifikasi, ukuran kemasan,

dan harga jual untuk menarik minat konsumen. Selain itu, penulis menerapkan sistem transaksi secara langsung (COD) dengan bertemu di lokasi yang disepakati atau pembeli datang langsung ke rumah, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Pelayanan yang ramah, respons cepat terhadap pesan calon pembeli, serta penetapan harga yang kompetitif menjadi bagian dari strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan.

3.3 Estimasi Modal

No	Keterangan	Jumlah
1	Harga Minyak rem MOTUL DOT 5.1 (500 ml)	Rp89.000
2	Jumlah botol repack (100 ml)	20pcs/Botol
3	Harga botol repack (per pcs)	Rp500-850
4	Modal botol repack (5 pcs)	Rp2500 - Rp4250
5	Total modal (minyak rem 500ml + 5pcs botol 100ml)	Rp91.500 – Rp93.250
6	Modal per botol repack	Rp18.300 – Rp18.650

Note: Pembelian botol 100ml minimal 20pcs untuk sekali order

3.4 Perhitungan Penjualan

No	Keterangan	Harga
1	Harga jual per botol (minimum)	Rp25.000
2	Harga jual per botol (maksimum)	Rp30.000

3.5 Perhitungan Laba

Keterangan	Harga Minimum	Harga Maksimum
Total Penjualan 5pcs	Rp125.000	Rp150.000
Total Modal	Rp91.500 - Rp93.250	Rp91.500 - Rp93.250
Laba	Rp31.750 - Rp33.500	Rp56.750 - Rp58.500

3.6 Evaluasi Usaha

Beberapa kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha ini antara lain:

1. Kepercayaan konsumen terhadap produk repack.
2. Persaingan harga dengan penjual lain.
3. Waktu yang harus disesuaikan untuk bertemu dengan pembeli.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan kewirausahaan jual beli minyak rem MOTUL DOT 5.1 kemasan repack, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki potensi yang cukup baik untuk dijalankan sebagai usaha skala kecil. Kebutuhan minyak rem yang bersifat rutin serta penggunaan kemasan kecil membuat produk ini diminati oleh konsumen karena lebih praktis dan terjangkau. Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola usaha, mulai dari pengadaan produk, proses pengemasan, penetapan harga, pemasaran melalui media sosial, hingga transaksi penjualan dengan konsumen. Kegiatan kewirausahaan ini juga menjadi sarana penerapan teori kewirausahaan ke dalam praktik nyata.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kegiatan kewirausahaan yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- Kedepannya usaha ini dapat dikembangkan dengan menambah variasi produk otomotif lainnya untuk menarik lebih banyak konsumen.
- Penulis disarankan untuk meningkatkan kualitas kemasan dan pencantuman informasi produk agar kepercayaan konsumen semakin meningkat.
- Pemanfaatan media pemasaran dapat diperluas tidak hanya melalui Facebook Marketplace, tetapi juga platform media sosial lain agar jangkauan pasar semakin luas.

LAMPIRAN

KELURAHAN GEDONG
RT. 06 / RW. 02
JAKARTA TIMUR

SURAT PENGANTAR
 Nomor : 1073/RT/RW/06/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini, pengurus RT.006 / RW. 02, Kel. Gedong, Kec. Pasar Rebo, menerangkan bahwa :

1. Nama : GERRY SUHANDI
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki/Barangman
3. Tempat/Tgl. Lahir : SERANG 06-09-2004
4. No. KTP/KK : 3404 0506 0904 0003
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Pendidikan terakhir : SLTA
7. Agama : ISLAM
8. Pekerjaan : PELAJAR/MAHASISWA
9. Alamat : Jl. H. TAJMAM BAYAT 1
RT. 06 / RW. 02, Kel. Gedong, Kec. Pasar Rebo, Jakarta Timur
10. Maksud/Kepentingan : MEMETAKAN BAHWA AN GERRY SUHANDI
BEKAR MENJALANKAN USAHA PERJUKAN
PELOUK OTOMOTIF DI WILAYAH KELURAHAN
GEDONG

Nomor : 023/RW02/I/2026
 Mengetahui
 Ketua RW.02

RW. 02 **JT**
 KELURAHAN GEDONG
 KECAMATAN PASAR REBO
 JAKARTA TIMUR

Jakarta, PAKAR 11 14 JAN 2026

RT. 06 / RW. 02 **JT**
 KELURAHAN GEDONG
 KECAMATAN PASAR REBO
 JAKARTA TIMUR

ANDIN BAHTIAR

Lampiran Surat Keterangan



**Minyak Rem Motul DOT 5.1 REPACK
100ml**

Rp32

Tandai sebagai Terjual

Promosikan jualan

Lampiran Bukti Usaha

**“PENGEMBANGAN USAHA
CREATIVITAS DAN INOVASI INDUSTRI
BERBASIS BUKET DAN *PLEXIGLAS CREATIONS*”**

LAPORAN



Disusun Oleh:

NAMA : Dhani Ananta Dwi P

NIM : 2103035001

**PROGRAM STUDI TEKNIK MESIN FAKULTAS TEKNOLOGI
INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA JAKARTA**

2025

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR.....	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penulisan	1
1.4 Manfaat Penulisan	1
BAB II LANDASAN TEORI.....	2
2.1 Pengertian Kewirausahaan.....	2
2.2 Karakteristik Wirausahawan.....	2
2.3 Konsep Industri Kreatif.....	2
2.4 Industri Kreatif sebagai Peluang Usaha	3
2.5 Inovasi Produk dalam Industri Kreatif	3
2.6 Pemasaran dalam Usaha Kreatif	3
BAB III PEMBAHASAN.....	4
3.1 Profil Usaha Buket & Plexiglas creations.....	4
3.2 Profil Usaha Plexiglas Creations	5
BAB IV PENUTUP	6
4.1 Kesimpulan.....	6
4.2 Saran	6
DAFTAR PUSTAKA	7
LAMPIRAN	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 buket	4
gambar 1. 2 Plexglas Creation.....	5

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, kemajuan teknologi, serta meningkatnya kebutuhan akan produk yang bersifat personal, estetik, dan bernilai tambah. Industri kreatif tidak hanya berorientasi pada fungsi, tetapi juga pada kreativitas, inovasi, dan nilai seni yang mampu menciptakan peluang usaha baru serta membuka lapangan kerja.

Salah satu bentuk usaha yang berkembang pesat dalam industri kreatif adalah usaha pembuatan buket (bunga, uang, snack, dan custom gift) serta produk berbahan plexiglas (akrilik) seperti plakat, frame foto, hiasan meja, dan souvenir. Kedua jenis usaha ini memiliki pasar yang luas karena sering digunakan pada berbagai momen penting seperti wisuda, ulang tahun, pernikahan, peresmian, dan acara formal lainnya.

Oleh karena itu, laporan ini disusun untuk membahas secara jelas dan spesifik mengenai kewirausahaan dalam industri kreatif dengan contoh usaha buket dan plexiglas creations sebagai bentuk penerapan nyata dari kegiatan kewirausahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud dengan kewirausahaan dalam industri kreatif?
2. Bagaimana gambaran usaha buket dan plexiglas creations sebagai bisnis industri kreatif?
3. Bagaimana aspek produksi, pemasaran, dan keuangan dari usaha tersebut?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Menjelaskan konsep kewirausahaan dalam industri kreatif.
2. Mendeskripsikan contoh usaha buket dan plexiglas creations secara spesifik.
3. Memberikan gambaran pengelolaan usaha kreatif yang dapat dijadikan referensi.

1.4 Manfaat Penulisan

- Menambah wawasan tentang kewirausahaan industri kreatif.
- Menjadi referensi bagi mahasiswa atau calon wirausaha.
- Mendorong minat berwirausaha berbasis kreativitas dan inovasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu proses dinamis dalam menciptakan nilai tambah melalui pengembangan ide baru, inovasi, serta pemanfaatan peluang usaha dengan keberanian mengambil risiko yang terukur. Kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga pada kemampuan menciptakan solusi terhadap kebutuhan pasar dan memberikan manfaat ekonomi maupun sosial.

Seorang wirausahawan dituntut memiliki sikap kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, berorientasi pada hasil, serta mampu membaca peluang dan tantangan lingkungan bisnis. Dalam konteks modern, kewirausahaan juga erat kaitannya dengan pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran digital.

2.2 Karakteristik Wirausahawan

Karakteristik utama seorang wirausahawan antara lain: 1. Kreatif dan inovatif, yaitu mampu menciptakan ide atau produk baru yang memiliki nilai jual. 2. Berani mengambil risiko, namun tetap berdasarkan perhitungan yang matang. 3. Memiliki motivasi dan semangat kerja yang tinggi. 4. Mampu melihat peluang pasar dan beradaptasi dengan perubahan. 5. Bertanggung jawab dan memiliki etika bisnis.

Karakteristik tersebut sangat dibutuhkan dalam menjalankan usaha industri kreatif seperti buket dan plexiglas creations yang menuntut keunikan desain serta kepuasan konsumen.

2.3 Konsep Industri Kreatif

Industri kreatif adalah kegiatan ekonomi yang bersumber dari kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan produk atau jasa yang bernilai tambah dan bernilai ekonomi. Industri ini menekankan pada ide, desain, dan inovasi sebagai faktor utama produksi.

Produk industri kreatif umumnya memiliki ciri khas, bersifat custom, mengikuti tren, serta memiliki nilai estetika yang tinggi. Oleh karena itu, keberhasilan industri kreatif sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami selera pasar dan mengembangkan kreativitas secara berkelanjutan.

2.4 Industri Kreatif sebagai Peluang Usaha

Industri kreatif memiliki peluang usaha yang besar karena: - Modal usaha relatif terjangkau. - Produk dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen (custom). - Pasar luas dan terus berkembang. - Didukung oleh kemajuan teknologi dan media sosial.

Usaha buket dan plexiglas creations merupakan bagian dari industri kreatif subsektor kriya dan desain produk yang memiliki prospek menjanjikan karena permintaannya bersifat berulang dan mengikuti momen tertentu.

2.5 Inovasi Produk dalam Industri Kreatif

Inovasi produk merupakan kunci utama dalam mempertahankan daya saing usaha kreatif. Inovasi dapat berupa pengembangan desain baru, kombinasi bahan yang unik, peningkatan kualitas produk, maupun pelayanan yang lebih baik.

Pada usaha buket, inovasi dapat dilakukan melalui variasi tema, warna, dan jenis isi buket. Sedangkan pada usaha plexiglas creations, inovasi dapat berupa desain minimalis, ukiran nama custom, serta penggunaan teknik finishing yang lebih eksklusif.

2.6 Pemasaran dalam Usaha Kreatif

Pemasaran usaha kreatif menekankan pada visual produk, branding, dan kedekatan dengan konsumen. Media sosial menjadi sarana utama dalam mempromosikan produk kreatif karena mampu menjangkau pasar yang luas dengan biaya relatif rendah.

Strategi pemasaran yang efektif meliputi pembuatan konten menarik, penggunaan foto dan video berkualitas, pelayanan responsif, serta membangun kepercayaan melalui testimoni pelanggan.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Profil Usaha Buket & Plexiglas creations



Gambar 1. 1 buket

Usaha buket merupakan bisnis kreatif yang bergerak dalam pembuatan rangkaian hadiah seperti buket bunga, buket uang, buket snack, dan buket custom sesuai permintaan konsumen.

a. Produk yang Ditawarkan

Buket bunga artificial dan fresh flower - Buket uang wisuda - Buket snack dan cokelat
- Buket custom sesuai tema

b. Proses Produksi

Proses produksi dimulai dari pemilihan bahan (kertas wrapping, bunga artificial, pita, lem, dan aksesoris), perancangan desain sesuai pesanan, perakitan, hingga tahap finishing dan pengemasan.

c. Target Pasar

Mahasiswa dan pelajar - Masyarakat umum - Konsumen acara wisuda dan ulang tahun

d. Strategi Pemasaran

Promosi melalui media sosial (Instagram, WhatsApp, TikTok) - Sistem pre-order dan custom desain - Foto produk yang menarik dan testimoni pelanggan

3.2 Profil Usaha Plexiglas Creations



gambar 1. 2 Plexglas Creation

Plexiglas creations adalah usaha kreatif yang memanfaatkan bahan akrilik (plexiglas) untuk menghasilkan produk dekoratif dan fungsional.

a. Produk yang Ditawarkan

Plakat wisuda dan penghargaan - Frame foto akrilik - Hiasan meja custom nama - Souvenir acara resmi

b. Proses Produksi

Proses produksi meliputi desain digital, pemotongan akrilik, pencetakan tulisan atau gambar, perakitan, dan finishing agar produk terlihat rapi dan elegan.

c. Target Pasar

Instansi pendidikan - Perusahaan dan organisasi - Individu yang membutuhkan souvenir eksklusif

d. Strategi Pemasaran

Penjualan online melalui marketplace dan media sosial - Kerja sama dengan event organizer - Penawaran produk custom dan eksklusif

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Usaha buket dan plexiglas creations merupakan contoh nyata kewirausahaan dalam industri kreatif yang memiliki peluang pasar besar dan berkelanjutan. Dengan kreativitas, inovasi desain, serta strategi pemasaran yang tepat, usaha ini dapat berkembang dan memberikan keuntungan yang menjanjikan.

4.2 Saran

Diharapkan pelaku usaha dapat terus meningkatkan kualitas produk, mengikuti tren pasar, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2020). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). *Rencana Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2020). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.
- Rangkuti, F. (2021). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia.
- Sudarwati, & Rahayu, E. (2021). Analisis Pengembangan Usaha Industri Kreatif Berbasis Kerajinan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 115–124.
- Prasetyo, A., & Nugroho, S. (2022). Peran Inovasi Produk terhadap Daya Saing UMKM Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(1), 45–54.
- Hadiyati, E. (2020). Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 135–146.
- Putri, D. A., & Santoso, B. (2023). Strategi Pemasaran Digital pada UMKM Industri Kreatif. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(1), 22–31.
- Widodo, T., & Lestari, S. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Produk Kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 201–210.

LAMPIRAN

1. Surat NIB



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0604240020195**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : CV KAC CREATIVITY AND INNOVATION |
| 2. Alamat Kantor | : JL. SWADAYA II NO.103, Desa/Kelurahan Rempoa, Kec. Ciputat Timur,
Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten,
Kode Pos: 15412 |
| No. Telepon | : 089535698165 |
| Email | : kacoreativityinnovation@gmail.com |
| 3. Status Penanaman Modal | : PMDN |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diberikan di Jakarta, tanggal: 6 April 2024
Perubahan ke-1, tanggal: 6 April 2024

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 6 April 2024

1. Dokumen ini diterbitkan dalam OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dokumen ini menjadi keabsahan jika dokumen ini akan dibuktikan pertamannya sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN-BSSN.
4. Data lengkap Perubahan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0604240020195

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	47761	Perdagangan Eceran Bungkus Polong/Florisi	Jl. Swadaya II No.103, Desa/Kelurahan Rempoa, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten Kode Pos: 15412 Usaha Mikro berjalan sejak: April 2024	Rendah	NIB	Terbit	-
2	47789	Perdagangan Eceran Barang Kerajinan Dan Lukisan Lainnya	Jl. Swadaya II No.103, Desa/Kelurahan Rempoa, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten Kode Pos: 15412 Usaha Mikro berjalan sejak: April 2024	Rendah	NIB	Terbit	-
3	32903	Industri Kerajinan YDOL	Jl. Swadaya II No.103, Desa/Kelurahan Rempoa, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten Kode Pos: 15412 Usaha Mikro berjalan sejak: April 2024	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan dalam bentuk elektronik berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dokumen ini terdapat keabsahan di dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh SS/C-SSDN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan akun akses.



Cash Flow Bisnis Kecil

Month	Jan-24	Feb-24	Mar-24	Apr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Aug-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	Total
Revenue of Asset Sales	11,000,000	10,000,000	7,742,254	3,303,338	-25,000,344	47,000,000	25,400,200	19,000,329	46,000,000	79,499,091	96,324,871	118,761,318	1,400,114,004

Area/Key Indicator	Jan-24	Feb-24	Mar-24	Apr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Aug-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	Total
Population (Millions)	79,800,000	79,931,000	80,231,500	80,607,700	81,004,200	81,419,300	81,852,200	82,301,200	82,764,400	83,242,000	83,732,000	84,232,000	1,000,000,000
Total wealth (trillion USD)	16,000,000	87,000,270	69,300,000	19,000,300	67,000,150	133,200,070	147,407,570	181,421,000	177,424,200	210,470,600	245,614,200	200,900,000	

Days Operational (Inventory)	Jan-24		Feb-24		Mar-24		Apr-24		May-24		Jun-24		Jul-24		Aug-24		Sep-24		Oct-24		Nov-24		Dec-24		Total
	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost	Revenue	Cost			
Days 1-30 (Jan)	15,000,000	8,500,000	16,000,000	9,000,000	17,000,000	9,500,000	18,000,000	10,000,000	19,000,000	10,500,000	20,000,000	11,000,000	21,000,000	11,500,000	22,000,000	12,000,000	23,000,000	12,500,000	24,000,000	13,000,000	25,000,000	13,500,000	26,000,000	14,000,000	
Days 31-60 (Feb)	16,500,000	9,200,000	17,500,000	9,800,000	18,500,000	10,200,000	19,500,000	10,800,000	20,500,000	11,200,000	21,500,000	11,800,000	22,500,000	12,200,000	23,500,000	12,800,000	24,500,000	13,200,000	25,500,000	13,800,000	26,500,000	14,200,000	27,000,000	14,500,000	
Days 61-90 (Mar)	18,000,000	10,000,000	19,000,000	10,500,000	20,000,000	11,000,000	21,000,000	11,500,000	22,000,000	12,000,000	23,000,000	12,500,000	24,000,000	13,000,000	25,000,000	13,500,000	26,000,000	14,000,000	27,000,000	14,500,000	28,000,000	15,000,000	29,000,000	15,500,000	
Days 91-120 (Apr)	19,500,000	10,800,000	20,500,000	11,200,000	21,500,000	11,800,000	22,500,000	12,200,000	23,500,000	12,800,000	24,500,000	13,200,000	25,500,000	13,800,000	26,500,000	14,200,000	27,500,000	14,800,000	28,500,000	15,200,000	29,500,000	15,800,000	30,500,000	16,200,000	
Days 121-150 (May)	21,000,000	11,500,000	22,000,000	12,000,000	23,000,000	12,500,000	24,000,000	13,000,000	25,000,000	13,500,000	26,000,000	14,000,000	27,000,000	14,500,000	28,000,000	15,000,000	29,000,000	15,500,000	30,000,000	16,000,000	31,000,000	16,500,000	32,000,000	17,000,000	
Days 151-180 (Jun)	22,500,000	12,200,000	23,500,000	12,800,000	24,500,000	13,200,000	25,500,000	13,800,000	26,500,000	14,200,000	27,500,000	14,800,000	28,500,000	15,200,000	29,500,000	15,800,000	30,500,000	16,200,000	31,500,000	16,800,000	32,500,000	17,200,000	33,500,000	17,800,000	
Days 181-210 (Jul)	24,000,000	13,000,000	25,000,000	13,500,000	26,000,000	14,000,000	27,000,000	14,500,000	28,000,000	15,000,000	29,000,000	15,500,000	30,000,000	16,000,000	31,000,000	16,500,000	32,000,000	17,000,000	33,000,000	17,500,000	34,000,000	18,000,000	35,000,000	18,500,000	
Days 211-240 (Aug)	25,500,000	13,800,000	26,500,000	14,200,000	27,500,000	14,800,000	28,500,000	15,200,000	29,500,000	15,800,000	30,500,000	16,200,000	31,500,000	16,800,000	32,500,000	17,200,000	33,500,000	17,800,000	34,500,000	18,200,000	35,500,000	18,800,000	36,500,000	19,200,000	
Days 241-270 (Sep)	27,000,000	14,500,000	28,000,000	15,000,000	29,000,000	15,500,000	30,000,000	16,000,000	31,000,000	16,500,000	32,000,000	17,000,000	33,000,000	17,500,000	34,000,000	18,000,000	35,000,000	18,500,000	36,000,000	19,000,000	37,000,000	19,500,000	38,000,000	20,000,000	
Days 271-300 (Oct)	28,500,000	15,200,000	29,500,000	15,800,000	30,500,000	16,200,000	31,500,000	16,800,000	32,500,000	17,200,000	33,500,000	17,800,000	34,500,000	18,200,000	35,500,000	18,800,000	36,500,000	19,200,000	37,500,000	19,800,000	38,500,000	20,200,000	39,500,000	20,800,000	
Days 301-330 (Nov)	30,000,000	16,000,000	31,000,000	16,500,000	32,000,000	17,000,000	33,000,000	17,500,000	34,000,000	18,000,000	35,000,000	18,500,000	36,000,000	19,000,000	37,000,000	19,500,000	38,000,000	19,800,000	39,000,000	20,000,000	40,000,000	20,500,000	41,000,000	21,000,000	
Days 331-360 (Dec)	31,500,000	16,800,000	32,500,000	17,200,000	33,500,000	17,800,000	34,500,000	18,200,000	35,500,000	18,800,000	36,500,000	19,200,000	37,500,000	19,800,000	38,500,000	20,200,000	39,500,000	20,800,000	40,500,000	21,200,000	41,500,000	21,800,000	42,500,000	22,200,000	
TOTAL	321,152,778	182,088,945	337,304,176	187,304,176	353,452,981	192,504,176	369,604,916	197,704,176	385,754,916	199,904,176	401,904,916	202,104,176	418,054,916	204,304,176	434,204,916	206,504,176	450,354,916	208,704,176	466,504,916	210,904,176	482,654,916	213,104,176	498,804,916	215,304,176	
Cumulative Profit	Jan-24	Feb-24	Mar-24	Apr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Aug-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	Total												
Profit	1,200,000	1,300,000	1,400,000	1,500,000	1,600,000	1,700,000	1,800,000	1,900,000	2,000,000	2,100,000	2,200,000	2,300,000	2,400,000	2,500,000	2,600,000	2,700,000	2,800,000	2,900,000	3,000,000	3,100,000	3,200,000	3,300,000	3,400,000	3,500,000	
Revenue Growth	5,000,000	7,000,000	15,000,000	2,000,000	2,900,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	
Revenue Per Day	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	
Total Revenue After 360 Days	26,162,778	81,088,945	99,904,176	97,704,916	93,094,916	113,454,916	94,494,916	106,974,916	87,429,916	104,714,916	143,675,916	162,872,058													
Revenue at After 360 Days	16,000,000																								

10

SURAT KETERANGAN USAHA

Nomor: 001/SKU/VII/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bapak Sartin Lisianto
Jabatan : Ketua RT 012 RW 004
Alamat : Jl.Usman ,Ciracas, Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur 13740

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Dhani Ananta Dwi P
NIM :2103035001

Alamat Usaha : Jl.Usman No.20,Ciracas, Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur 13740

Adalah benar warga kami yang berdomisili di Alamat tersebut dan memiliki usaha di bidang jasa (CV KAC CREATIVITY AND INNOVATION), yang beroperasi di lingkungan tempat tinggalnya sejak tahun 2024

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya agar dapat di pergunakan sebagaimana semestinya

Jakarta, 9 Juli 2025



LAPORAN KEWIRAUSAHAAN BISNIS



Nama : Muhamad Hamzah

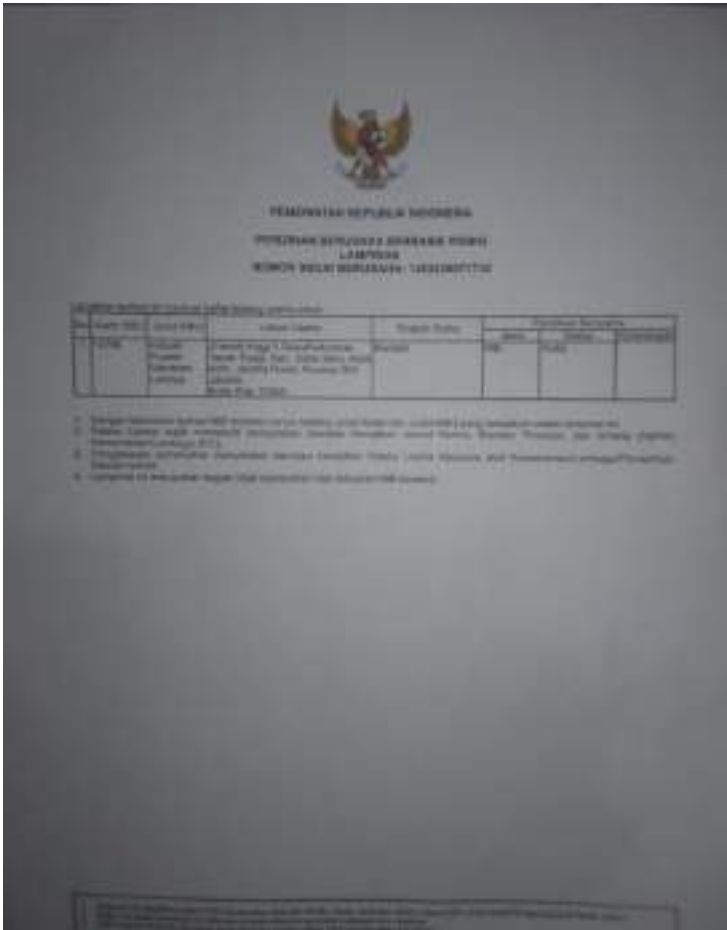
NIM : 2303025004

Kelas : 5/A Teknik Elektro

Universitas Muhammadiyah Prof DR.HAMKA
Fakultas Teknologi Industri Dan Informasi
2025



i



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyusunan laporan laba rugi ini merupakan bagian dari evaluasi operasional usaha “Gepeng Meatball”. Sebagai entitas bisnis di sektor kuliner, efisiensi penggunaan bahan baku dan penetapan harga jual menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan usaha. Laporan ini dibuat untuk memetakan struktur biaya produksi dan mengukur sejauh mana tingkat profitabilitas yang dihasilkan dari satu siklus produksi.

Laporan ini disusun berdasarkan satu siklus produksi sebanyak 55 porsi, yang digunakan sebagai dasar analisis untuk mengetahui hubungan antara total biaya, pendapatan dan laba yang dihasilkan.

1.2 Tujuan

1. Mengetahui besarnya laba bersih yang diperoleh dari setiap siklus produksi.
2. Menganalisis efisiensi penggunaan biaya bahan baku (HPP) terhadap total pendapatan.
3. Sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam hal penetapan harga maupun pengendalian biaya operasional.



II. LAPORAN LABA RUGI USAHA GEPENG MEATBALL

Periode Produksi: 1 Kali Produksi (55 Porsi)

A. Pendapatan

Keterangan	Jumlah
Penjualan 55 porsi × Rp18.000	Rp990.000
Total Pendapatan = Rp990.000	

B. Biaya Produksi

No	Keterangan	Biaya
1	Daging sapi 1½ kg × Rp150.000/kg	Rp195.000
2	Urat sapi 2 kg × Rp50.000/kg	Rp100.000
3	Sumsum sapi	Rp0
4	Bumbu & kondimen Bihun (1kg) Mie Kuning (1kg) Bumbu/Mengolah (Garam, Penyedap, Tepung) Saus(500gr) Sambal(kg) Seledri(½kg) Bawang Goreng(½kg) Tongcay(Rp.5000/250gr)	Rp28.000 Rp22.000 Rp100.000 Rp10.000 Rp80.000 Rp20.000 Rp40.000 Rp15.000
5	Kemasan paper bowl(1000/pcs)	Rp55.000
6	Gas & listrik	Rp20.000

Total Biaya Produksi = Rp685.000

C. Laba Bersih

Laba Bersih = Total Pendapatan – Total Biaya Produksi
Rp990.000 – Rp685.000 = Rp305.000

D. Margin Laba

Margin Laba = $(Rp305.000 \div Rp990.000) \times 100\% = 30,8\%$



III. ANALISIS DAN KESIMPULAN

o **Analisis Margin Laba**

Berdasarkan data di atas, usaha Gepeng Meatball memiliki Margin Laba sebesar 30,8% (Rp305.000 / Rp990.000). Untuk kategori industri kuliner UMKM, margin di atas 25% sudah tergolong sangat sehat dan menunjukkan bahwa penentuan harga jual sebesar Rp18.000/porsi sudah tepat dan kompetitif.

o **Efisiensi Biaya**

Komponen biaya terbesar terletak pada bumbu, kondimen, dan daging. Namun, terdapat efisiensi pada pos “Sumsum Sapi” yang tercatat Rp0, yang memberikan keunggulan kompetitif dalam menekan pengeluaran bahan baku tanpa mengurangi kualitas rasa.

o **Kesimpulan**

Secara keseluruhan, setiap satu kali produksi (55 porsi), Gepeng Meatball mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp305.000. Model bisnis ini dinilai layak (feasible) untuk dilanjutkan. Jika frekuensi produksi ditingkatkan atau volume penjualan bertambah, maka potensi profit akan semakin besar karena biaya tetap seperti gas dan listrik dapat terserap lebih efisien.



LAPORAN LABA RUGI USAHA
MATAKULIAH KEWIRAUSAHAN BISNIS
KEGIATAN WIRAUSAHA PEMULA

“Usaha Hijab Floralwins”



Nama : Winanda Wahyuning Tiyas

Nim : 2303045011

Prodi : Sistem Dan Teknologi Informasi

PROGRAM STUDI SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA TAHUN
AKADEMIK 2025/2025

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
BAB I	4
PENDAHULUAN.....	4
1.2 Tujuan Penyusunan Laporan	4
BAB II	5
PROFIL USAHA	5
2.1 Identitas Usaha	5
2.2 Profil Singkat Usaha.....	5
BAB III.....	6
LAPORAN LABA RUGI USAHA.....	6
3.1 Laporan Laba Rugi.....	6
3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi.....	6
BAB IV	7
ANALISIS KEUANGAN	7
BAB VII	8
KESIMPULAN	8
BAB VIII.....	9
PENUTUP	9
BAB IX	10
DOKUMENTASI KEGIATAN	10

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan **Laba Rugi Usaha Hijab Floralwins** ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan tugas mata kuliah **Kewirausahaan/Bisnis**, sekaligus sebagai sarana pembelajaran dalam memahami pengelolaan keuangan usaha secara sederhana dan nyata.

Laporan laba rugi ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan Usaha Hijab Floralwins selama periode **25 September 2025 sampai dengan 30 Desember 2025**. Penyusunan laporan dilakukan berdasarkan aktivitas usaha yang dijalankan, meliputi pendapatan penjualan, biaya operasional, serta perhitungan laba yang diperoleh selama periode tersebut. Dengan adanya laporan ini, diharapkan penulis dapat memahami pentingnya pencatatan keuangan sebagai dasar dalam mengevaluasi kinerja usaha.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan dan kemungkinan terdapat kekurangan, baik dari segi penyajian maupun isi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat membangun agar laporan ini dapat disempurnakan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Kewirausahaan/Bisnis serta semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan laba rugi usaha ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan dalam memahami pengelolaan usaha mikro.

Bekasi, Desember 2025

Penulis,

Winanda Wahyuning Tiyas

BAB I

PENDAHULUAN

Kegiatan kewirausahaan merupakan salah satu upaya untuk menciptakan kemandirian ekonomi serta meningkatkan keterampilan dalam mengelola usaha secara mandiri. Dalam menjalankan suatu usaha, khususnya usaha mikro, pencatatan keuangan menjadi hal yang sangat penting agar kondisi usaha dapat diketahui secara jelas dan terukur.

Salah satu bentuk pencatatan keuangan yang paling dasar dan penting adalah laporan laba rugi. Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh suatu usaha dalam periode tertentu. Melalui laporan ini, pelaku usaha dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian.

Bagi usaha mikro yang masih berada pada tahap awal operasional, laporan laba rugi berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja keuangan. Dengan adanya laporan laba rugi, pemilik usaha dapat mengontrol biaya operasional, menilai efektivitas strategi pemasaran, serta merencanakan pengembangan usaha ke depan secara lebih terarah.

Hijab Floralwins merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang fashion muslim, khususnya penjualan hijab. Usaha ini mulai dijalankan pada bulan September 2025 dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama pemasaran dan penjualan. Oleh karena itu, penyusunan laporan laba rugi diperlukan untuk mengetahui kondisi keuangan usaha Hijab Floralwins selama periode operasional awal.

1.2 Tujuan Penyusunan Laporan

Tujuan penyusunan laporan laba rugi Usaha Hijab Floralwins ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kinerja keuangan Usaha Hijab Floralwins selama periode laporan.
2. Untuk mengetahui besarnya pendapatan penjualan serta biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha.
3. Untuk menjadi bahan evaluasi dalam pengelolaan usaha guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional di masa mendatang.
4. Untuk memenuhi tugas akademik pada mata kuliah Kewirausahaan/Bisnis

BAB II

PROFIL USAHA

2.1 Identitas Usaha

Nama Usaha	: Hijab Floralwins
Jenis Usaha	: Usaha Mikro (UMKM)
Bidang Usaha	: Fashion Muslim (Hijab)
Status Usaha	: Usaha Mikro / Usaha Pemula
Nomor Induk Berusaha (NIB)	: 2912250044254
Periode Laporan	: 25 September 2025 – 30 Desember 2025
Pemilik Usaha	: Winanda Wahyuning Tiyas

2.2 Profil Singkat Usaha

Hijab Floralwins merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang fashion muslim dengan fokus utama pada penjualan produk hijab. Produk yang dijual terdiri dari beberapa jenis hijab dengan bahan yang berbeda, yaitu hijab berbahan viscose modal ori, viscose arabian shawl, serta hijab segi empat berbahan pollycotton premium. Setiap jenis produk memiliki karakteristik bahan yang berbeda sehingga memengaruhi harga jual dan margin keuntungan.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Hijab Floralwins memanfaatkan media digital sebagai sarana utama penjualan dan promosi. Proses transaksi dilakukan melalui WhatsApp, sedangkan media sosial seperti Instagram dan TikTok digunakan untuk memperkenalkan produk serta menarik minat konsumen. Pemanfaatan media digital ini dipilih untuk menekan biaya operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar.

Target pasar Hijab Floralwins adalah perempuan muslimah, khususnya remaja hingga dewasa, yang membutuhkan hijab untuk aktivitas sehari-hari maupun kegiatan formal. Konsep usaha yang diusung adalah menyediakan produk hijab yang nyaman digunakan, memiliki kualitas bahan yang baik, serta ditawarkan dengan harga yang terjangkau.

BAB III

LAPORAN LABA RUGI USAHA

Hijab Floralwins

Periode 25 September 2025 – 30 Desember 2025

3.1 Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan Penjualan	Rp 47.750.000
Harga Pokok Penjualan (HPP)	
HPP	Rp 34.906.720
Laba Kotor	Rp 12.843.280
Beban Operasional	
Biaya Pemasaran (Ads & Media Sosial)	Rp 1.500.000
Biaya Perlengkapan & Packaging	Rp 2.200.000
Biaya Operasional (Listrik & Internet)	Rp 1.200.000
Biaya Transportasi & Logistik	Rp 950.000
Biaya Lain-lain	Rp 500.000
Total Beban Operasional	Rp 6.350.000
Laba Bersih	Rp 6.493.280

3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi

Pendapatan penjualan merupakan total omzet yang diperoleh dari penjualan seluruh produk hijab selama periode laporan. Harga Pokok Penjualan (HPP) mencerminkan biaya perolehan produk yang dijual, termasuk biaya pembelian bahan dan produk.

Beban operasional meliputi seluruh biaya pendukung kegiatan usaha, seperti biaya pemasaran digital, biaya perlengkapan dan kemasan, biaya listrik dan internet, biaya transportasi, serta biaya lain-lain. Setelah seluruh biaya dikurangkan dari pendapatan, usaha ini menghasilkan laba bersih sebesar **Rp6.493.280**.

BAB IV

ANALISIS KEUANGAN

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah disusun, Usaha Hijab Floralwins menunjukkan kinerja keuangan yang cukup baik selama periode **25 September 2025 sampai dengan 30 Desember 2025**. Hal ini dapat dilihat dari total pendapatan penjualan yang mampu menutupi seluruh biaya operasional yang dikeluarkan, sehingga usaha tetap menghasilkan laba bersih pada periode laporan.

Pendapatan usaha diperoleh dari penjualan berbagai jenis produk hijab yang dilakukan secara online melalui media digital. Pemanfaatan WhatsApp sebagai media transaksi utama serta dukungan promosi melalui media sosial memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian omzet penjualan. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan sudah berjalan dengan cukup efektif pada tahap awal operasional usaha.

Biaya operasional yang dikeluarkan selama periode laporan meliputi biaya pemasaran digital, biaya perlengkapan dan packaging, biaya operasional penunjang seperti listrik dan internet, serta biaya transportasi dan logistik. Secara keseluruhan, besarnya biaya operasional tersebut masih tergolong wajar bagi usaha mikro yang berada pada tahap awal pengembangan. Pengeluaran biaya tersebut diperlukan untuk mendukung kelancaran kegiatan usaha serta meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen.

Dengan adanya pengelolaan biaya yang cukup terkendali, Usaha Hijab Floralwins mampu menghasilkan laba bersih. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Ke depannya, peningkatan efisiensi biaya operasional serta optimalisasi strategi pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan laba usaha secara berkelanjutan.

BAB VII

KESIMPULAN

Berdasarkan laporan laba rugi periode **25 September 2025 sampai dengan 30 Desember 2025**, dapat disimpulkan bahwa Usaha Hijab Floralwins telah mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan cukup baik pada tahap awal operasional. Hal ini ditunjukkan oleh adanya pendapatan penjualan yang diperoleh dari aktivitas penjualan produk hijab secara online serta kemampuan usaha dalam mengelola biaya operasional sehingga tetap menghasilkan laba bersih.

Pendapatan usaha diperoleh dari penjualan berbagai jenis produk hijab dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama pemasaran dan transaksi. Pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp dan media sosial memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian omzet penjualan, meskipun usaha masih berada pada tahap pengembangan dan pengenalan produk kepada konsumen.

Selain itu, pengelolaan biaya operasional yang dilakukan oleh Usaha Hijab Floralwins sudah tergolong cukup efisien. Biaya yang dikeluarkan masih sesuai dengan kebutuhan operasional usaha mikro, khususnya dalam mendukung kegiatan pemasaran, pengemasan produk, serta kelancaran distribusi. Dengan pengelolaan biaya yang baik, usaha ini mampu menekan pengeluaran dan tetap memperoleh laba bersih.

Secara keseluruhan, hasil laporan laba rugi menunjukkan bahwa Usaha Hijab Floralwins memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Dengan peningkatan strategi pemasaran digital, pengelolaan biaya yang lebih optimal, serta penambahan variasi produk, usaha ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan laba di masa mendatang serta berkembang menjadi usaha yang lebih stabil dan berkelanjutan.

BAB VIII

PENUTUP

Demikian laporan laba rugi Usaha Hijab Floralwins ini disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas mata kuliah **Kewirausahaan/Bisnis** sekaligus sebagai sarana pembelajaran dalam memahami pengelolaan keuangan usaha mikro secara sederhana dan sistematis. Laporan ini disusun berdasarkan kegiatan usaha yang telah dijalankan selama periode **25 September 2025 sampai dengan 30 Desember 2025**, dengan mengacu pada data pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh usaha.

Melalui penyusunan laporan laba rugi ini, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan suatu usaha. Laporan ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum mengenai kondisi keuangan Usaha Hijab Floralwins serta menjadi bahan evaluasi dalam pengelolaan usaha di masa mendatang, khususnya dalam mengoptimalkan pendapatan dan mengendalikan biaya operasional.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan laporan di kemudian hari. Semoga laporan laba rugi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai bahan pembelajaran akademik maupun sebagai referensi dalam pengembangan usaha mikro ke depan.

BAB IX

DOKUMENTASI KEGIATAN

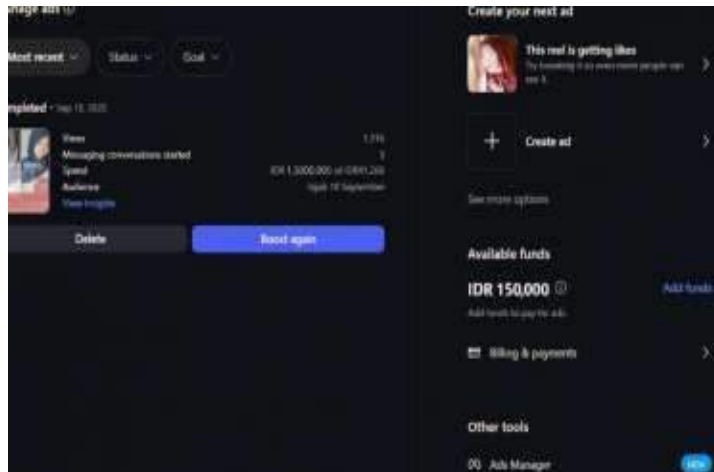
Dokumentasi kegiatan ini disertakan sebagai bukti bahwa Usaha Hijab Floralwins benar-benar dijalankan selama periode laporan. Dokumentasi meliputi aktivitas pemasaran, penjualan, serta pengemasan produk yang dilakukan secara online.

A. Foto produk hijab



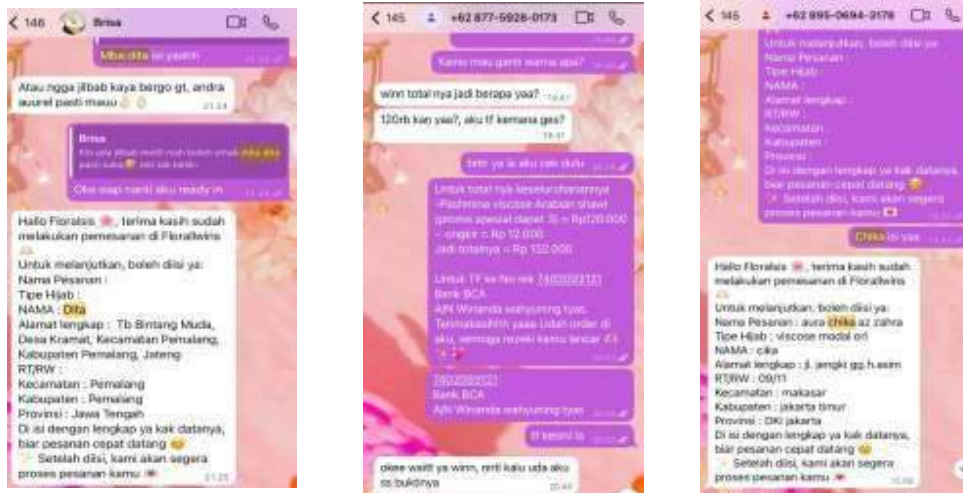
Gambar 1. Foto produk Hijab Floralwins

B. Tangkapan layar (screenshot) promosi melalui media sosial



Gambar 2. screenshot Pada promosi melalui Media Sosial

C. Tangkapan layar percakapan pemesanan



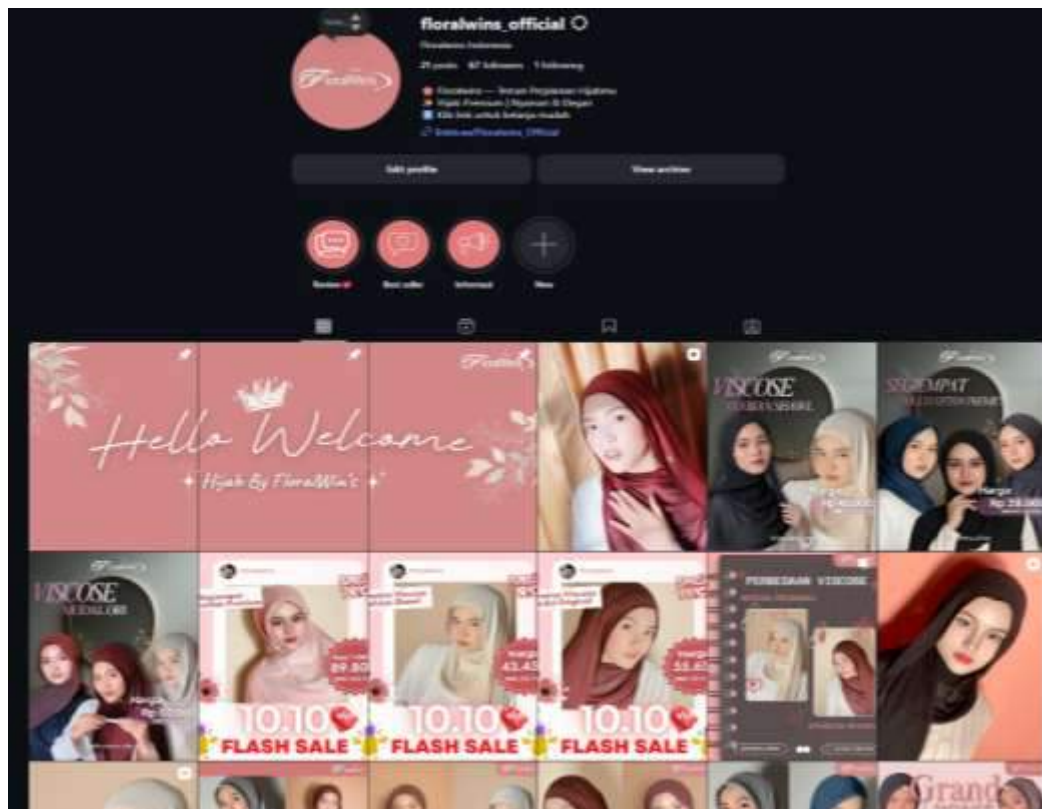
Gambar 3. Tangkapan layar percakapan dengan beberapa pelanggan yang melakukan pemesanan produk Hijab Floralwins.

D. Dokumentasi proses pengemasan (packaging)



Gambar 4. Dokumentasi Proses Pengemasan

E. Bukti Akun Instagram Usaha



Gambar 5. Akun Instagram Floralwins

Lampiran

Lampiran 1. Bukti Surat Keterangan Usaha

**PEMERINTAH KOTA BEKASI**
KECAMATAN PONDOKMELATI
KELURAHAN JATIMURNI
Jl. Raya Rambutan No. 1 RT. 05/003 Kel. Jatimurni - BEKASI Telp. (021) 21284237
E-mail : kel.jatimurni@bekasikota.go.id

SURAT KETERANGAN USAHA
Nomor : 530/ 121 -K1.Jm

Yang bertanda tangan di bawah ini Lurah Jatimurni Kecamatan Pondokmelati Kota Bekasi menerangkan bahwa :

1. Nama	: WINANDA WAHYUNING TIYAS
2. Tempat/Tgl.Lahir	: Bekasi,13-08-2005
3. NIK	: 3275125308050003
4. Jenis Kelamin	: Perempuan
5. Status Perkawinan	: Belum Kawin
6. Agama	: Islam
7. Kewarganegaraan	: Indonesia
8. Alamat KTP	: Kp. Pondok Ranggon Rt 05/05 Kel. Jatimurni Kec. Pondokmelati Kota Bekasi

Berdasarkan Surat Pengantar RT.005 RW 005 Tanggal 29-12-2025 pada saat ini yang bersangkutan **Pemilik/Penanggung Jawab** usaha "jual HIJAB" yang berlokasi di Kp. Pondok Ranggon Rt 005 Rw 005 Kel. Jatimurni Kec. Pondok Melati Kota Bekasi. Surat Keterangan ini diberikan untuk Kelengkapan Administrasi Tugas Kuliah dan berlaku 1 (Satu) Bulan sejak surat keterangan ini dikeluarkan.

Demikian surat keterangan ini dibuat, apabila terjadi penyalahgunaan dan penyimpangan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab yang bersangkutan tanpa melibatkan pihak manapun.

Tanda Tangan Ybs,

WINANDA WAHYUNING TIYAS

Bekasi, 29-12-2025

LURAH JATIMURNI
KASI KEDOS
MUHAMMAD SUKRI
NIP. 49191027 200501 1 005

Lampiran 1. Bukti Surat Keterangan Usaha

Lampiran 2 Surat Pernyataan Kegiatan Usaha

SURAT PERNYATAAN KEGIATAN USAHA MIKRO DENGAN TINGKAT RISIKO RENDAH TERKAIT TATA RUANG

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pelaku Usaha	: Perorangan, WINANDA WAHYUNING TIYAS
Nomor Induk Berusaha (NIB)	: 2912250044254
Nama Penanggungjawab	: WINANDA WAHYUNING TIYAS
Nomor Identitas (KTP/Paspor)	: 3275125308050003
No Telepon	: +62895705027222
Email	: winandawt@gmail.com
Alamat	: KP.PONDOK RANGGON, Desa/Kelurahan Jatimurni, Kec. Pondokmelati, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat
Lokasi Usaha	: Gg. Durian No.16, RT.007/RW.005, Jatimurni, Kec. Pd. Melati, Kota Bks, Jawa Barat 17431, Desa/Kelurahan Jatimurni, Kec. Pondokmelati, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat
Koordinat (Lat/Long)	: -6.3223422/106.9231226
Kegiatan Usaha (KBLI – Judul)	: 47711 – Perdagangan Eceran Pakaian
Luas Lahan yang dimohon	: 230.00 M ²

Dalam rangka pemeriksaan kesesuaian kegiatan pemanfaatan ruang untuk Perizinan Berusaha berbasis risiko, dengan ini menyatakan bahwa:

1. Kegiatan usaha dan lokasi kegiatan usaha kami telah sesuai dengan rencana tata ruang daerah;
2. Skala kegiatan usaha kami adalah Usaha Mikro sesuai dengan jumlah isian total modal usaha yang tidak lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025.
3. Bersedia untuk:
 - a. Dilakukan penilaian kesesuaian kegiatan usaha dengan Rencana Tata Ruang (RTR) dalam jangka waktu paling lama 10 (sepuluh) hari kerja. Apabila dalam jangka waktu tersebut tidak dilakukan penilaian, maka kegiatan usaha dinyatakan sudah sesuai dengan RTR.
 - b. Menerima pembinaan dan surat keterangan ketidaksesuaian RTR melalui Sistem OSS oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang tata ruang, gubernur, bupati, atau wali kota apabila ditemukan ketidaksesuaian antara kegiatan usaha dengan RTR.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dengan data dukung berupa data kegiatan usaha yang telah kami isikan/unggah dalam sistem OSS. Apabila di kemudian hari didapati terdapat kekeliruan ataupun ketidakakuratan dalam pernyataan ini, maka kami bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kota Bekasi, 29 Desember 2025
Penanggung Jawab,

ttd.

WINANDA WAHYUNING TIYAS

Lampiran 2. Surat Pernyataan Kegiatan Usaha

Lampiran 3 Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (NIB)



**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2912250644254**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Mengubah Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai:

1. Nama Pelaku Usaha
2. Nomor Pokok Wajib Pajak
3. Momen Harar

WIRANDA WAHYUNING TIYAS

KP PONDOK SAWOON, Desa/Kelurahan Jatimurni, Kec. Pondokmalut, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat
+6285579502722
wirandawti@gmail.com
Unit Lampiran

4. Kode Klasifikasi Risiko Lapangan Usaha Indonesia (KBLU)
5. Status Kegiatan Usaha

Usaha Mikro

NIB ini berlaku sebagai:

1. Memberikan bentuk hak akses kepemilikan, pendaftaran, kepemilikan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial lainnya/kegiatan, dan NIB pemenuhan laporan pertanggungjawaban di Perusahaan (PLUP) di seluruh wilayah Republik Indonesia; dan
2. Memberikan bagi Pelaku Usaha dan Unit Kegiatan/pendaftaran Pelaku Usaha untuk melakukan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;

Dibuatkan di Jakarta, tanggal 30 Desember 2025

Menteri Investasi dan Hilirisasi
Kapada Deputi Koordinator Perencanaan Modal,



Ditandatangani secara elektronik



**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN : JENIS BIDANG USAHA
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2912250644254**

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk WIRANDA WAHYUNING TIYAS:

No.	Kode KBLU	Judul KBLU	Ruang Lingkup	Lokasi Kegiatan Usaha	Klasifikasi Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
						Jenis	Status	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	47711	Pedagangan Eceran Keluaran	Sekolah	Cg. Duran No. 16, RT007/RW005, Jatimurni, Kec. Pd. Melati, Kota Bekasi, Jawa Barat 17431, Desa/Kelurahan Jatimurni, Kec. Pondokmalut, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat, Kode Pos: 17432 Usaha Mikro berjalan sejak: September 2025	Rendah	NIB	Terbil	Untuk melakukan persiapan, kegiatan operasional dan/atau komersial
Nomor Kegiatan Usaha: 202512-2501-1311-3212-653						Kewenangan:		

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode KBLU, Judul dan Ruang Lingkup yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai NSPK K/L.
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban pelaku usaha dilakukan oleh K/L/Pemerintah daerah/ Administrator KBLU/ BP KPBPE terkait.
4. Daftar pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban dapat dilihat melalui akses QR Code.
5. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan dalam bentuk elektronik oleh dan untuk Pelaku Usaha, sehingga dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Daftar terbitan elektronik ini dokumen ini akan dilakukan perubahan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN/ASNN.
4. Data lampiran Perizinan Berusaha dapat diunduh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



1. Dokumen ini diterbitkan dalam bentuk elektronik oleh dan untuk Pelaku Usaha, sehingga dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Daftar terbitan elektronik ini dokumen ini akan dilakukan perubahan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN/ASNN.
4. Data lampiran Perizinan Berusaha dapat diunduh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Lampiran 3. Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (NIB)

LAPORAN LABA RUGI USAHA
MATAKULIAH KEWIRAUSAHAAN BISNIS

Skema Usaha Puding



Nama : Muhammad Ilham

NIM : 2303045036

Prodi : Sistem dan Teknologi Informasi

PROGRAM STUDI SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDSUTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

2025/2026

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
BAB I.....	4
PENDAHULUAN	4
1.1 Tujuan Penyusunan Laporan	4
BAB 2	5
PROFIL USAHA.....	5
2.1 Identitas Usaha.....	5
2.2 Profil Singkat Usaha	5
BAB 3	6
LAPORAN LABA RUGI USAHA	6
3.1 Laporan Laba Rugi.....	6
3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi	6
BAB IV	7
ANALISIS KEUANGAN DAN EVALUASI USAHA	7
KESIMPULAN	8
BAB V	9
PENUTUP.....	9
DOKUMENTASI KEGIATAN	10
Lampiran	14

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, laporan Laba Rugi Usaha Puding ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan tugas mata kuliah Kewirausahaan Bisnis sekaligus sebagai sarana pembelajaran dalam memahami pengelolaan keuangan usaha secara sederhana.

Usaha puding yang dijalankan merupakan bentuk praktik kewirausahaan mahasiswa yang bertujuan untuk melatih kemandirian, kreativitas, serta kemampuan dalam mengelola usaha, khususnya dalam pencatatan keuangan. Melalui laporan ini, penulis berusaha menyajikan gambaran kondisi keuangan usaha secara jelas dan sistematis berdasarkan kegiatan usaha yang telah dijalankan.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan laporan ini di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Kewirausahaan/Bisnis serta semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan laporan ini.

Jakarta, 13 Januari 2026

Penulis,

Muhammad Ilham

BAB I

PENDAHULUAN

Kegiatan kewirausahaan merupakan sarana pembelajaran bagi mahasiswa untuk memahami proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi sebuah usaha. Salah satu aspek penting dalam menjalankan usaha adalah pengelolaan keuangan, khususnya pencatatan pendapatan dan pengeluaran secara sederhana namun sistematis. Pencatatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan usaha serta menilai tingkat keberhasilan usaha yang dijalankan.

Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai pendapatan, biaya operasional, serta laba atau rugi yang diperoleh dalam suatu periode tertentu. Melalui laporan laba rugi, pelaku usaha dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan memberikan keuntungan atau justru mengalami kerugian.

Usaha puding merupakan salah satu bentuk usaha makanan yang memiliki peluang pasar cukup besar karena produknya digemari oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dengan modal yang relatif terjangkau dan proses produksi yang sederhana, usaha puding dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa.

Oleh karena itu, penyusunan laporan laba rugi usaha puding ini dilakukan untuk mengetahui hasil usaha yang telah dijalankan selama periode tertentu serta sebagai bentuk pemenuhan tugas mata kuliah Kewirausahaan (KWU).

1.1 Tujuan Penyusunan Laporan

Tujuan penyusunan laporan laba rugi usaha puding ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi keuangan Usaha Puding selama periode Juli sampai dengan September 2025.
2. Untuk mengetahui besarnya pendapatan dan biaya operasional yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha makanan.
3. Untuk mengetahui laba atau rugi yang diperoleh dari kegiatan usaha yang telah dijalankan.
4. Sebagai bahan evaluasi dalam pengelolaan usaha agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien.
5. Untuk memenuhi tugas akademik pada mata kuliah pengayaan Kewirausahaan Bisnis.

BAB 2

PROFIL USAHA

2.1 Identitas Usaha

Nama Usaha	: Usaha Puding
Jenis Usaha	: Usaha Makanan
Bidang Usaha	: Produksi dan Penjualan Puding
Status Usaha	: Usaha Pemula
Sistem Operasional	: Langsung dan Pre-order
Pemilik Usaha	: Fajar Dwi Santoso & Muhammad Ilham (Usaha Bersama)
Periode Usaha	: Juli – September 2025

2.2 Profil Singkat Usaha

Usaha puding merupakan usaha makanan rumahan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan puding dengan berbagai varian rasa. Usaha ini dijalankan secara kerja sama oleh beberapa individu dengan tujuan memperoleh pengalaman berwirausaha sekaligus menambah pendapatan.

Penulis terlibat langsung dalam kegiatan usaha dengan membantu proses produksi, pengemasan, serta penjualan produk kepada konsumen. Keterlibatan ini memberikan pengalaman nyata mengenai bagaimana sebuah usaha dijalankan, mulai dari persiapan bahan baku hingga produk siap dijual.

Produk puding diproduksi menggunakan bahan baku yang mudah diperoleh dan proses pembuatan yang sederhana. Setelah diproduksi, puding dikemas dalam kemasan cup plastik dan dijual dengan harga yang terjangkau. Penjualan dilakukan secara langsung kepada konsumen di lingkungan sekitar serta melalui sistem pre-order.

Usaha ini dijalankan selama tiga bulan, yaitu dari bulan Juli hingga September. Setelah periode tersebut, usaha dihentikan sementara karena beberapa pertimbangan, seperti keterbatasan waktu dan aktivitas lainnya. Usaha direncanakan untuk dilanjutkan kembali pada akhir bulan Desember setelah dilakukan evaluasi dari hasil usaha sebelumnya.

BAB 3

LAPORAN LABA RUGI USAHA

Pudingin

Periode Juli 2025 – September 2025

3.1 Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Total Pendapatan (Juli – September)	Rp 649.000
Total Pengeluaran (Juli – September)	Rp 466.000
Total Laba Bersih	Rp 183.000

3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi

Pendapatan usaha puding selama periode Juli hingga September 2025 diperoleh dari hasil penjualan produk puding kepada konsumen. Selama periode tersebut, usaha berhasil memperoleh total pendapatan sebesar Rp649.000 dari kegiatan penjualan yang dilakukan secara langsung dan pre-order.

Dalam menjalankan kegiatan usaha, terdapat berbagai pengeluaran yang harus dikeluarkan untuk menunjang proses produksi dan penjualan. Pengeluaran tersebut meliputi pembelian bahan baku utama, biaya kemasan, serta kebutuhan pendukung lainnya. Total pengeluaran usaha selama periode laporan adalah sebesar Rp466.000.

Berdasarkan selisih antara total pendapatan dan total pengeluaran, usaha puding menghasilkan laba bersih sebesar Rp183.000. Laba ini menunjukkan bahwa meskipun usaha dijalankan dalam skala kecil dan dalam jangka waktu terbatas, kegiatan usaha tetap mampu memberikan keuntungan.

BAB IV

ANALISIS KEUANGAN DAN EVALUASI USAHA

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah disusun, usaha puding yang dijalankan selama periode Juli hingga September 2025 menunjukkan kondisi keuangan yang relatif stabil untuk ukuran usaha pemula berskala kecil. Total pendapatan sebesar Rp649.000 menunjukkan bahwa produk puding memiliki tingkat penerimaan yang cukup baik di kalangan konsumen, meskipun usaha ini belum dijalankan secara konsisten dalam jangka waktu panjang.

Dari sisi pengeluaran, total biaya operasional sebesar Rp466.000 mencerminkan biaya yang masih dapat dikendalikan dan sesuai dengan kebutuhan produksi. Biaya-biaya tersebut terutama digunakan untuk pembelian bahan baku utama, kemasan, serta kebutuhan pendukung lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya usaha dilakukan secara sederhana namun tetap terarah, sehingga tidak terjadi pemborosan yang berlebihan.

Laba bersih yang diperoleh sebesar Rp183.000 menjadi indikator bahwa usaha ini mampu menghasilkan keuntungan meskipun dijalankan dalam skala terbatas dan dengan sistem kerja sama. Keuntungan yang diperoleh memang belum besar, namun sudah cukup menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi untuk berkembang apabila dikelola secara lebih optimal. Laba ini juga dapat dijadikan sebagai modal awal untuk pengembangan usaha di periode berikutnya.

Selain aspek keuangan, evaluasi usaha juga perlu dilihat dari sisi operasional dan manajemen waktu. Usaha puding ini dijalankan secara kerja sama dengan pembagian tugas yang masih bersifat sederhana. Penulis berperan membantu proses produksi dan penjualan, sehingga masih terdapat keterbatasan dalam pengelolaan waktu, terutama ketika terdapat aktivitas akademik lainnya. Faktor inilah yang menjadi salah satu alasan dihentikannya usaha sementara setelah bulan September.

Meskipun demikian, hasil laporan laba rugi ini memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kekuatan dan kelemahan usaha. Dari sisi kekuatan, usaha memiliki biaya operasional yang relatif rendah dan produk yang mudah diterima oleh konsumen. Sementara itu, dari sisi kelemahan, usaha belum dijalankan secara konsisten dan belum memiliki sistem manajemen yang lebih terstruktur. Oleh karena itu, apabila usaha dilanjutkan kembali, diperlukan perencanaan yang lebih matang agar potensi keuntungan dapat dimaksimalkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis laporan laba rugi usaha puding yang telah disusun, dapat disimpulkan bahwa usaha yang dijalankan secara kerja sama ini mampu menghasilkan keuntungan meskipun dalam skala kecil dan waktu yang terbatas. Selama periode Juli hingga September 2025, usaha berhasil memperoleh total pendapatan sebesar Rp649.000 dengan total pengeluaran sebesar Rp466.000, sehingga menghasilkan laba bersih sebesar Rp183.000.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa usaha puding memiliki potensi yang cukup baik untuk dikembangkan, terutama karena produk yang ditawarkan mudah diterima oleh konsumen dan biaya operasional yang relatif rendah. Keuntungan yang diperoleh menunjukkan bahwa usaha tidak hanya berjalan sebagai kegiatan percobaan, tetapi juga memberikan hasil nyata secara finansial.

Selain memberikan keuntungan secara finansial, usaha ini juga memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami proses kewirausahaan secara langsung. Melalui keterlibatan dalam usaha, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kerja sama tim, pengelolaan waktu, serta pencatatan keuangan sebagai dasar evaluasi usaha.

Dengan demikian, laporan laba rugi ini tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan tugas mata kuliah Kewirausahaan (KWU), tetapi juga sebagai bahan pembelajaran dan evaluasi yang dapat dijadikan dasar pertimbangan apabila usaha puding ini dilanjutkan kembali di masa mendatang dengan pengelolaan yang lebih baik dan terstruktur.

BAB V

PENUTUP

Laporan laba rugi usaha puding ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus dokumentasi kegiatan kewirausahaan yang telah dijalankan. Penyusunan laporan ini memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan usaha secara nyata, mulai dari pendapatan, pengeluaran, hingga laba bersih yang dihasilkan selama periode usaha berlangsung.

Melalui penyusunan laporan ini, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan suatu usaha. Pencatatan keuangan yang baik tidak hanya membantu dalam mengetahui hasil usaha, tetapi juga berperan penting dalam pengambilan keputusan dan perencanaan usaha ke depannya.

Penulis menyadari bahwa usaha puding yang dijalankan masih memiliki berbagai keterbatasan, baik dari segi manajemen, konsistensi usaha, maupun pengembangan strategi pemasaran. Oleh karena itu, laporan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki kekurangan yang ada serta menjadi dasar perencanaan apabila usaha dilanjutkan kembali pada periode selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap laporan laba rugi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai bahan pembelajaran akademik maupun sebagai referensi dalam memahami pengelolaan usaha berskala kecil secara sederhana namun sistematis. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan laporan di masa mendatang.

DOKUMENTASI KEGIATAN

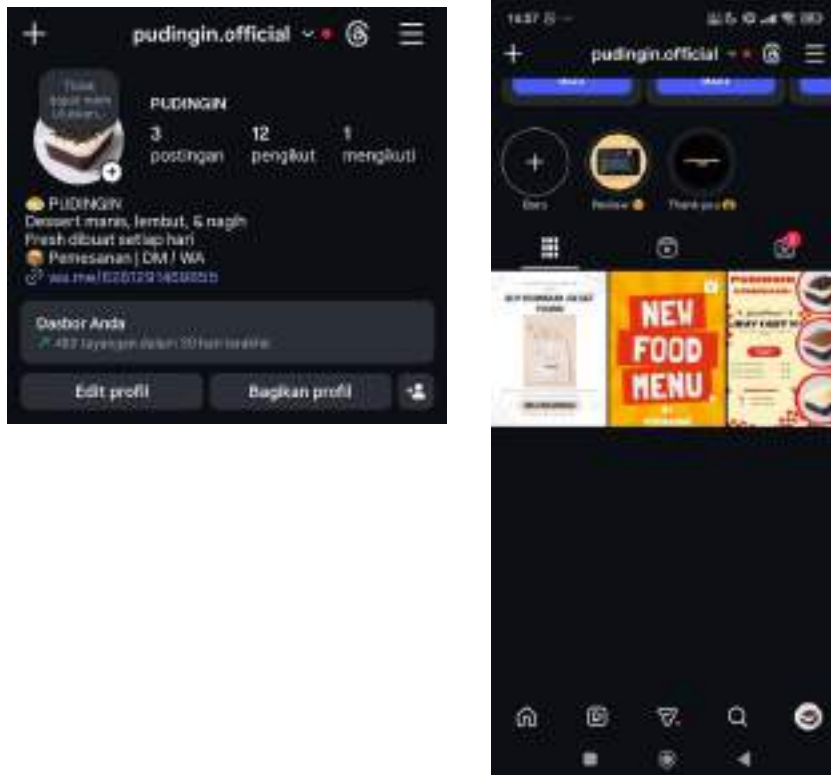
Dokumentasi yang disertakan dalam laporan ini menunjukkan adanya aktivitas produksi dan penjualan puding yang dilakukan selama periode usaha berlangsung. Penyertaan dokumentasi bertujuan untuk mendukung keabsahan laporan serta membuktikan bahwa kegiatan usaha dijalankan secara aktif sesuai dengan data yang disajikan.

A. Foto Produk Makanan



Gambar 1. Foto Produk Makanan Puding

B. Tangkapan Layar (Screenshot) Media Sosial Instagram



Gambar 2. Screenshot Media Sosial Instagram

C. Tangkapan Layar (Screenshot) Percakapan Pemesanan



Gambar 3. Tangkapan layar percakapan dengan pelanggan yang melakukan pemesanan

D. Dokumentasi Proses Pengerjaan



Gambar 4. Dokumentasi Proses Pengerjaan

Lampiran

A. Surat Keterangan Usaha

BERKUN TETANGGA (RT) 008RW.02
KEJURAHAN BATU AMPAR KECAMATAN KERAMAT JATI
KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR
Selamatan: B. Swadaya, Telp. 08151000000, Email: sekretaris@kamtan.go.id
Kode Pos 135310

SURAT PENGANTAR
Nomor: 05 / RT.008RW.02 / 0826

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

Nama: MUHAMMAD ILHAM
Tempat/Tgl. Lahir: Jakarta, 13-01-2005
Jenis Kelamin: Laki-laki
Agama: Islam
Pekerjaan: Mahasiswa
No. KTP (NIK): 3170041301050009
Alamat: El.008 RW.02, Kel. Batu Ampar
Pe. Keramat Jati
Kepada: Surat Keterangan Usaha

Gemilang Surat Pengantar ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan kepada yang bersangkutan agar untuk menjaga keabsahan.

Atas: 14-01-2026

Disahkan di Jakarta, 14 Januari 2026

RT.008RW.02

(1) MUKA

RW.02 JT

RT.008RW.02 JT

KEJURAHAN BATU AMPAR KECAMATAN KERAMAT JATI

KEJURAHAN BATU AMPAR KECAMATAN KERAMAT JATI

Lampiran 2. Bukti Surat Keterangan Usaha

LAPORAN KEWIRAUSAHAAN WARUNG SEBLAK

**Laporan Ini Disusun untuk Memenuhi Tugas
Pada Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis**



Dosen Pengampu :

Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.

Disusun Oleh :

Afifah Aulia Rahman (2203015032)

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA**

2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunia-Nya, Kami dapat dapat menyelesaikan laporan tugas mata kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis yang berjudul “Warung Seblak” ini dengan baik.

Usaha warung seblak dipilih karena makanan ini sangat populer di dan memiliki potensi yang luas di kalangan masyarakat, terutama anak muda. Dengan mengembangkan variasi seblak seperti seblak kuah pedas, seblak kering dengan topping beragam serta pilihan level kepedasan yang dapat disesuaikan, kami berharap dapat menarik minat pelanggan sekaligus memberikan makanan yang menarik.

Melalui proposal ini, kami akan membahas aspek kelayakan usaha seblak dari segi kebutuhan modal, strategi pemasaran, serta langkah-langkah yang akan kami tempuh untuk bersaing di pasar kuliner. Kami yakin bahwa dengan manajemen yang profesional dan inovasi produk yang berkelanjutan, usaha seblak ini memiliki peluang besar untuk berkembang dan diminati oleh masyarakat luas.

Kami berharap proposal ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai usaha penjualan seblak yang akan kami jalankan. Kami sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi penyempurnaan usaha ini di masa mendatang.

Terimakasih atas perhatian dan dukungannya. Kata pengantar ini membuat pengenalan produk seblak, tujuan usaha, serta harapan kami untuk memperoleh masukan yang membangun dari para pembaca.

17 Juni 2025

Afifah Aulia Rahman

DAFTAR ISI

LAPORAN KEWIRAUSAHAAN WARUNG SEBLAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Prioritas Masalah	2
1.3 Manfaat Kegiatan	2
BAB III.....	3
METODE PELAKSANAAN	3
3.1 Pembuatan Planning Usaha.....	3
3.2 Memulai Usaha	3
3.3 Persiapan Usaha	3
3.4 Analisi SWOT Usaha	3
3.5 Alat dan Bahan	5
3.6 Analisis Keuntungan	6
3.7 Dokumentasi	7
BAB III.....	9
PENUTUP	9
A. Kesimpulan	9
B. Saran	9
DAFTAR PUSTAKA.....	10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seblak adalah makanan khas indonesia yang berasal dari Bandung, Jawa Barat. Seblak memiliki citra rasa gurih dan pedas yang khas. Makanan ini terdiri dari kerupuk yang direbus dan di masak bersama sayuran, telur, makaroni, bakso, otak – otak, dan kwetiaw serta bumbu utama seperti kencur yang memberikan aroma dan rasa yang unik.

Seblak awal nya hanya dikenal di daerah Jawa Barat , khususnya Bandung, tetapi sekarang populer di berbagai wilayah indonesi. Seblak disukai banyak orang terutama anak – anak, karena rasanya yang pedas dan gurih dan teksturnya yang kenyal saat direbus.

Secara historis, seblak berasal dari upaya masyarakat Sunda untuk mengolah bahan makanan sederhana yang tersedia. Sejarawan kuliner mengatakan bahwa seblak telah dikenal di Jawa Barat sejak tahun 1990-an dan terus menjadi populer awal 200-an hingga sekarang.

Seblak dianggap sebagai makanan sederhana yang berbahan dasar kerupuk yang direbus, lalu dicampurkan dengan bumbu khas seperti bawang putih, cabai, dan kencur. Seiring jalannya waktu, seblak menjadi jajanan favorit masyarakat terutama di kalangan anak muda dan pelajar. Karena rasanya yang khas dan harganya terjangkau.

Usaha seblak dengan komposisi seperti ini sangat potensial karena tren makanan pedas dan berkuah masih sangat diminati masyarakat. Selain itu, pembuatan seblak relatif mudah dan cepat, sehingga cocok untuk dijadikan usaha rumahan maupun bisnis kuliner yang dapat berkembang.

1.2 Prioritas Masalah

Prioritas masalah dalam produksi seblak dan penjualan seblak mencakup beberapa aspek penting harus segera diatasi untuk menjamin kelancaran dan keberlanjutan usaha. Pertama, pengendalian kualitas produk menjadi hal krusial mengingat pentingnya menjaga konsistensi rasa dan tekstur seblak agar pelanggan selalu puas. Variasi bahan seperti kwetiau, telur, sayuran, makaroni, bakso, otak – otak dan kerupuk menuntut penerapan standar produksi yang ketat untuk menghindari ketidaksesuaian kualitas. Selain itu, perubahan harga bahan baku, untuk menjaga biaya produksi tetap terkendali di perlukan strategi pembelian dan stok yang efektif.

Resiko dalam proses produksi juga menunjukkan perlunya peningkatan efisiensi dan pengelolaan waktu agar dapat memenuhi permintaan pelanggan terutama pada jam sibuk. Hal ini berkaitan dengan kapasitas tempat dan kecepatan pelayanan yang harus di optimalkan agar pelanggan tidak kecewa dan tidak menunggu lama. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, strategi pemasaran yang efektif dan diferensiasi produk sangat di perlukan. Untuk memenangkan persaingan, produk harus berbeda melalui varian isian dan penyajian yang menarik.

Terakhir, menjaga kebersihan dan keamanan pangan adalah hal yang tidak boleh diabaikan demi membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga reputasi usaha. Dengan mengatasi prioritas masalah – masalah ini saya yakin usaha seblak dapat terus berkembang dan memberikan hasil yang optimal.

1.3 Manfaat Kegiatan

Manfaat dari usaha seblak ini adalah saya dapat memperoleh keuntungan finansial yang membantu meningkatkan kesejahteraan. Selain itu, usaha seblak ini juga menjadi pilihan makanan kekinian dan bernilai jual tinggi. Sehingga dapat menarik minat banyak konsumen.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Pembuatan Planning Usaha

Langkah pertama adalah menentukan ide usaha. Langkah selanjutnya adalah membuat planning usaha. Di dalam planning usaha dijelaskan tentang latar belakang usaha, jenis usaha, strategi pemasaran, jadwal kegiatan, sumber dana, estimasi biaya yang diperlukan, penerimaan dan keuntungan yang akan didapatkan.

3.2 Memulai Usaha

Memulai usaha Seblak ini merupakan langkah yang menjanjikan mengingat popularitas makanan kekinian dan kesukaan para remaja saat ini. Langkah pertama ini yang perlu dilakukan adalah membuat perencanaan usaha yang matang sesuai dengan modal yang tersedia jika modal terbatas, mulailah dengan skala kecil dan fokus pada produk sederhana untuk memenuhi penerimaan konsumen. Rencana ini harus mencakup jenis makanan yang akan ditawarkan, harga, bahan baku, alat yang dibutuhkan, dan strategi pemasaran.

3.3 Persiapan Usaha

Mempersiapkan segala baham dan peralatan untuk memulai usaha seblak ini, termasuk didalamnya adalah bagaiman merancang promosi yang akan digunakan kepada masyarakat sekitar.

3.4 Analisi SWOT Usaha

- Kekuatan (Strenghts)
 1. Bahan Baku Mudah Didapat : Sumber bahan baku untuk pembuatan seblak umumnya tersedia dan mudah di akses.
 2. Harga Jual Terjangkau : Seblak dapat dijual dengan harga yang bersaing, membuatnya menarik bagi konsumen.

3. Popularitas Tinggi : Seblak adalah makanan yang sangat populer, terutama di kalangan anak muda sehingga memiliki potensi pasar yang besar.
4. Proses Produksi Cepat : Pembuatan Seblak dapat dilakukan dengan cepat, memungkinkan pemutaran uang yang lebih efisien.

- Kelemahan (Weaknesses)

1. Kualitas Bahan Baku : Kualitas bahan baku yang tidak konsisten dapat mempengaruhi rasa dan kepuasan konsumen.
2. Produksi Terbatas : Usaha kecil mungkin mengalami kesulitan dalam memenuhi permintaan tinggi karena kapasitas terbatas.
3. Kurangnya Pemasaran : Beberapa usaha mungkin belum memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal untuk menjangkau konsumen.
4. Ketergantungan Trend : Popularitas Seblak dapat berubah seiring dengan tren yang cepat terganti.

- Peluang (Opportunities)

1. Permintaan Makanan Praktis : Masyarakat semakin mencari makanan siap saji yang praktis dan lezat.
2. Inovasi Menu : Potensi untuk mengembangkan menu baru dan penawaran spesial sesuai dengan tren.
3. Ekspansi Pasar : Kesempatan untuk memperluas jangkauan usaha melalui penjualan online atau membuka cabang.

- Ancaman (Threats)

1. Kenaikan Harga Bahan Baku : Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi profitabilitas usaha.
2. Perubahan Selera Konsumen : Perubahan Profesi konsumen terhadap makanan sehat dapat mempengaruhi penjualan seblak.

3. Persaingan Yang Ketat : Banyaknya penjualan seblak di pasaran dengan beragam varian menu dapat menambah tingkat persaingan.

3.5 Alat dan Bahan

A. Fixed Cost (Biaya Tetap)

- Kompor
- Penggorengan
- Pisau
- Spatula
- Gas

B. Variabel Cost (Biaya Variabel)

No.	Bahan	Kuantitas	Harga
1	Kerupuk	1/2 kg	Rp 12.000,00
2	Makaroni	1/2 kg	Rp 12.000,00
3	Telur	1/2 kg	Rp 14.000,00
4	Sawi	1 ikat	Rp 6.000,00
5	Cabe	1/4 kg	Rp 15.000,00
6	Kencur	1/4 kg	Rp 5.000,00
7	Bawang Putih	1 bks	Rp 5.000,00
8	Bakso	2 bks	Rp 14.000,00
9	Otak – Otak	2 bks	Rp 14.000,00
10	Kwetiau	2 bks	Rp 15.000,00
11	Air	1 galon	Rp 5.000,00
Total Modal			Rp 117.000,00

3.6 Analisis Keuntungan

Modal usaha +/- Rp 117.000,00

Harga jual per porsi : Rp 7.000,00

Jumlah Produksi dalam 2pekan = 420 porsi

Jadi, keuntungan dalam sebulan = jumlah produksi x Harga jual (per porsi)

$$= 420 \text{ per porsi} \times \text{Rp } 7.000,00$$

$$= \text{Rp. } 2.940.000,00$$

Jadi, keuntungan yang bisa didapatkan 2 pekan yaitu Rp 2.940.000,00

3.7 Dokumentasi



PENGURUS RUKUN TETANGGA 004
KELURAHAN BATU AMPAR
KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR

Jl. Lapangan RT.004/RW.003, Batu Ampar, Kecamatan Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 13520

SURAT KETERANGAN USAHA

Nomor :

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fudi Karta

Jabatan : Ketua RT

Alamat : Jl. Lapangan, RT.004/RW.003, Batu Ampar, Kecamatan Kramat Jati,
Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13520

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Afifah Aulia Rahman (2203015032)

Tempat/Tgl Lahir : Jakarta, 09 Oktober 2004

Alamat : Jl. Lapangan No 51 RT.004/RW.003, Batu Ampar, Kramat Jati, Jakarta
Timur

Jenis Usaha : Seblak (Usaha Kuliner Rumahan)

Adalah benar yang bersangkutan merupakan warga Rt.004/RW.003 dan menjalankan
usaha kuliner rumahan berupa seblak yang berlokasi di alamat tersebut diatas. Usaha ini telah
berjalan dan diketahui oleh sekitar.

Surat ini dibuat atas permintaan yang bersangkutan untuk keperluan administrasi dan
sebagai bukti keterangan usaha aktif.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab agar
dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 Juni 2025

Ketua RT



Fudi Karta



Dipindai dengan CamScanner

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan mengenai usaha seblak adalah bahwa bisnis ini memiliki peluang yang besar untuk berkembang dan memberikan keuntungan yang menjanjikan. Seblak merupakan makanan khas yang digemari banyak orang karena cita rasanya unik, pedas dan harga yang terjangkau. Dengan modal awal yang relatif kecil serta proses produksi sederhana, usaha seblak dapat menjadi pilihan yang menarik di bidang kuliner. Inovasi produk, seperti variasi topping dan tingkat kepedasan dapat menarik lebih banyak konsumen dan memperluas pasar. Meskipun terdapat tantangan seperti persaingan yang ketat dan daya tahan produk yang terbatas, dengan strategi pemasaran yang tepat dan menjaga kualitas rasa, usaha seblak memiliki prospek yang cerah untuk meraih kesuksesan.

B.Saran

Tujuan dari usaha ini kami berharap agar dapat melatih kami dalam mengembangkan keterampilan berwirausaha sekaligus menciptakan sumber penghasilan yang berkelanjutan bagi diri kami dan masyarakat sekitar. Dukungan dari semua pihak kami butuhkan guna tercapainya usaha kami.

Demikian laporan usaha ini kami buat. Kami juga berterimakasih kepada para pihak yang berkenan untuk membaca laporan usaha ini.

Kami menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan untuk saya. Atas segala waktu dan perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

<https://id.scribd.com/presentation/630805176/PPT-UMKM-SEBLAK-1>

<https://id.scribd.com/document/509499978/kewirausahaan-seblak>

<https://id.scribd.com/document/496079335/Usaha-seblak>

<https://www.scribd.com/document/728296588/LAPORAN-AKHIR-KEWIRAUSAHAAN-SEBLAK-TOPOKKI>

<https://www.kompas.com/food/read/2022/02/27/090600375/sejarah-seblak-khas-jawa-barat-muncul-sejak-1990-an>

LAPORAN KEWIRAUSAHAAN SOSIS BAKAR

**Laporan Ini Disusun untuk Memenuhi Tugas Makalah
pada Mata Kuliah Kewirausahaan Bisnis**



**Dosen Pengampu :
Dan Mugisidi, S.T., M.Si.,**

**disusun oleh:
Erzy Hunafa (2203015079)**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
2025**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, Dalam kesempatan ini, kami mempersembahkan proposal usaha penjualan sosis, yang merupakan salah satu jenis makanan olahan daging yang sangat digemari oleh masyarakat, terutama anak-anak dan remaja. Sosis tidak hanya dikenal karena rasa gurih dan kenyalnya, tetapi juga karena kemudahan penyajian dan variasi rasa yang dapat ditawarkan.

Usaha penjualan sosis ini bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat, terutama di kalangan anak muda yang mencari camilan praktis dan lezat. Dengan mengembangkan variasi rasa seperti sosis bakar dengan bumbu balado, bumbu kacang, dan rasa ayam bakar, kami berharap dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan pengalaman kuliner yang unik.

Melalui proposal ini, kami juga akan membahas aspek kelayakan usaha dari segi modal, pemasaran, serta strategi untuk bersaing di pasar. Kami percaya bahwa dengan manajemen yang baik dan inovasi produk yang terus menerus, usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang.

Kami berharap proposal ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai usaha penjualan sosis yang akan kami jalankan. Kritik dan saran dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Terima kasih atas perhatian dan dukungannya. Kata pengantar ini mencakup pengenalan tentang produk, tujuan usaha, serta harapan untuk mendapatkan umpan balik dari pembaca.

01 januari 2026



Erzy Hunafa

DAFTAR ISI

LAPORAN KEWIRAUSAHAAN SOSIS	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Prioritas Masalah.....	2
1.3 Manfaat Kegiatan	2
BAB II GAMBARAN UMUM USAHA	3
2.1 Profil produk	3
2.2 Kenggulan menjual Dessert Box	4
BAB III METODE PELAKSANAAN	6
3.1 Pembuatan Planning Usaha	6
3.2 Memulai Usaha	6
3.3 Persiapan usaha	6
3.4 Analisis SWOT Usaha.....	6
3.5 Alat dan bahan dalam pembuatan Dessert Box	7
3.6 Analisis Keuntungan	8
3.7 Dokumentasi	9
BAB III PENUTUP	10
A. Kesimpulan.....	10
B. Saran.....	10
DAFTAR PUSTAKA.....	11

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sosis adalah salah satu jenis makanan olahan yang telah ada sejak ribuan tahun lalu dan memiliki sejarah yang kaya. Asal usul sosis dapat ditelusuri kembali ke zaman Romawi, sekitar 2.000 tahun yang lalu, ketika seorang juru masak bernama Gayus secara tidak sengaja menciptakan sosis pertama dengan mengisi usus yang kosong dengan daging cincang dan rempah-rempah¹. Kata "sosis" sendiri berasal dari bahasa Latin "salsus," yang berarti "diasinkan" atau "diawetkan," mencerminkan teknik pengawetan daging yang digunakan dalam pembuatan sosis.

Seiring berjalannya waktu, sosis menyebar ke seluruh Eropa dan menjadi bagian integral dari berbagai budaya kuliner, dengan Jerman dikenal sebagai negara yang mengembangkan lebih dari 1.500 jenis sosis¹. Di Indonesia, sosis mulai diperkenalkan selama masa penjajahan Belanda, ketika banyak komoditas makanan baru masuk melalui jalur perdagangan internasional. Masyarakat Indonesia kemudian mengadaptasi resep dan metode pembuatan sosis sesuai dengan cita rasa lokal, menghasilkan varian seperti Sosis Solo yang menggunakan dadar telur sebagai pembungkus.

Sosis tidak hanya populer karena rasa dan kemudahan penyajiannya, tetapi juga karena fleksibilitasnya dalam berbagai hidangan. Saat ini, sosis dapat ditemukan dalam berbagai bentuk dan varian, termasuk sosis ayam, sapi, dan bahkan ikan. Dengan meningkatnya permintaan akan makanan praktis dan siap saji, sosis telah menjadi pilihan utama di banyak rumah tangga sebagai stok makanan beku.

Melalui latar belakang ini, kita dapat memahami bagaimana sosis telah berevolusi dari teknik pengawetan kuno menjadi salah satu makanan siap saji paling digemari di dunia, termasuk di Indonesia.

1.2 Prioritas Masalah

Prioritas masalah dalam produksi dan penjualan sosis mencakup beberapa aspek penting. Pertama, pengendalian kualitas menjadi krusial, mengingat tingginya tingkat cacat produk seperti casing pecah dan filling defect, yang memerlukan penerapan metode pengendalian kualitas yang lebih baik, seperti Six Sigma dan FMEA. Selain itu, risiko dalam proses produksi menunjukkan perlunya strategi mitigasi untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi kerugian akibat ketidaksesuaian dengan standar perusahaan.

Kualitas bahan baku juga sangat berpengaruh terhadap hasil akhir; oleh karena itu, pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi harus menjadi prioritas utama. Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, strategi pemasaran yang efektif dan diferensiasi produk sangat diperlukan. Inovasi produk, termasuk pengembangan varian rasa dan kemasan baru, juga penting untuk memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah.

Terakhir, penerapan sistem manajemen produksi yang baik serta pelatihan karyawan diperlukan untuk memastikan efisiensi operasional dan mengurangi kesalahan. Dengan mengatasi masalah-masalah ini, perusahaan dapat meningkatkan kualitas sosis dan memperkuat posisinya di pasar. yang dihadapi adalah keberadaan competitor yang menjalankan bisnis sejenis.

1.3 Manfaat Kegiatan

Manfaat dari usaha sosis ini adalah kami bisa mendapatkan keuntungan finansial dengan adanya usaha ini. Di samping itu, membuat usaha sosis sebagai pengganti makanan kekinian yang inovatif dan bernilai jual tinggi.

BAB II

GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Profil produk

Sosis adalah produk olahan makanan yang terbuat dari daging cincang, lemak hewan, dan rempah-rempah, yang dibungkus dalam casing, baik dari usus hewan maupun bahan sintetis. Sosis telah menjadi makanan yang populer di berbagai kalangan masyarakat, baik sebagai lauk maupun camilan. Di pasaran, terdapat berbagai jenis sosis, termasuk sosis daging sapi, ayam, dan ikan, dengan variasi rasa dan tekstur yang berbeda-beda.

Salah satu contoh produk sosis adalah BossQu Sosis Sapi dan Ayam, yang dibuat dari daging pilihan dan diproses secara higienis. Produk ini mengandung protein tinggi dan dapat disajikan dalam berbagai hidangan seperti nasi goreng atau telur dadar. Selain itu, terdapat juga inovasi dalam pembuatan sosis dengan menambahkan bahan-bahan fungsional seperti edamame dan kedelai untuk meningkatkan kandungan nutrisi dan memberikan variasi rasa yang menarik.

Sosis tidak hanya menawarkan kemudahan dalam penyajian tetapi juga menjadi alternatif makanan sehat jika diproduksi dengan bahan baku berkualitas tinggi. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan, produk sosis yang menggunakan bahan alami dan rendah pengawet semakin diminati oleh konsumen. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi pengembangan produk sosis di pasar makanan olahan.

Contoh gambar yang di tawarkan :



2.2 Keunggulan menjual Dessert Box

Menjual sosis memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya pilihan menarik bagi para pengusaha. Berikut adalah beberapa keunggulan utama dalam bisnis sosis:

1. Modal Awal Rendah: Memulai usaha sosis tidak memerlukan modal yang besar. Dengan peralatan sederhana dan bahan baku yang terjangkau, pengusaha dapat memulai usaha ini dengan investasi minimal.
2. Permintaan Pasar Stabil: Sosis merupakan makanan yang digemari oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Permintaan yang stabil sepanjang tahun menjadikan bisnis ini relatif aman dari fluktuasi penjualan yang drastis.
3. Kemudahan Penyajian: Sosis mudah disiapkan dan dapat dinikmati dalam berbagai cara, baik sebagai camilan maupun lauk. Hal ini membuatnya menjadi pilihan praktis bagi konsumen yang memiliki gaya hidup sibuk.
4. Variasi Produk: Terdapat banyak variasi sosis, mulai dari sosis daging sapi, ayam, hingga varian vegetarian. Keberagaman ini menarik minat konsumen dan memungkinkan pengusaha untuk menawarkan produk yang sesuai dengan selera pasar.
5. Potensi Keuntungan Besar: Dengan harga jual yang terjangkau dan biaya produksi yang rendah, bisnis sosis memiliki potensi keuntungan yang cukup besar. Banyak pengusaha melaporkan bahwa modal awal mereka dapat kembali dalam waktu singkat.

Dengan berbagai keunggulan tersebut, bisnis sosis menawarkan peluang yang menjanjikan bagi para pengusaha baru maupun yang sudah berpengalaman di industri makanan002E

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Pembuatan Planning Usaha

Langkah pertama adalah menentukan ide usaha. Langkah selanjutnya setelah mendapatkan ide untuk mendirikan suatu usaha adalah membuat planning usaha. Di dalam planning usaha ini dijelaskan tentang latar belakang usaha, jenis usaha, strategi pemasaran, jadwal kegiatan, sumber dana, estimasi biaya yang diperlukan, penerimaan dan keuntungan yang akan didapatkan.

3.2 Memulai Usaha

- 1) Mencari tempat ramai, seperti bazaar, pasar malam, dll
- 2) Menjual produk dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat
- 3) Menawarkan produk via online dan juga secara langsung kepada kerabat maupun rekan-rekan

3.3 Persiapan usaha

Mempersiapkan segala bahan dan peralatan untuk memulai usaha *sosis bakar* ini, termasuk di dalamnya adalah bagaimana merancang media promosi yang akan digunakan.

3.4 Analisis SWOT Usaha

- Kekuatan (Strengths)
 1. Bahan Baku Mudah Didapat: Sumber bahan baku untuk pembuatan sosis umumnya tersedia dan mudah diakses.
 2. Harga Jual Terjangkau: Sosis dapat dijual dengan harga yang bersaing, membuatnya menarik bagi konsumen.
 3. Kualitas Produk: Produk sosis homemade sering kali memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan produk massal.
- Kelemahan (Weaknesses)

1. Ketahanan Produk: Sosis homemade cenderung memiliki masa simpan yang lebih pendek, sehingga memerlukan manajemen stok yang baik.
 2. Produksi Terbatas: Usaha kecil mungkin mengalami kesulitan dalam memenuhi permintaan tinggi karena kapasitas produksi yang terbatas.
 3. Kurangnya Pemasaran: Beberapa usaha mungkin belum memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal untuk menjangkau konsumen.
- Peluang (Opportunities)
 1. Permintaan Makanan Praktis: Masyarakat semakin mencari makanan siap saji yang praktis dan lezat.
 2. Inovasi Rasa: Peluang untuk menciptakan varian rasa baru yang menarik dan sesuai dengan tren pasar.
 3. Pemasaran Melalui Media Sosial: Meningkatnya penggunaan media sosial sebagai platform untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan konsumen.
 - Ancaman (Threats)
 1. Persaingan yang Ketat: Banyaknya produk sosis di pasaran dengan beragam varian dapat menambah tingkat persaingan.
 2. Fluktuasi Harga Bahan Baku: Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi profitabilitas usaha.
 3. Perubahan Selera Konsumen: Perubahan preferensi konsumen terhadap makanan sehat dapat mempengaruhi penjualan sosis.

3.5 Alat dan bahan dalam pembuatan Dessert Box

a) Fixed Cost (Biaya Tetap) /Alat

- | | |
|--------------|-----------|
| • Panggangan | • Kuas |
| • Pisau | • Gas |
| • Baskom | • Gunting |
| • Lemari es | • Kompor |

b) Variabel Cost (biaya variable)

No.	Bahan	Kuantitas	Harga
1	Sosis Bakar	1 dus	Rp 500.000,00
2	Saos	1 bks	Rp 16.000,00
3	Saos Tomat	1 bks	Rp 15.000,00
4	Mayonise	1 bks	Rp 8.000,00
5	Mentega	1 kg	Rp 24.000,00
6	Foodpack	1 pack	Rp 35.000,00
Total Modal			Rp 598.000,00

3.6 Analisis Keuntungan

Modal usaha +- Rp 598.000,00

1 dus isi 20 pack, 1 pack isi 12x20 = 240pcs

Harga jual per pcs: Rp 5.000,00

Jumlah produksi dalam 2pekan = 240pcs

Jadi, keuntungan dalam sebulan = Jumlah produksi x Harga jual (perpcs)

$$= 240\text{pcs} \times \text{Rp } 5.000,00$$

$$= \text{Rp } 1.200.000,00$$

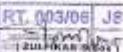
Jadi, total keuntungan bersih yang berhasil didapatkan selama 2 pekan (di luar hari

Sabtu-Minggu) adalah sebesar **Rp 602.000,00**, yang setara dengan pencapaian

profitabilitas sebesar **100,67%** dari modal awal

3.7 Dokumentasi



	RUKUN TETANGGA 003 / 06 KELURAHAN TEGAY PARANG, KECAMATAN MANGPANG PRAPATAN KOTA ADMINISTRASI JAKARTA SELATAN J. Mangpang Prapatan 61, No. 003/06 Rt. 003/06, Tegay Parang Ruk. Mangpang Prapatan Jakarta Selatan Telp. 021-7792074, 0815 3415 1212	
Kode Pos : 12760		
SURAT PENGANTAR		
Nomor <u>SK/RT/003/06/0004</u>		
Titik beranda surat dibantu oleh Pengurus RT 003 RW 06 Kelurahan Tegay Parang, Kecamatan Mangpang Prapatan, Jakarta Selatan sebagai berikut:		
Nama :	<u>Enay Hana</u>	
Tempat/Tanggal Lahir :	<u>Doger, 3 Mei 2003</u>	
Kewarganegaraan :	<u>Indonesia</u>	
Jenis Kelamin :	<u>Laki-laki / Perempuan</u>	
Masa KTP / KK :	<u>12 m / 20 m / 20 m</u>	
Agama :	<u>Islam / Kristen / Hindu / Budha / Lainnya</u>	
Status Perkawinan :	<u>Belum / Berkas / Janda / Duda / Cerai mati / Cerai Hidup</u>	
Pendidikan :	<u>PAJAJ / Madrasah / Perguruan Swasta / Universitas / Perguruan / Baru Tegal / Guru / Buruh / Lain-lain</u>	
Alamat :	<u>RT Mangpang Prapatan RW 06 No. 003 Rt. 06 No. 06 Kel. Tegay Parang, Kec. Mangpang Prapatan - Jakarta Selatan.</u>	
Maksud / Keterangan :	<u>Berikut ini surat pengantar untuk menunjuk sebagai ketua RT 003 RW 06 Kelurahan Tegay Parang Kecamatan Mangpang Prapatan Jakarta Selatan.</u>	
Dibantu Surat Pengantar ini dibantu untuk dapat diberikan sebagaimana mestinya.		
Atas Nama :	<u>Enay Hana</u>	
Tanggal :	<u>30 Juni 2022</u>	
Bersama ini : Pengurus RT 003 / RW 06 Kelurahan RW / Blok / Kelurahan	Jakarta, 30 Juni 2022 Pengurus RT 003 / RW 06 Naras RT / Wakil / Sekretaris	
 (A. FARID HILMAN)	 RT 003/06 JE 1 JULY 2022	
Atas nama RT 003 RW 06 Kelurahan Tegay Parang, Kecamatan Mangpang Prapatan, Jakarta Selatan 1. Foto copy KTP yang bersangkutan yang masih berlaku 2. Foto copy Kartu Keluarga (KK) yang bersangkutan 3. Foto copy buku induk RT 003 RW 06 Kelurahan Tegay Parang 4. Foto copy buku induk RT 003 RW 06 Kelurahan Tegay Parang		
BAKARAN PASAK BUKU DAN RANGKUMAN (PBB) ANGGA SERLUNGKATUNG TERBUKA		

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan mengenai usaha sosis adalah bahwa bisnis ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan menguntungkan. Sosis adalah makanan populer yang disukai banyak orang karena rasanya yang lezat dan harga yang terjangkau. Dengan modal awal yang relatif kecil dan waktu pengembalian yang cepat, usaha sosis dapat menjadi pilihan menarik dalam industri kuliner. Inovasi produk, seperti varian rasa dan bahan baku alternatif, dapat menarik lebih banyak konsumen. Meskipun ada tantangan seperti persaingan ketat dan fluktuasi harga bahan baku, dengan strategi pemasaran yang tepat dan fokus pada kualitas, usaha sosis memiliki prospek cerah untuk sukses..

B. Saran

Tujuan dari usaha ini kami berharap agar dapat melatih kami untuk bisa menciptakan lapangan pekerjaan khususnya untuk kami dan masyarakat sekitar. Dukungan dari semua pihak sangat kami butuhkan guna tercapainya usaha kami ini.

Demikian laporan usaha ini kami buat. Kami juga berterima kasih kepada para pihak yang berkenan membaca laporan usaha ini.

Kami menyadari bahwa proposal kami masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan untuk saya. Atas segala waktu dan perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

https://mariayohana4.blogspot.com/2017/05/proposal-bisnis-tugas-kewirausahaan_12.html
<https://kumparan.com/absal-bachtiar/sejarah-sosis-bermula-dari-orang-romawi-1v0jFoPl2Ij>
<https://repository.ub.ac.id/id/eprint/208483/>
<https://id.wikipedia.org/wiki/Sosis>
<https://stekom.ac.id/berita/peluang-usaha-sosis-dan-bakso-bakar-modal-kecil-beromzet-besar>
<https://satmesin.com/2023/03/23/trik-memulai-jualan-sosis-bakar/>
<https://fk11logahpusing.blogspot.com/2016/03/usaha-makanan-sosis-solo.html>

LAPORAN PENGAYAAN
MATAKULIAH KEWIRAUSAHAAN BISNIS
Cuitlicious: Dessert Box Premium Creamy Harga Terjangkau Berbasis
Pre-Order

Disusun untuk memenuhi Tugas Matakuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis



Dosen Pengampu :
Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.

Disusun Oleh :

Iin Nurul Latifah
(2203015035)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan laporan kewirausahaan dengan judul “Cuitlicious: Dessert Box Premium Creamy Harga Terjangkau Berbasis Pre-Order.” Laporan ini merupakan bentuk pertanggungjawaban akademik dari kegiatan kewirausahaan yang telah saya jalankan pada mata kuliah Kewirausahaan.

Melalui bisnis ini, saya mempelajari proses produksi, pemasaran, pelayanan pelanggan, manajemen keuangan, hingga evaluasi usaha secara nyata. Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat saya harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

Semoga laporan ini bermanfaat bagi saya sebagai penyusun maupun pembaca yang tertarik dengan dunia kewirausahaan.

Jakarta, Januari 2026

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Visi dan Misi	1
1.5 Manfaat	2
1.6 Keunggulan Produk	2
1.7 Model Bisnis	2
1.8 Analisis SWOT	3
BAB II ASPEK PRODUKSI	4
2.1 Deskripsi Produk	4
2.2 Kualitas Produk	4
2.3 Peralatan	5
2.4 Prosedur Produksi	5
BAB III ASPEK KEUANGAN	6
3.1 Aspek Biaya	6
3.2 Alokasi Modal Awal	6
3.3 Harga Jual	7
3.4 Data Penjualan	7
3.6 Strategi Pemasaran	9
BAB IV LAMPIRAN	10
Surat Keterangan Lingkungan	10
Foto Produk	11
Foto bukti pembelian	12

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner terus berkembang pesat, khususnya menu dessert box yang populer di kalangan pelajar dan mahasiswa karena tampilannya estetik dan rasanya unik. Namun, mayoritas dessert box yang ada memiliki harga cukup tinggi sehingga kurang ramah bagi pelajar. Hal tersebut menjadi peluang bagi saya untuk menghadirkan produk **Cuitlicious**, dessert box premium dengan rasa creamy khas keju namun tetap terjangkau di kantong.

Model bisnis yang digunakan adalah **Pre-Order (PO)** sehingga produksi dilakukan hanya berdasarkan pesanan yang masuk. Hal ini bertujuan mengurangi risiko kerugian akibat stok tidak terjual, meningkatkan kesegaran produk, dan menjaga efisiensi modal.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah usaha Cuitlicious merupakan usaha yang menguntungkan?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan?
3. Kapan usaha Cuitlicious mencapai titik impas (BEP)?

1.3 Visi dan Misi

Visi:

Menjadi merek dessert box pilihan utama pelajar dan mahasiswa dengan rasa creamy premium dan harga terjangkau.

Misi:

1. Menggunakan bahan baku berkualitas untuk menjaga konsistensi rasa.
2. Menjalankan proses produksi dengan standar kebersihan tinggi.
3. Menjalin hubungan yang dekat dengan pelanggan melalui media sosial.
4. Menawarkan produk dengan harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.

1.4 Tujuan

- Menumbuhkan pengalaman berwirausaha secara langsung.
- Menghasilkan produk kuliner yang berkualitas.
- Melatih kemampuan komunikasi, promosi, dan kerja tim.

1.5 Manfaat

- Menumbuhkan jiwa entrepreneurship.
- Mengetahui aspek-aspek penting sebelum memulai usaha.
- Membangun kerja sama dan kreativitas tim.

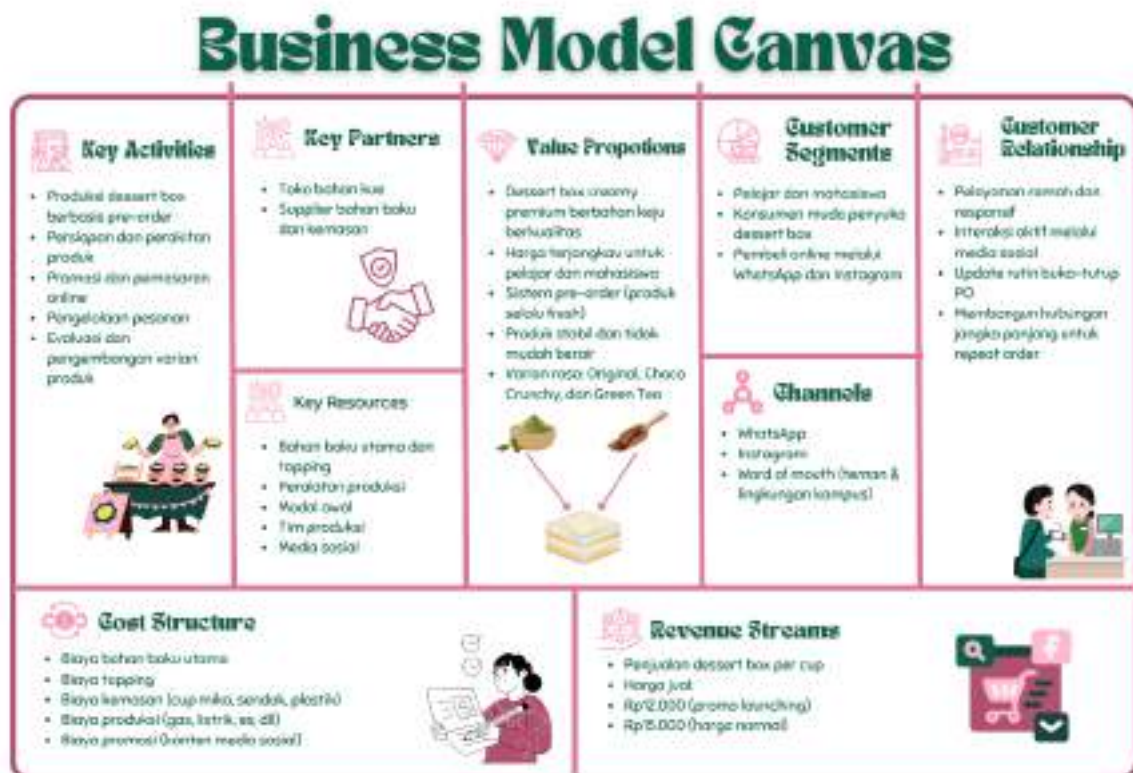
1.6 Keunggulan Produk

- Rasa creamy premium dengan topping berkualitas.
- Harga terjangkau bagi pelajar dan mahasiswa.
- Model PO tanpa risiko produk tersisa.

1.7 Model Bisnis

Bisnis Cuitlicious dijalankan berbasis rumah produksi dengan sistem pemasaran online melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. Sistem penjualan yang digunakan adalah **pre-order (PO)** dengan mekanisme buka–tutup PO mingguan untuk menyesuaikan kapasitas produksi dan permintaan konsumen.

Untuk menggambarkan model bisnis secara lebih sistematis dan terstruktur, digunakan pendekatan **Business Model Canvas (BMC)**.



1.8 Analisis SWOT

- Strengths: Modal rendah, model PO (tanpa risiko), HPP jelas, rasa disukai.
- Weaknesses: Kapasitas produksi terbatas, daya tahan produk singkat, merek baru.
- Opportunities: Pemasaran medsos (WA/IG), potensi *repeat order*, *reseller*.
- Threats: Daya beli menurun, kenaikan harga bahan baku, banyak pesaing serupa.

BAB II

ASPEK PRODUKSI

2.1 Deskripsi Produk

Cuitlicious adalah dessert box non-panggang yang mengutamakan rasa creamy premium berbahan dasar keju dengan tampilan yang estetik dan praktis. Produk ini terdiri dari tiga elemen utama, yaitu:

- **Crust** – biskuit crackers yang dihancurkan sebagai lapisan dasar.
- **Cream** – krim khas Cuitlicious yang dibuat dari keju spread, susu full cream, susu kental manis, dan whipped cream sehingga menghasilkan tekstur lembut, manis, dan creamy.
- **Topping** – disesuaikan dengan varian rasa produk.

Pada awal produksi, Cuitlicious menawarkan tiga varian rasa, yaitu **Original**, **Choco Crunchy**, dan **Strawberry Delight**. Namun, berdasarkan hasil evaluasi pada minggu ketiga, varian Strawberry Delight dihentikan dan digantikan dengan varian **Green Tea**.

Perubahan ini dilakukan karena penggunaan buah stroberi segar memiliki risiko mengeluarkan air yang dapat memengaruhi tekstur, tampilan, serta daya tahan produk. Varian Green Tea dipilih sebagai pengganti karena memiliki stabilitas yang lebih baik, daya simpan lebih lama, serta lebih sesuai dengan sistem produksi berbasis pre-order.

Adapun varian produk Cuitlicious saat ini adalah:

- **Original** (taburan coklat bubuk)
- **Choco Crunchy** (saus coklat)
- **Green Tea** (cream green tea)

2.2 Kualitas Produk

Untuk menjaga kualitas rasa dan keamanan produk, Cuitlicious menerapkan beberapa standar kualitas sebagai berikut:

- Menggunakan bahan baku fresh dan berkualitas premium.
- Produksi dilakukan berdasarkan sistem **Pre-Order (PO)** sehingga produk selalu dalam kondisi segar.
- Cream dibuat setiap batch produksi untuk menjaga konsistensi rasa dan tekstur.

- Pemilihan varian topping dilakukan berdasarkan tingkat kestabilan dan daya tahan produk.
- Proses produksi dilakukan dengan memperhatikan kebersihan alat dan lingkungan kerja.
- Produk dikemas dalam cup mika kedap udara untuk menjaga higienitas.

Penerapan standar ini bertujuan untuk memastikan konsumen menerima produk yang aman, enak, dan berkualitas.

2.3 Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi *Cheesecuit* meliputi:

1. Wadah dan spatula
2. Panci
3. Mixer
4. Plastik segitiga (*piping bag*)
5. Cup mika dan sendok

2.4 Prosedur Produksi

Langkah-langkah produksi *Cheesecuit* adalah sebagai berikut:

1. Campur susu full cream dengan cream keju sampai rata, kemudian masak dengan api kecil lalu tambahkan sedikit skm, gula, dan garam untuk penyeimbang rasa, setelah agak menguap, masukkan larutan Maizena.
2. Setelah dingin, angkat dan sisih kan cream keju yang sudah di masak. simpan selama 15 menit di kulkas / diamkan sampai suhu ruang.
3. Mixer whipping cream dengan air es dengan kecepatan rendah-tinggi.
4. Campur WhipCream dengan krim keju yang sudah dingin dengan merata.
5. Masukkan krim keju ke plastik segitiga
6. Siapkan mika yang sudah di beri crackers untuk dasar, kemudian lapis dengan krim keju, lalu lapis lagi dengan crackers sampai 3 layer / sesuai kebutuhan.
7. Masukkan mika kedalam chiller / freezer beberapa menit sampai agak setengah set.
8. Keluar kan mika dan tambahkan topping sesuai kebutuhan. lalu masukkan kembali ke chiller 6-8 jam.
9. Cheesecuit siap di distribusi kan ke customer

BAB III

ASPEK KEUANGAN

3.1 Aspek Biaya

Sumber dana untuk usaha Cuitlicious berasal dari dana pribadi anggota kelompok. Jumlah anggota kelompok adalah 4 orang, dan masing-masing memberikan kontribusi sebesar **Rp 67.000** sehingga total modal awal yang terkumpul adalah **Rp268.000**. Modal ini digunakan untuk pembelian bahan baku utama, topping, kemasan mika, dan perlengkapan produksi lainnya pada batch awal pembuatan produk Chesse Cuit.

3.2 Alokasi Modal Awal

Kategori	Rincian	Jumlah	Harga Satuan	Total
Bahan Baku Utama	Keju Spread	4 pcs	Rp 14.500	Rp 58.000
	SKM	1 pcs	Rp 9.100	Rp 9.100
	Susu Full Cream	1,5 L	Rp 25.000	Rp 25.000
	Crackers	4 bungkus	Rp 10.750	Rp 43.000
	WhipeCream	½ bungkus	Rp 30.000	Rp 15.000
Bahan Topping	Coklat Collins	1 pcs	Rp 26.245	Rp 26.245
	Selai Stroberi	1 pcs	Rp 13.000	Rp 13.000
	Stroberi Segar	1 pack	Rp 10.000	Rp 10.000
Bahan & Kemasan	Cup Mika	30 pcs	Rp 1.750	Rp 52.500
	Sendok	30 pcs	Rp 230	Rp 6.900
	Plastik	1 pcs	Rp 7.000	Rp 7.000
	Plastik Segitiga	1 pack	Rp 1.500	Rp 1.500
	Total Penggunaan Modal Awal			Rp 267.245

Catatan: Bahan coklat putih belum dicantumkan pada alokasi modal awal karena belum digunakan pada batch pertama. Bahan tersebut digunakan sebagai topping tambahan untuk varian ChocoCruncy pada batch kedua dan pembeliannya dilakukan menggunakan sebagian laba hasil penjualan batch pertama, bukan dari modal awal.

3.3 Harga Jual

Minggu	Harga
Minggu 1	Rp 12.000 (promo launching)
Minggu 2–6	Rp 15.000 (harga normal)

3.4 Data Penjualan

Minggu	Cup Terjual	Harga/cup	Total Pendapatan
1	30	Rp 12.000	Rp 360.000
2	26	Rp 15.000	Rp 390.000
3	30	Rp 15.000	Rp 450.000
4	25	Rp 15.000	Rp 375.000
5	28	Rp 15.000	Rp 420.000
6	30	Rp 15.000	Rp 450.000
Total	169	—	Rp 2.445.000

Jumlah cup yang terjual setiap periode bervariasi karena sistem penjualan berbasis pre-order menyesuaikan permintaan konsumen.

3.5 Buku Kas

No	Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
1	16/11/2025	Modal Awal	Rp 268.000		Rp 268.000
2	19/11/2025	Pembelian bahan & kemasan batch 1		Rp 267.245	Rp 755
3	22/11/2025	Penjualan Cuitlicious 30 cup $\times$ Rp 12.000	Rp 360.000		Rp 360.755
4	25/11/2025	Pembelian bahan batch 2 (Tambahan topping coklat putih)		Rp 259.000	Rp 101.755
5	29/11/2025	Penjualan Cuitlicious 26 cup $\times$ 15.000	Rp 390.000		Rp 491.755
6	2/12/2025	Pembelian bahan batch 3		Rp 231.654	Rp 260.101
7	6/12/2025	Penjualan Cuitlicious 30 cup $\times$ 15.000	Rp 450.000		Rp 710.101
8	9/12/2025	Pembelian bahan batch 4 (Tambahan cream green tea)		Rp 303.399	Rp 406.702
9	13/12/2025	Penjualan Cuitlicious 25 cup $\times$ 15.000	Rp 375.000		Rp 781.702
10	16/12/2025	Pembelian bahan batch 5		Rp 297.728	Rp 483.974
11	20/12/2025	Penjualan Cuitlicious 28 $\times$ 15.000	Rp 420.000		Rp 903.974
12	23/12/2025	Pembelian bahan batch 6		Rp 256.382	Rp 647.592
13	27/12/2025	Penjualan Cuitlicious 30 $\times$ 15.000	Rp 450.000		Rp 1.097.592
SALDO AKHIR					Rp 1.097.592

1. Jumlah Total Penjualan Cuitlicious

Berdasarkan kegiatan penjualan yang telah dilakukan, diperoleh rincian penjualan sebagai berikut:

1. Penjualan promo launching
 $30 \text{ cup} \times \text{Rp}12.000 = \text{Rp}360.000$
2. Penjualan harga normal (batch selanjutnya)
 $139 \text{ cup} \times \text{Rp} 15.000 = \text{Rp} 2.085.000$

2. Jumlah pendapatan kotor 169 cup produk = Rp2.445.000

3. Jumlah pendapatan bersih

$\text{Rp}1.097.592 - \text{Rp}268.000 \text{ (Modal awal)} = \text{Laba Rp}829.592$

3.6 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran usaha Cuitlicious dilakukan secara full online melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. saya membagikan poster produk, katalog varian, testimoni pelanggan, serta informasi pembukaan dan penutupan PO (*Pre-Order*) untuk menarik minat konsumen. Selain itu, saya juga aktif melakukan interaksi dengan pelanggan melalui pesan pribadi untuk memberikan penjelasan produk, menerima pesanan, serta menjaga komunikasi yang ramah dan responsif.

BAB IV LAMPIRAN

Surat Keterangan Lingkungan



**PENGURUS RUKUN TETANGGA
RT.001/RW05
KELURAHAN MANIS JAYA
KECAMATAN JATIUWUNG KOTA
TANGERANG BANTEN**



SURAT KETERANGAN PENGANTAR
Nomor : 26/SP/RT 001/05/Desember/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Rukun Tetangga (RT) 001/RW 05 Kelurahan Manis Jaya, Kecamatan Jatiuwung, Kota Tangerang, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: Iin Nurul Latifah
Tempat, Tanggal Lahir	: Bekasi, 08 April 2003
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Pekerjaan	: Pelajar/Mahasiswa
No KTP	: 3275104804030018
Status Perkawinan	: Belum Menikah
Alamat	: Kp cikoneng girang RT 001 RW 05 Kelurahan Manis Jaya Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang

Dengan ini menerangkan bahwa nama tersebut di atas benar merupakan warga yang terdaftar dan berdomisili di lingkungan RT 001/RW 05 Kelurahan Manis Jaya, Kecamatan Jatiuwung, Kota Tangerang.

Surat keterangan ini dibuat untuk melengkapi persyaratan dalam rangka pelaksanaan kegiatan kewirausahaan di lingkungan tersebut.

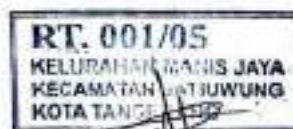
Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua RW 05



(DEDY)

Manis jaya, 24 Desember 2025
Ketua RT001/RW05



(SUGITO)

Foto Produk



Foto bukti pembelian

Batch 1



Batch 2



Batch 3



Batch 4



Batch 5



Batch 6



Bukti Pembayaran Via Transfer



28/11/2025
28/11/2025
30000.00 terbayar ke rekening: 28/11/2025
AJJUA NUGRAH
TRSF E-BANKING CR

Rp. 30,000.00
CR

PEND
TRANSFER DROGO EDWNO
ALFAH (2)
914-AS1 CR

Rp. 32,000.00
CR

28/11/2025
TRANSFER DROGO MALLANA
MILAN
914-AS1 CR

Rp. 50,000.00
CR



LAPORAN PENGAYAAN
MATAKULIAH KEWIRAUSAHAAN BISNIS
Cuitlicious: Dessert Box Premium Creamy Harga Terjangkau Berbasis
Pre-Order

Disusun untuk memenuhi Tugas Matakuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis



Dosen Pengampu :
Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.

Disusun Oleh :
Riska Amelia Puspita Sari
(2203015007)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan laporan kewirausahaan dengan judul “Cuitlicious: Dessert Box Premium Creamy Harga Terjangkau Berbasis Pre-Order.” Laporan ini merupakan bentuk pertanggungjawaban akademik dari kegiatan kewirausahaan yang telah saya jalankan pada mata kuliah Kewirausahaan.

Melalui bisnis ini, saya mempelajari proses produksi, pemasaran, pelayanan pelanggan, manajemen keuangan, hingga evaluasi usaha secara nyata. Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat saya harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

Semoga laporan ini bermanfaat bagi saya sebagai penyusun maupun pembaca yang tertarik dengan dunia kewirausahaan.

Jakarta, Januari 2026

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Visi dan Misi	1
1.5 Manfaat	2
1.6 Keunggulan Produk	2
1.7 Model Bisnis	2
1.8 Analisis SWOT	3
BAB II ASPEK PRODUKSI	4
2.1 Deskripsi Produk	4
2.2 Kualitas Produk	4
2.3 Peralatan	5
2.4 Prosedur Produksi	5
BAB III ASPEK KEUANGAN	6
3.1 Aspek Biaya	6
3.2 Alokasi Modal Awal	6
3.3 Harga Jual	7
3.4 Data Penjualan	7
3.6 Strategi Pemasaran	9
BAB IV LAMPIRAN	10
Surat Keterangan Lingkungan	10
Foto Produk	11
Foto bukti pembelian	12

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner terus berkembang pesat, khususnya menu dessert box yang populer di kalangan pelajar dan mahasiswa karena tampilannya estetik dan rasanya unik. Namun, mayoritas dessert box yang ada memiliki harga cukup tinggi sehingga kurang ramah bagi pelajar. Hal tersebut menjadi peluang bagi saya untuk menghadirkan produk **Cuitlicious**, dessert box premium dengan rasa creamy khas keju namun tetap terjangkau di kantong.

Model bisnis yang digunakan adalah **Pre-Order (PO)** sehingga produksi dilakukan hanya berdasarkan pesanan yang masuk. Hal ini bertujuan mengurangi risiko kerugian akibat stok tidak terjual, meningkatkan kesegaran produk, dan menjaga efisiensi modal.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah usaha Cuitlicious merupakan usaha yang menguntungkan?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan?
3. Kapan usaha Cuitlicious mencapai titik impas (BEP)?

1.3 Visi dan Misi

Visi:

Menjadi merek dessert box pilihan utama pelajar dan mahasiswa dengan rasa creamy premium dan harga terjangkau.

Misi:

1. Menggunakan bahan baku berkualitas untuk menjaga konsistensi rasa.
2. Menjalankan proses produksi dengan standar kebersihan tinggi.
3. Menjalin hubungan yang dekat dengan pelanggan melalui media sosial.
4. Menawarkan produk dengan harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.

1.4 Tujuan

- Menumbuhkan pengalaman berwirausaha secara langsung.
- Menghasilkan produk kuliner yang berkualitas.
- Melatih kemampuan komunikasi, promosi, dan kerja tim.

1.5 Manfaat

- Menumbuhkan jiwa entrepreneurship.
- Mengetahui aspek-aspek penting sebelum memulai usaha.
- Membangun kerja sama dan kreativitas tim.

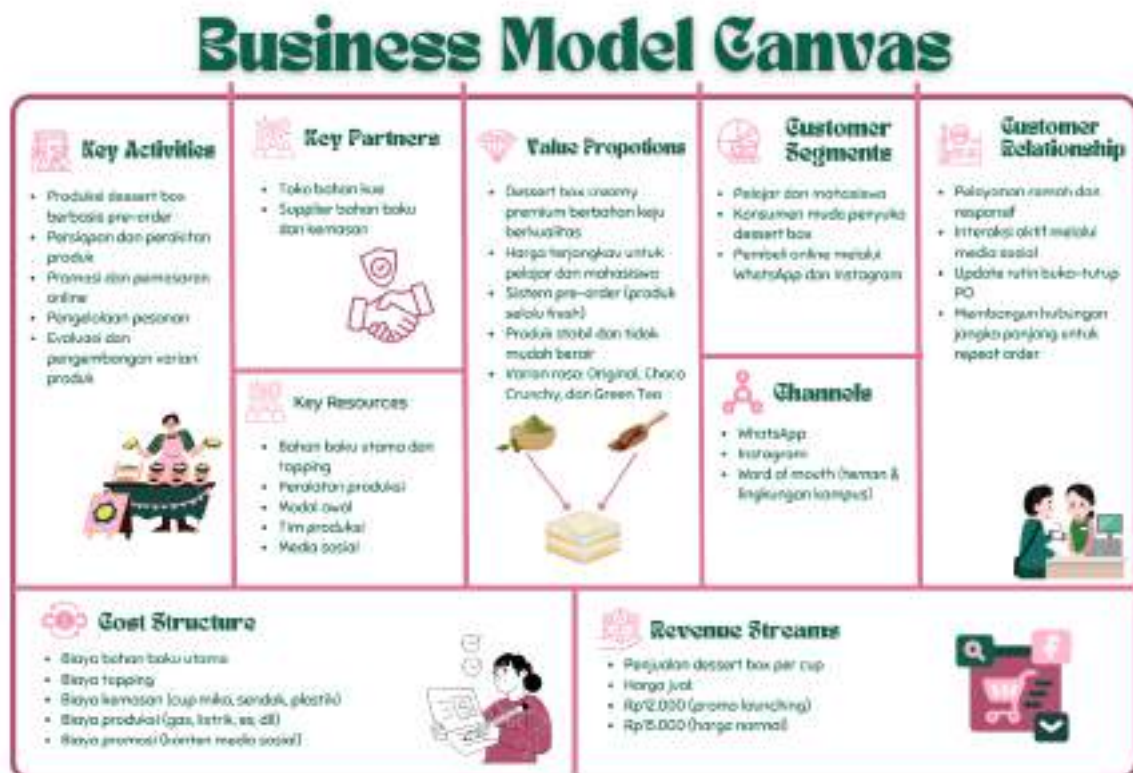
1.6 Keunggulan Produk

- Rasa creamy premium dengan topping berkualitas.
- Harga terjangkau bagi pelajar dan mahasiswa.
- Model PO tanpa risiko produk tersisa.

1.7 Model Bisnis

Bisnis Cuitlicious dijalankan berbasis rumah produksi dengan sistem pemasaran online melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. Sistem penjualan yang digunakan adalah **pre-order (PO)** dengan mekanisme buka–tutup PO mingguan untuk menyesuaikan kapasitas produksi dan permintaan konsumen.

Untuk menggambarkan model bisnis secara lebih sistematis dan terstruktur, digunakan pendekatan **Business Model Canvas (BMC)**.



1.8 Analisis SWOT

- Strengths: Modal rendah, model PO (tanpa risiko), HPP jelas, rasa disukai.
- Weaknesses: Kapasitas produksi terbatas, daya tahan produk singkat, merek baru.
- Opportunities: Pemasaran medsos (WA/IG), potensi *repeat order*, *reseller*.
- Threats: Daya beli menurun, kenaikan harga bahan baku, banyak pesaing serupa.

BAB II

ASPEK PRODUKSI

2.1 Deskripsi Produk

Cuitlicious adalah dessert box non-panggang yang mengutamakan rasa creamy premium berbahan dasar keju dengan tampilan yang estetik dan praktis. Produk ini terdiri dari tiga elemen utama, yaitu:

- **Crust** – biskuit crackers yang dihancurkan sebagai lapisan dasar.
- **Cream** – krim khas Cuitlicious yang dibuat dari keju spread, susu full cream, susu kental manis, dan whipped cream sehingga menghasilkan tekstur lembut, manis, dan creamy.
- **Topping** – disesuaikan dengan varian rasa produk.

Pada awal produksi, Cuitlicious menawarkan tiga varian rasa, yaitu **Original**, **Choco Crunchy**, dan **Strawberry Delight**. Namun, berdasarkan hasil evaluasi pada minggu ketiga, varian Strawberry Delight dihentikan dan digantikan dengan varian **Green Tea**.

Perubahan ini dilakukan karena penggunaan buah stroberi segar memiliki risiko mengeluarkan air yang dapat memengaruhi tekstur, tampilan, serta daya tahan produk. Varian Green Tea dipilih sebagai pengganti karena memiliki stabilitas yang lebih baik, daya simpan lebih lama, serta lebih sesuai dengan sistem produksi berbasis pre-order.

Adapun varian produk Cuitlicious saat ini adalah:

- **Original** (taburan coklat bubuk)
- **Choco Crunchy** (saus coklat)
- **Green Tea** (cream green tea)

2.2 Kualitas Produk

Untuk menjaga kualitas rasa dan keamanan produk, Cuitlicious menerapkan beberapa standar kualitas sebagai berikut:

- Menggunakan bahan baku fresh dan berkualitas premium.
- Produksi dilakukan berdasarkan sistem **Pre-Order (PO)** sehingga produk selalu dalam kondisi segar.
- Cream dibuat setiap batch produksi untuk menjaga konsistensi rasa dan tekstur.

- Pemilihan varian topping dilakukan berdasarkan tingkat kestabilan dan daya tahan produk.
- Proses produksi dilakukan dengan memperhatikan kebersihan alat dan lingkungan kerja.
- Produk dikemas dalam cup mika kedap udara untuk menjaga higienitas.

Penerapan standar ini bertujuan untuk memastikan konsumen menerima produk yang aman, enak, dan berkualitas.

2.3 Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi *Cheesecuit* meliputi:

1. Wadah dan spatula
2. Panci
3. Mixer
4. Plastik segitiga (*piping bag*)
5. Cup mika dan sendok

2.4 Prosedur Produksi

Langkah-langkah produksi *Cheesecuit* adalah sebagai berikut:

1. Campur susu full cream dengan cream keju sampai rata, kemudian masak dengan api kecil lalu tambahkan sedikit skm, gula, dan garam untuk penyeimbang rasa, setelah agak menguap, masukkan larutan Maizena.
2. Setelah dingin, angkat dan sisih kan cream keju yang sudah di masak. simpan selama 15 menit di kulkas / diamkan sampai suhu ruang.
3. Mixer whipping cream dengan air es dengan kecepatan rendah-tinggi.
4. Campur WhipCream dengan krim keju yang sudah dingin dengan merata.
5. Masukkan krim keju ke plastik segitiga
6. Siapkan mika yang sudah di beri crackers untuk dasar, kemudian lapis dengan krim keju, lalu lapis lagi dengan crackers sampai 3 layer / sesuai kebutuhan.
7. Masukkan mika kedalam chiller / freezer beberapa menit sampai agak setengah set.
8. Keluar kan mika dan tambahkan topping sesuai kebutuhan. lalu masukkan kembali ke chiller 6-8 jam.
9. Cheesecuit siap di distribusi kan ke customer

BAB III

ASPEK KEUANGAN

3.1 Aspek Biaya

Sumber dana untuk usaha Cuitlicious berasal dari dana pribadi anggota kelompok. Jumlah anggota kelompok adalah 4 orang, dan masing-masing memberikan kontribusi sebesar **Rp 67.000** sehingga total modal awal yang terkumpul adalah **Rp268.000**. Modal ini digunakan untuk pembelian bahan baku utama, topping, kemasan mika, dan perlengkapan produksi lainnya pada batch awal pembuatan produk Chesse Cuit.

3.2 Alokasi Modal Awal

Kategori	Rincian	Jumlah	Harga Satuan	Total
Bahan Baku Utama	Keju Spread	4 pcs	Rp 14.500	Rp 58.000
	SKM	1 pcs	Rp 9.100	Rp 9.100
	Susu Full Cream	1,5 L	Rp 25.000	Rp 25.000
	Crackers	4 bungkus	Rp 10.750	Rp 43.000
	WhipeCream	½ bungkus	Rp 30.000	Rp 15.000
Bahan Topping	Coklat Collins	1 pcs	Rp 26.245	Rp 26.245
	Selai Stroberi	1 pcs	Rp 13.000	Rp 13.000
	Stroberi Segar	1 pack	Rp 10.000	Rp 10.000
Bahan & Kemasan	Cup Mika	30 pcs	Rp 1.750	Rp 52.500
	Sendok	30 pcs	Rp 230	Rp 6.900
	Plastik	1 pcs	Rp 7.000	Rp 7.000
	Plastik Segitiga	1 pack	Rp 1.500	Rp 1.500
	Total Penggunaan Modal Awal			Rp 267.245

Catatan: Bahan coklat putih belum dicantumkan pada alokasi modal awal karena belum digunakan pada batch pertama. Bahan tersebut digunakan sebagai topping tambahan untuk varian ChocoCruncy pada batch kedua dan pembeliannya dilakukan menggunakan sebagian laba hasil penjualan batch pertama, bukan dari modal awal.

3.3 Harga Jual

Minggu	Harga
Minggu 1	Rp 12.000 (promo launching)
Minggu 2–6	Rp 15.000 (harga normal)

3.4 Data Penjualan

Minggu	Cup Terjual	Harga/cup	Total Pendapatan
1	30	Rp 12.000	Rp 360.000
2	26	Rp 15.000	Rp 390.000
3	30	Rp 15.000	Rp 450.000
4	25	Rp 15.000	Rp 375.000
5	28	Rp 15.000	Rp 420.000
6	30	Rp 15.000	Rp 450.000
Total	169	—	Rp 2.445.000

Jumlah cup yang terjual setiap periode bervariasi karena sistem penjualan berbasis pre-order menyesuaikan permintaan konsumen.

3.5 Buku Kas

No	Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
1	16/11/2025	Modal Awal	Rp 268.000		Rp 268.000
2	19/11/2025	Pembelian bahan & kemasan batch 1		Rp 267.245	Rp 755
3	22/11/2025	Penjualan Cuitlicious 30 cup $\times$ Rp 12.000	Rp 360.000		Rp 360.755
4	25/11/2025	Pembelian bahan batch 2 (Tambahan topping coklat putih)		Rp 259.000	Rp 101.755
5	29/11/2025	Penjualan Cuitlicious 26 cup $\times$ 15.000	Rp 390.000		Rp 491.755
6	2/12/2025	Pembelian bahan batch 3		Rp 231.654	Rp 260.101
7	6/12/2025	Penjualan Cuitlicious 30 cup $\times$ 15.000	Rp 450.000		Rp 710.101
8	9/12/2025	Pembelian bahan batch 4 (Tambahan cream green tea)		Rp 303.399	Rp 406.702
9	13/12/2025	Penjualan Cuitlicious 25 cup $\times$ 15.000	Rp 375.000		Rp 781.702
10	16/12/2025	Pembelian bahan batch 5		Rp 297.728	Rp 483.974
11	20/12/2025	Penjualan Cuitlicious 28 $\times$ 15.000	Rp 420.000		Rp 903.974
12	23/12/2025	Pembelian bahan batch 6		Rp 256.382	Rp 647.592
13	27/12/2025	Penjualan Cuitlicious 30 $\times$ 15.000	Rp 450.000		Rp 1.097.592
SALDO AKHIR					Rp 1.097.592

1. Jumlah Total Penjualan Cuitlicious

Berdasarkan kegiatan penjualan yang telah dilakukan, diperoleh rincian penjualan sebagai berikut:

1. Penjualan promo launching
 $30 \text{ cup} \times \text{Rp}12.000 = \text{Rp}360.000$
2. Penjualan harga normal (batch selanjutnya)
 $139 \text{ cup} \times \text{Rp} 15.000 = \text{Rp} 2.085.000$

2. Jumlah pendapatan kotor 169 cup produk = Rp2.445.000

3. Jumlah pendapatan bersih

$\text{Rp}1.097.592 - \text{Rp}268.000 \text{ (Modal awal)} = \text{Laba Rp}829.592$

3.6 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran usaha Cuitlicious dilakukan secara full online melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. saya membagikan poster produk, katalog varian, testimoni pelanggan, serta informasi pembukaan dan penutupan PO (*Pre-Order*) untuk menarik minat konsumen. Selain itu, saya juga aktif melakukan interaksi dengan pelanggan melalui pesan pribadi untuk memberikan penjelasan produk, menerima pesanan, serta menjaga komunikasi yang ramah dan responsif.

BAB IV LAMPIRAN

Surat Keterangan Lingkungan

	PENGURUS RUKUN TETANGGA RT.001/RW05 KELURAHAN MANIS JAYA KECAMATAN JATIUWUNG KOTA TANGERANG BANTEN	
SURAT KETERANGAN PENGANTAR Nomor : 25/SP/RT 001/05/Desember/2025		
Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Rukun Tetangga (RT) 001/RW 05 Kelurahan Manis Jaya, Kecamatan Jatiuwung, Kota Tangerang, dengan ini menerangkan bahwa:		
Nama	:	Riska Amelia Puspita Sari
Tempat, Tanggal Lahir	:	Tangerang, 08 Januari 2004
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Agama	:	Islam
Pekerjaan	:	Pelajar/Mahasiswa
No KTP	:	3671024801040008
Status Perkawinan	:	Belum Menikah
Alamat	:	Kp cikoneng girang RT 001 RW 05 Kelurahan Manis Jaya Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang
Dengan ini menerangkan bahwa nama tersebut di atas benar merupakan warga yang terdaftar dan berdomisili di lingkungan RT 001/RW 05 Kelurahan Manis Jaya, Kecamatan Jatiuwung, Kota Tangerang. Surat keterangan ini dibuat untuk melengkapi persyaratan dalam rangka pelaksanaan kegiatan kewirausahaan di lingkungan tersebut. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.		
Ketua RW 05 RW. 05 KELURAHAN MANIS JAYA KECAMATAN JATIUWUNG KOTA TANGERANG (DEDY)	Manis jaya, 24 Desember 2025 Ketua RT001/RW05 RT. 001/05 KELURAHAN MANIS JAYA KECAMATAN JATIUWUNG KOTA TANGERANG (SUGITO)	

Foto Produk



Foto bukti pembelian

Batch 1



Batch 2



Batch 3



Batch 4



Batch 5



Batch 6



Bukti Pembayaran Via Transfer



28/11/2025
28/11/2025
30000.00 terbayar ke rekening: 28/11/2025
AJJUA NUGRAH
TRSF E-BANKING CR

Rp. 30,000.00
CR

PEND
TRANSFER DROGO EDWNO
ALFAH (2)
914-AS1 CR

Rp. 32,000.00
CR

28/11/2025
TRANSFER DROGO MALLANA
MILAN
914-AS1 CR

Rp. 50,000.00
CR



LAPORAN LABA RUGI USAHA
MATAKULIAH KEWIRAUSAHAN BISNIS
KEGIATAN WIRAUSAHA PEMULA
“Visualevox (CV Design)”



Nama : Muhammad Adrian

Nim : 2303045016

Prodi : Sistem dan Teknologi Informasi

PROGRAM STUDI SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
TAHUN AKADEMIK 2025/2025

DAFTAR ISI

MATAKULIAH KEWIRAUSAHAN BISNIS	1
KATA PENGANTAR.....	3
BAB I	4
PENDAHULUAN.....	4
1.1 Tujuan Penyusunan Laporan	4
BAB II.....	5
PROFIL USAHA	5
2.1 Identitas Usaha	5
2.2 Profil Singkat Usaha	5
BAB III.....	6
LAPORAN LABA RUGI USAHA.....	6
Visualevox	6
3.1 Laporan Laba Rugi.....	6
3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi.....	6
BAB IV	7
ANALISIS KEUANGAN.....	7
KESIMPULAN	VII
BAB V.....	VIII
PENUTUP.....	VIII
DOKUMENTASI KEGIATAN.....	IX
Lampiran	14

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan Laba Rugi Usaha Visualevox ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan tugas mata kuliah Kewirausahaan/Bisnis serta sebagai sarana pembelajaran dalam memahami pengelolaan usaha jasa secara sederhana dan sistematis.

Visualevox merupakan usaha jasa yang bergerak di bidang pembuatan desain curriculum vitae (CV) profesional dengan memanfaatkan platform digital sebagai media utama pelayanan dan pemasaran. Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi usaha, aktivitas operasional, serta hasil usaha yang dijalankan selama periode tertentu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan dan kemungkinan terdapat kekurangan, baik dari segi penyusunan maupun isi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan laporan ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Kewirausahaan/Bisnis serta semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan dalam memahami pengelolaan usaha jasa berbasis digital.

Jakarta, 30 Desember 2025

Penulis,

Muhammad Adrian

BAB I

PENDAHULUAN

Kegiatan kewirausahaan menjadi salah satu cara untuk melatih kemandirian ekonomi serta mengembangkan kemampuan dalam mengelola usaha secara mandiri. Dalam menjalankan sebuah usaha, khususnya usaha jasa berbasis digital, pencatatan keuangan tetap menjadi hal yang penting agar kondisi usaha dapat diketahui secara jelas. Dengan pencatatan yang baik, pemilik usaha dapat memahami perkembangan usaha yang dijalankan serta mengambil keputusan dengan lebih tepat.

Salah satu bentuk pencatatan keuangan yang paling sederhana namun penting adalah laporan laba rugi. Laporan laba rugi berisi informasi mengenai pendapatan yang diperoleh dari jasa yang diberikan serta biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Melalui laporan ini, pemilik usaha dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan menghasilkan keuntungan atau justru mengalami kerugian.

Bagi usaha jasa yang masih berada pada tahap awal, seperti usaha desain CV, laporan laba rugi berfungsi sebagai alat evaluasi keuangan. Laporan ini membantu pemilik usaha dalam mengontrol pengeluaran operasional, seperti biaya internet, promosi, dan penggunaan aplikasi pendukung. Selain itu, laporan laba rugi juga dapat digunakan untuk menilai efektivitas strategi pelayanan dan pemasaran yang telah diterapkan.

Visualevox merupakan usaha jasa yang bergerak di bidang pembuatan desain curriculum vitae (CV) profesional. Usaha ini dijalankan dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama pelayanan dan promosi. Oleh karena itu, penyusunan laporan laba rugi diperlukan untuk mengetahui kondisi keuangan usaha Visualevox selama periode operasional awal, sekaligus sebagai bahan evaluasi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha ke depannya.

1.1 Tujuan Penyusunan Laporan

Tujuan penyusunan laporan laba rugi Usaha Visualevox adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi keuangan Usaha Visualevox selama periode November sampai dengan Desember 2025.
2. Untuk mengetahui besarnya pendapatan dan biaya operasional yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha jasa desain CV.
3. Untuk mengetahui laba atau rugi yang diperoleh dari kegiatan usaha yang telah dijalankan.
4. Sebagai bahan evaluasi dalam pengelolaan usaha agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien.
5. Untuk memenuhi tugas akademik pada mata kuliah Kewirausahaan/Bisnis.

BAB II

PROFIL USAHA

2.1 Identitas Usaha

Nama Usaha	: Visualevox
Jenis Usaha	: Usaha Jasa
Bidang Usaha	: Jasa Desain Curriculum Vitae (CV)
Status Usaha	: Usaha Pemula
Sistem Operasional	: Online / Digital
Pemilik Usaha	: Muhammad Adrian
Periode Usaha	: November 2025 - Desember 2025

2.2 Profil Singkat Usaha

Visualevox merupakan usaha jasa yang bergerak di bidang layanan desain dan pengolahan dokumen secara digital. Pada awal mulanya, usaha ini dikenal dengan nama “Bikin CV 8 Ribu aja”, yang fokus pada jasa pembuatan CV sederhana dengan harga terjangkau. Layanan ini ditujukan untuk membantu mahasiswa dan pencari kerja yang membutuhkan CV dengan cepat dan praktis.

Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya kebutuhan pelanggan, usaha ini mengalami perkembangan baik dari segi kualitas layanan maupun jenis jasa yang ditawarkan. Untuk memberikan citra yang lebih profesional serta mencerminkan layanan yang lebih luas, nama usaha kemudian diubah menjadi Visualevox. Perubahan nama ini juga menjadi langkah awal dalam pengembangan usaha ke arah yang lebih serius dan berkelanjutan.

Layanan utama yang ditawarkan oleh Visualevox adalah pembuatan desain curriculum vitae (CV) profesional. Selain itu, Visualevox juga menyediakan layanan pendukung seperti pembuatan surat lamaran kerja, pengeditan foto untuk keperluan dokumen, penggabungan file PDF, serta kompresi file PDF. Layanan-layanan tersebut bertujuan untuk membantu pelanggan dalam menyiapkan dokumen lamaran kerja secara lengkap dan rapi.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Visualevox memanfaatkan media digital sebagai sarana utama operasional. Seluruh proses pemesanan, komunikasi dengan pelanggan, hingga pengiriman hasil layanan dilakukan secara online melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Meskipun menyediakan berbagai layanan tambahan, Visualevox tetap memfokuskan usahanya pada jasa desain CV sebagai layanan utama.

BAB III

LAPORAN LABA RUGI USAHA

Visualevox

Periode November 2025 – Desember 2025

3.1 Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan Jasa	
Pendapatan Jasa Desain CV	Rp 2.500.000
Total Pendapatan	Rp 2.500.000
Beban Operasional	
Biaya Karyawan	Rp 0
Biaya Paket Internet	Rp 100.000
Biaya Canva Pro	Rp 95.000
Total Beban Operasional	Rp 195.000
Laba Bersih	Rp 2.305.000

3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi

Pendapatan usaha Visualevox diperoleh dari jasa pembuatan desain curriculum vitae (CV) selama periode November hingga Desember 2025 dengan total omzet sebesar Rp2.500.000. Usaha ini tidak mengeluarkan biaya karyawan karena seluruh kegiatan operasional dijalankan secara mandiri.

Beban operasional yang dikeluarkan meliputi biaya paket internet sebagai sarana utama operasional usaha berbasis digital serta biaya berlangganan Canva Pro yang digunakan untuk menunjang proses pembuatan desain CV. Setelah dikurangkan dengan seluruh biaya operasional, usaha Visualevox memperoleh laba bersih sebesar Rp2.305.000.

BAB IV

ANALISIS KEUANGAN

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah disusun, Usaha Visualevox menunjukkan kondisi keuangan yang cukup baik selama periode November hingga Desember 2025. Hal ini dapat dilihat dari total pendapatan usaha sebesar Rp2.500.000 yang mampu menutupi seluruh biaya operasional yang dikeluarkan, sehingga usaha tetap menghasilkan laba bersih.

Biaya operasional yang dikeluarkan oleh Visualevox tergolong rendah karena usaha ini dijalankan secara mandiri tanpa melibatkan karyawan. Beban biaya hanya difokuskan pada kebutuhan utama usaha jasa berbasis digital, yaitu biaya paket internet dan biaya berlangganan Canva Pro sebagai aplikasi pendukung desain. Dengan total biaya operasional sebesar Rp195.000, pengelolaan biaya usaha dapat dikatakan cukup efisien.

Laba bersih yang diperoleh Usaha Visualevox selama periode laporan adalah sebesar Rp2.305.000. Hal ini menunjukkan bahwa usaha jasa desain CV memiliki potensi keuntungan yang cukup baik meskipun dijalankan dengan modal dan biaya operasional yang minim. Tingginya selisih antara pendapatan dan biaya operasional mencerminkan efektivitas pengelolaan usaha serta pemanfaatan sumber daya yang ada.

Ke depannya, Usaha Visualevox memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan dengan menambah jumlah pelanggan serta memperluas strategi promosi melalui media digital. Dengan tetap menjaga efisiensi biaya operasional dan meningkatkan kualitas layanan, usaha ini berpotensi untuk berkembang secara berkelanjutan dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar di masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan laporan laba rugi dan pembahasan yang telah disusun, dapat disimpulkan bahwa Usaha Visualevox mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan cukup baik selama periode November hingga Desember 2025. Usaha ini bergerak di bidang jasa desain dan pengolahan dokumen digital dengan layanan utama berupa pembuatan desain curriculum vitae (CV) profesional, serta didukung oleh beberapa layanan tambahan seperti pembuatan surat lamaran kerja, pengeditan foto, dan pengolahan file PDF.

Hasil laporan laba rugi menunjukkan bahwa Visualevox memperoleh pendapatan usaha sebesar Rp2.500.000 selama periode laporan. Dengan biaya operasional yang relatif rendah, yaitu sebesar Rp195.000 yang terdiri dari biaya paket internet dan biaya berlangganan Canva Pro, usaha ini mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp2.305.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha jasa berbasis digital memiliki tingkat efisiensi biaya yang cukup baik.

Tidak adanya biaya karyawan dalam operasional usaha menunjukkan bahwa Visualevox masih dijalankan secara mandiri. Kondisi ini membuat pengeluaran usaha dapat ditekan, sehingga pendapatan yang diperoleh sebagian besar dapat menjadi keuntungan. Meskipun demikian, hal ini juga menjadi tantangan tersendiri dalam hal pengelolaan waktu dan kapasitas layanan apabila jumlah pesanan meningkat.

Secara keseluruhan, usaha Visualevox memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Dengan peningkatan kualitas layanan, pengelolaan waktu yang lebih baik, serta strategi promosi yang lebih optimal, usaha ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pelanggan di masa mendatang. Penyusunan laporan laba rugi ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta pembelajaran dalam mengelola usaha jasa berbasis digital secara lebih terarah dan berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

Demikian laporan laba rugi Usaha Visualevox ini disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas mata kuliah Kewirausahaan/Bisnis sekaligus sebagai sarana pembelajaran dalam memahami pengelolaan keuangan usaha jasa secara sederhana dan sistematis. Laporan ini disusun berdasarkan kegiatan usaha yang telah dijalankan selama periode November 2025 sampai dengan Desember 2025, dengan mengacu pada data pendapatan dan biaya operasional yang dikeluarkan oleh usaha.

Melalui penyusunan laporan laba rugi ini, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan suatu usaha, khususnya usaha jasa berbasis digital. Laporan ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum mengenai kondisi keuangan Usaha Visualevox serta menjadi bahan evaluasi dalam pengelolaan usaha di masa mendatang, terutama dalam meningkatkan pendapatan dan mengendalikan biaya operasional.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan laporan di kemudian hari. Semoga laporan laba rugi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai bahan pembelajaran akademik maupun sebagai referensi dalam pengembangan Usaha Visualevox ke depan.

DOKUMENTASI KEGIATAN

Dokumentasi ini menunjukkan adanya aktivitas pelayanan jasa desain CV dan pengolahan dokumen yang dilakukan oleh Usaha Visualevox. Penyertaan dokumentasi ini bertujuan untuk mendukung keabsahan laporan serta menunjukkan bahwa kegiatan usaha dijalankan secara aktif selama periode laporan.

A. Foto produk jasa



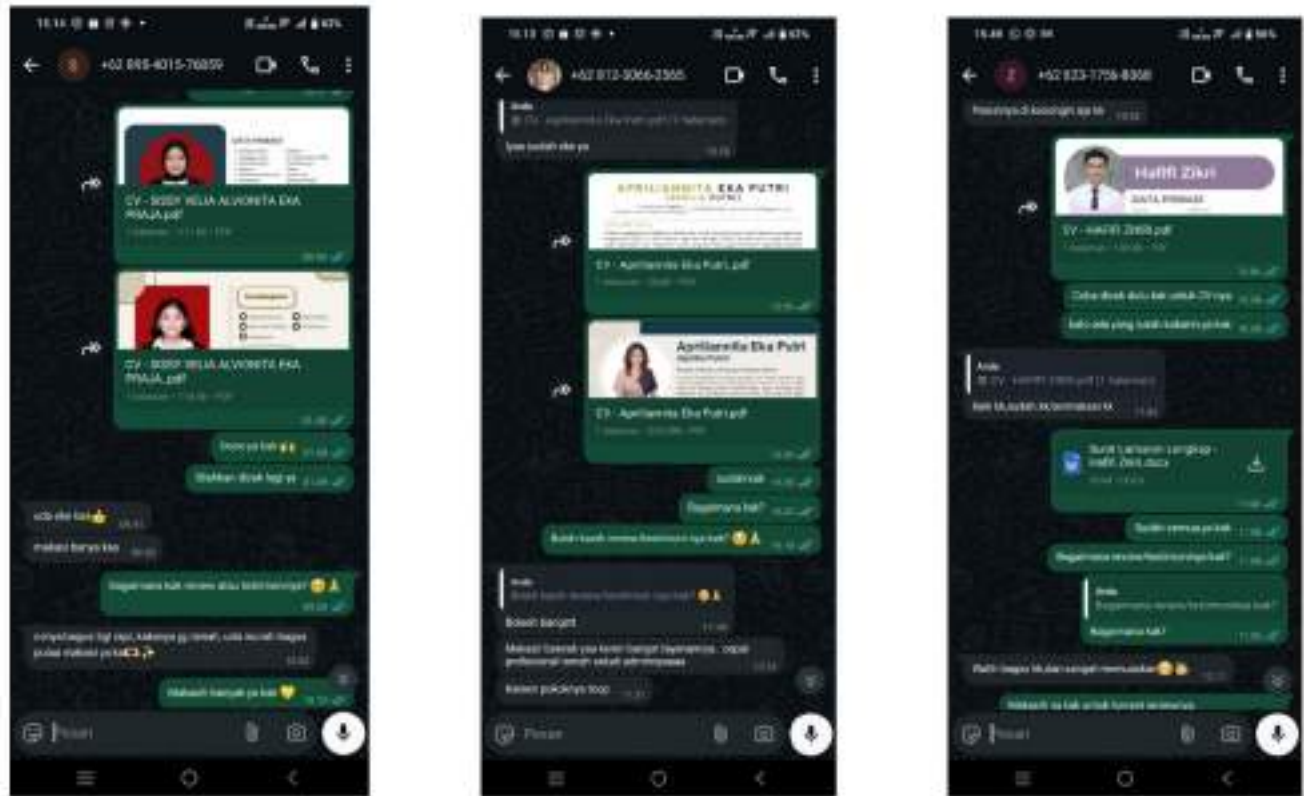
Gambar 1. Foto produk jasa Visualevox

B. Tangkapan layar (screenshot) melalui media sosial Instagram



Gambar 2. Screenshot Media Sosial Instagram

C. Tangkapan layar percakapan pemesanan



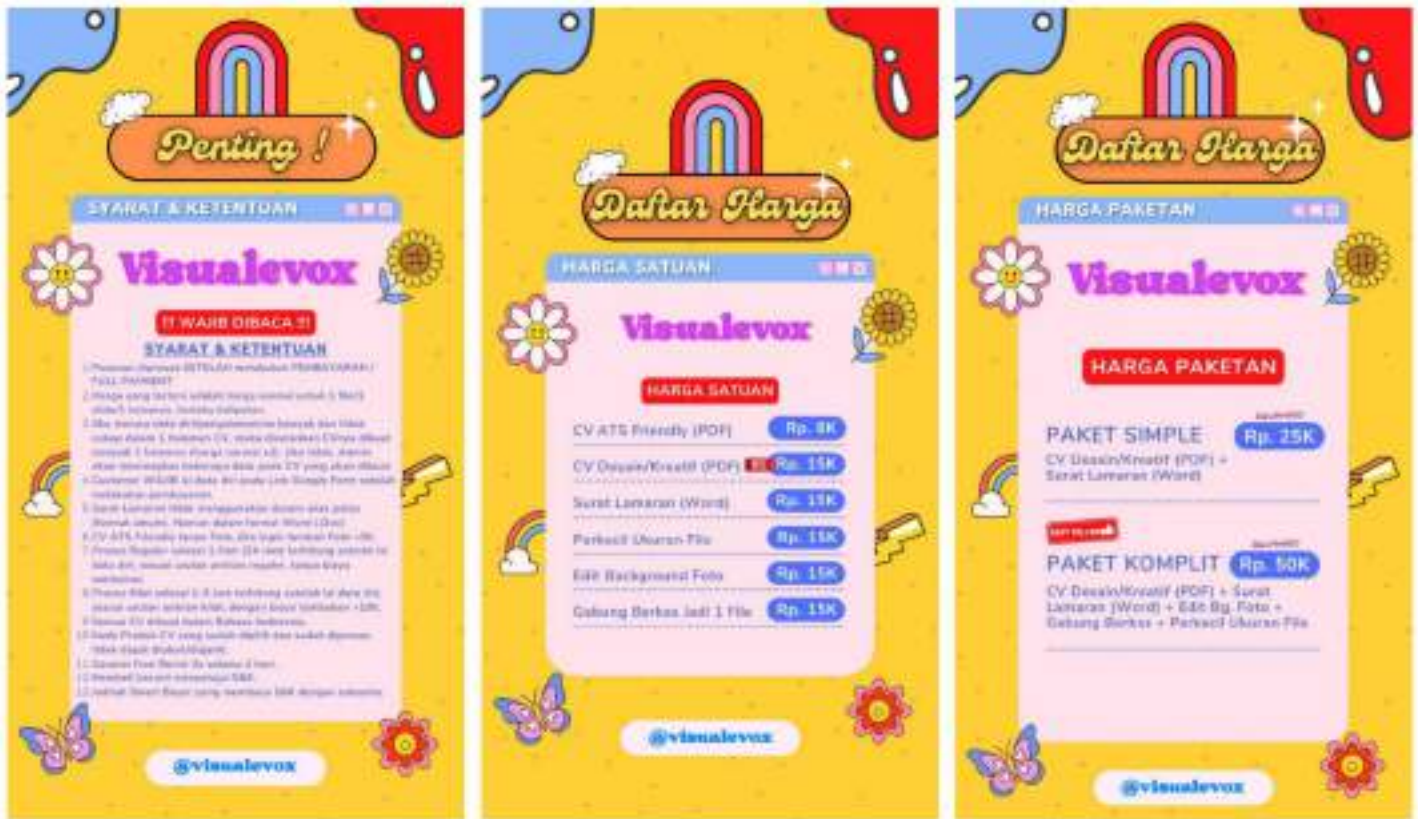
Gambar 3. Tangkapan layar percakapan dengan beberapa pelanggan yang melakukan pemesanan.

D. Dokumentasi proses pengerjaan



Gambar 4. Dokumentasi Proses Pengerjaan

E. okumentasi Daftar Harga



Gambar 5. Dokumentasi Daftar Harga

Lampiran

Lampiran 1. Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (NIB)



PERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISK
NOMOR INDIK BERUSAHA: 6281266031205

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja Republik Indonesia, Pemerintah Provinsi Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai berikut:

1. Nama Pemilik Usaha	MUHAMMAD NAWAZ
2. Nama Pemilik Usaha Asli	J. ANWARUL H. G. & NO. 15, Desa/ Kelurahan: Mekar, Kec. Tegal, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah
3. Alamat Kantor	muhammadnawaz21@gmail.com
No. Telepon	0812 1234 5678
4. Kode Pos (Kode Pos) Layanan Usaha Indonesia	50132
5. Kode Kegiatan Usaha	59111

Hal ini berlaku sebagai:

1. Menetapkan bahwa hak atas kepemilikan, pengelolaan, pemanfaatan, pemilikan, dan pemilikan sosial kepemilikan, dan hak pemilikan badan hukum, kepemilikan, dan kepemilikan di Perusahaan (PLP) di seluruh wilayah Republik Indonesia.
2. Menetapkan bahwa hak atas kepemilikan, pengelolaan, pemanfaatan, pemilikan, dan pemilikan sosial kepemilikan, dan hak pemilikan badan hukum, kepemilikan, dan kepemilikan di Perusahaan (PLP) di seluruh wilayah Republik Indonesia.

Dibuatkan di Jakarta, tanggal 2 Januari 2023



Memori Investasi dan Risiko
Risiko Berbasis Risiko Perizinan Berusaha

Transparansi sistem administrasi

1. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.

2. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.

3. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.

4. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.



PERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISK
LAMPIRAN: JENDRAL BUDHI USARA
NOMOR INDIK BERUSAHA: 6281266031205

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja Republik Indonesia, Pemerintah Provinsi Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai berikut:

No.	Kode NIB	Jenis NIB	Ruang Lingkup	Lokasi/Kegiatan Usaha	Kategori Risiko Usaha	Perizinan Berusaha		
						Jenis	Status	Barang
1	6281266031205	Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	Perizinan Berusaha Berbasis Risiko

Dibuatkan di Jakarta, tanggal 2 Januari 2023

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode NIB, Jenis dan Ruang Lingkup yang tercantum dalam lampiran ini.

2. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

3. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

6. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

7. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

8. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

9. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

10. Pemilik usaha wajib mematuhi persyaratan teknis, administratif, dan administratif sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

1. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.

2. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.

3. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.

4. Dokumen ini diterbitkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dan berlaku untuk seluruh wilayah Jawa Tengah.

Lampiran 1. Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (NIB)

Lampiran 2 Bukti Surat Keterangan Usaha

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 2. Bukti Surat Keterangan Usaha

Laporan Kinerja Bisnis

Kebab Turki

Mata Kuliah Kewirausahaan 5E



Dosen Pengampu: Aditya Rawasaputra, S.T., M.M.

KELOMPOK 2

Disusun oleh:

- | | |
|---------------------------|------------|
| 1. Zahrul Fuadi | 2203015088 |
| 2. Muhammad Rizky Firdaus | 2203015021 |
| 3. Refli Afrizal | 2303015101 |
| 4. Setio Darmaji | 2303015165 |

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
2025**

1. Ringkasan Eksekutif

- **Transformasi Bisnis (Status Operasional):** Status operasional bisnis saat ini telah berhasil bertransformasi dari konsep proposal menjadi unit usaha nyata berbasis *home industry*. Terdapat perubahan signifikan dari rencana awal yang semula direncanakan menggunakan gerobak portable dan beroperasi 6 hari seminggu, kini bertransformasi menjadi sistem **Pre-Order (PO) rumahan dengan frekuensi 1-2 hari seminggu**. Penyesuaian ini dilakukan untuk menyeimbangkan beban kuliah tim sambil tetap menjaga kestabilan unit usaha.
- **Validasi Pasar (Penerimaan Produk):** Produk kami diterima dengan sangat baik oleh pasar lokal. Indikator utamanya adalah tingkat **pembelian berulang (repeat order) sebesar 40%**. Meskipun frekuensi jualan terbatas hanya 1-2 hari seminggu, pelanggan cenderung memesan dalam jumlah lebih dari satu porsi per pesanan karena fitur unik **Aluminium Foil** yang menjaga kualitas produk hingga sampai ke rumah.
- **Kesehatan Finansial Makro:** Tren kinerja keuangan menunjukkan hasil yang **Sangat Positif**. Walaupun secara volume penjualan lebih rendah dari rencana awal, margin laba justru lebih sehat karena minimnya biaya tetap (*fixed cost*). Titik impas (**Break-Even Point**) sudah terlampaui sejak hari pertama dan tetap berulang saat bahan habis karena penggunaan modal yang sangat efisien.

2. Analisis Kinerja Keuangan (Quantitative Analysis)

Bagian ini menyajikan data kuantitatif yang membandingkan **Budget (Rencana 5-6 Hari Kerja)** vs **Actual (Realisasi 1-2 Hari Kerja)**.

A. Analisis Varians Penjualan

Metrik	Budget (Rencana Awal)	Actual (Realisasi)	Varians (+/-)
Frekuensi Operasional	5-6 Hari / Minggu	1-2 Hari / Minggu	-4 Hari (Unfavorable)

Volume Penjualan Bulanan	280 Porsi	120 Porsi	-160 Porsi (Unfavorable)
---------------------------------	-----------	------------------	------------------------------------

- **Analisis Penyebab:** Volume penjualan berada di bawah target awal sebesar 57%. Faktor penyebab utamanya adalah pemangkasan hari operasional dari 6 hari menjadi hanya 1-2 hari. Hal ini dilakukan sebagai strategi mitigasi risiko operasional agar tim tidak mengalami *burnout* dan tetap bisa fokus pada studi. Meskipun secara volume turun, tingkat efektivitas per hari operasi justru naik.

B. Laporan Laba Rugi Komparatif (Budget vs Actual)

Komponen Keuangan	Budget (Gerobak 6 Hari)	Actual (PO 1-2 Hari)	Varians (Rp)
Pendapatan	3.360.000	1.440.000	(1.920.000)
HPP (COGS)	(1.820.000)	(828.000)	992.000
Laba Kotor	1.540.000	612.000	(928.000)
Biaya Operasional			
- Gas & Listrik	100.000	50.000	50.000
- Aluminium Foil	50.000	40.000	10.000
- Kuota/Marketing	50.000	10.000	40.000
- Sewa & Lainnya	100.000	0	100.000
Total Biaya Op.	(300.000)	(100.000)	200.000 (Favorable)
Laba Bersih	1.240.000	512.000	(728.000) per bulan

- **Analisis Gross Margin:** Gross Margin terjaga di angka **42,5%**, sesuai dengan rencana awal. Ini menunjukkan biaya bahan baku tetap terkendali.
- **Analisis Biaya Operasional:** Terjadi **penghematan biaya (Favorable)** yang signifikan karena dengan hanya beroperasi 1-2 hari di rumah, biaya sewa dan operasional harian lainnya hilang sepenuhnya.

C. Kesehatan Arus Kas (Cash Flow)

Kondisi likuiditas bisnis sangat **Sehat**.

- Arus kas operasional selalu positif karena sistem *Pre-Order* menjamin setiap bahan baku yang dibeli sudah ada calon pembelinya.
- Bisnis mampu membiayai modal kerja minggu depan dari laba minggu ini tanpa perlu suntikan dana eksternal.

D. Efisiensi Modal (ROI)

$$ROI = \frac{Rp512.000}{Rp500.000} \times 100\% = 102,4\%$$

Meskipun volume penjualan lebih kecil dari rencana awal, angka ROI di atas 100% membuktikan bahwa model bisnis PO 1-2 hari ini **jauh lebih efisien dalam penggunaan modal** dibandingkan model gerobak 6 hari yang memiliki risiko biaya tetap lebih besar.

3. Evaluasi Operasional & Rantai Pasok

Bagian ini mengevaluasi efektivitas proses produksi dan manajemen sumber daya yang dilakukan selama Q1 (1-3 Bulan).

A. Efektivitas Metode Produksi

Kami menerapkan metode **Cook-to-Order** berbasis data *Pre-Order*.

- **Efektivitas:** Metode ini sangat efektif dalam menjaga **kualitas rasa dan kesegaran produk**. Kebab baru diolah dan dipanggang sesaat sebelum jadwal pengantaran, sehingga kulit tortilla tetap renyah dan daging tetap *juicy*.
- **Masalah Waktu Tunggu:** Karena kapasitas alat rumahan yang terbatas, metode ini menimbulkan tantangan pada waktu tunggu (*waiting time*) jika pesanan menumpuk di jam yang sama. Namun, karena sistemnya adalah PO, kami memitigasinya dengan membuat **jadwal slot pengantaran** (misal: Batch 1 jam 16.00, Batch 2 jam 17.00) agar pelanggan sudah tahu kapan produk mereka akan tiba.

B. Manajemen Inventaris & Rantai Pasok

Strategi perputaran stok dilakukan dengan siklus **pembelian bahan baku setiap 2 hari sekali** atau saat stok bahan baku menipis.

- **Pencegahan Kerusakan:** Dengan belanja sesuai jumlah PO yang masuk, kami berhasil menekan angka barang rusak/basi (*spoilage*) hingga **0%**. Bahan segar seperti lettuce dan bawang bombay selalu habis dalam satu siklus operasional.
- **Efisiensi Modal:** Strategi ini sangat menjaga efisiensi modal karena uang kas tidak "tertanam" lama dalam bentuk stok gudang, melainkan langsung berputar menjadi laba setiap minggunya.

C. Kapasitas Fasilitas & Identifikasi Bottleneck

Hambatan utama (*bottleneck*) yang ditemukan adalah pada **Wajan Datar (Teflon)**.

- **Masalah:** Saat pesanan masuk secara bersamaan dalam satu batch (misal 5-10 porsi), satu buah teflon hanya mampu memanggang 2 kebab sekaligus. Hal ini memperlambat proses *output* produksi secara keseluruhan.
- **Solusi:** Untuk kuartal berikutnya, diperlukan penambahan minimal satu buah teflon atau penggantian dengan *griddle* datar yang lebih luas untuk meningkatkan kecepatan saji.

D. Beban Kerja SDM & Pembagian Tugas

Bisnis dijalankan oleh tim kecil berjumlah 4 orang. Untuk menghindari kelelahan (*burnout*) akibat pengerjaan di sela-sela waktu kuliah, kami membagi tugas sebagai berikut:

1. **Produksi (2 Orang):** Bertanggung jawab atas preparasi bahan baku dan proses memasak kebab.
2. **Layanan & Pengantaran (1 Orang):** Bertanggung jawab melakukan COD/pengantaran ke lokasi pelanggan sesuai rute yang efisien.
3. **Administrasi & Marketing (1 Orang):** Bertanggung jawab merekap pesanan di Telegram, mengelola uang masuk, dan melakukan promosi digital.

Risiko Burnout: Risiko ini berhasil diminimalisir dengan membatasi hari operasional hanya pada akhir pekan. Dengan pembagian tugas yang jelas, setiap anggota tim memiliki tanggung jawab spesifik sehingga tidak terjadi tumpang tindih beban kerja yang berlebihan.

4. Kinerja Pemasaran & Posisi Pasar

Bagian ini menganalisis siapa pelanggan kami, bagaimana bauran pemasaran diterapkan, dan posisi kami dibandingkan pesaing.

A. Profil Pelanggan

- **Segmen Dominan:** Pelanggan kami didominasi oleh **Mahasiswa (18-24 tahun)** sebesar 40% dan **Warga Perumahan sekitar lokasi produksi** sebesar 60%. Hal ini dikarenakan akses promosi kami yang masif di grup internal kampus dan komunitas lokal wilayah rumah.
- **Waktu Puncak (Peak Hours):** Mengingat sistem kami adalah *Pre-Order*, lonjakan pesanan (pengisian formulir) biasanya terjadi pada **H-1 malam**. Sedangkan waktu puncak pengantaran/pengambilan produk terjadi pada pukul **16.30 - 18.30 WIB**, selaras dengan jam pulang kuliah atau waktu mencari camilan sore.

B. Analisis Bauran Pemasaran (4P)

- **Product (Produk):**
 - **Unique Selling Proposition (USP):** Pembeda utama yang paling sering dipuji pelanggan adalah **Saus Kari Oregano** racikan sendiri dan penggunaan **Aluminium Foil**. Pelanggan merasa produk lebih premium dan higienis dibandingkan kebab gerobak biasa yang hanya dibungkus kertas.



- **Price (Harga):**
 - Harga **Rp 12.000** dipersepsikan sebagai harga yang "**Sangat Layak (Worth It)**". Pelanggan merasa porsi daging yang melimpah dan kualitas kulit yang tidak alot sebanding dengan harga yang ditawarkan,

bahkan dianggap lebih murah jika dibandingkan dengan kebab bermerek di mal.

- **Place (Tempat/Saluran):**

- o Meskipun tidak memiliki lokasi fisik permanen, penggunaan **WhatsApp Business** dan **Telegram** sebagai saluran distribusi informasi sangat efektif.

- **Promotion (Promosi):**

- o Strategi yang paling efektif adalah **Pemasaran dari mulut ke mulut** yang didorong oleh testimoni di status WhatsApp dan Telegram.

C. Analisis Kompetitor

- **Pesaing Langsung:** Pesaing utama kami adalah gerobak kebab waralaba nasional dan pedagang kebab kaki lima di sepanjang jalan utama dekat kampus.
- **Keunggulan Kompetitif Kami:**
 1. **Personalisasi:** Kami menawarkan opsi kustomisasi (seperti "tanpa sayur" atau "ekstra saus") yang lebih fleksibel melalui *chat* langsung.
 2. **Kualitas Kemasan:** Penggunaan Aluminium Foil memastikan suhu kebab tetap terjaga hingga sampai ke tangan pelanggan (tidak dingin atau lembek), sebuah keunggulan yang tidak dimiliki pesaing kaki lima.
 3. **Kedekatan Komunitas:** Sebagai sesama mahasiswa, kami memiliki kepercayaan (*trust*) yang lebih tinggi di mata pelanggan mahasiswa dibandingkan pedagang anonim di pinggir jalan.

5. Tantangan & Mitigasi Risiko

Bagian ini memetakan kendala nyata yang dihadapi selama operasional kuartal pertama serta efektivitas solusi yang telah dijalankan oleh tim.

A. Matriks Identifikasi Masalah

Berikut adalah pemetaan risiko yang dikategorikan berdasarkan aspek operasional, eksternal, dan SDM:

Kategori Risiko	Masalah Spesifik	Dampak terhadap Penjualan/Bisnis	Tingkat Dampak
Eksternal	Cuaca buruk (Hujan deras di sore hari saat jadwal pengantaran)	Penurunan minat <i>pick-up</i> langsung dan keterlambatan distribusi pesanan kepada pelanggan.	Tinggi
Operasional	Keterbatasan alat (Hanya menggunakan 1 teflon rumah tangga)	Waktu produksi per porsi menjadi lambat saat terjadi lonjakan pesanan serentak.	Sedang
Rantai Pasok	Stok bahan baku utama ragi dan bumbu kari kosong di supplier terdekat	Produksi terancam terhenti total karena tidak adanya bahan pengganti yang sesuai standar.	Tinggi
SDM	Bentrok jadwal kuliah mendadak atau tugas kelompok	Kekurangan tenaga pada bagian produksi yang menyebabkan kelelahan (<i>burnout</i>) bagi anggota lain.	Rendah

B. Efektivitas Mitigasi

Tindakan mitigasi yang telah kami ambil untuk mengatasi masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Mitigasi Cuaca (Sistem Pre-Order Fleksibel):

- o **Tindakan:** Mengalihkan pesanan ke sistem *Pre-Order* yang lebih awal jika prediksi cuaca buruk. Kami juga menyediakan layanan pengantaran menggunakan tas termal yang dilapisi plastik untuk memastikan kemasan aluminium foil tidak terkena air hujan.
- o **Efektivitas: Sangat Berhasil.** Pelanggan tetap menerima produk dalam keadaan kering dan hangat, sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga meskipun cuaca menghambat.

2. Mitigasi Bottleneck Produksi:

- o **Tindakan:** Melakukan preparasi bahan (memotong sayur, menyiapkan saus, dan memanaskan daging) secara massal di awal jam operasional.

- o **Efektivitas: Cukup Berhasil.** Meskipun proses pemanggangan tetap terbatas pada satu teflon, waktu perakitan (*assembly*) menjadi jauh lebih cepat sehingga total waktu tunggu berkurang secara signifikan.

3. Mitigasi Rantai Pasok (Stok Pengaman):

- o **Tindakan:** Menerapkan kebijakan *Safety Stock* dengan menyetok bahan baku tortila untuk kebutuhan 2 minggu ke depan, bukan membelinya secara harian.
- o **Efektivitas: Berhasil.** Selama periode operasional terakhir, kami tidak pernah lagi mengalami kegagalan produksi akibat kekurangan bahan baku.

4. Mitigasi SDM (Manajemen Beban Kerja):

- o **Tindakan:** Menerapkan sistem *backup* di mana admin Telegram juga dilatih untuk membantu pengemasan jika bagian produksi sedang kewalahan.
- o **Efektivitas: Berhasil.** Risiko *burnout* berkurang karena adanya fleksibilitas peran di dalam tim kecil kami.

6. Rencana Strategis Kuartal Berikutnya (Q2)

Memasuki Kuartal II, fokus utama bisnis Kebab Turki Homemade adalah meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas jangkauan pasar digital guna mengoptimalkan laba.

A. Tujuan Strategis Q2

Berdasarkan evaluasi kinerja Q1, kami menetapkan dua fokus utama:

1. **Peningkatan Kapasitas Operasional:** Menghilangkan *bottleneck* pada proses pembakaran kebab yang selama ini terhambat oleh keterbatasan alat.
2. **Digitalisasi & Ekspansi Pasar:** Membuka kanal penjualan pada platform *food delivery* untuk menjangkau pelanggan di luar radius pengantaran mandiri tim.

B. Rencana Belanja Modal

Kami akan mengalokasikan akumulasi laba ditahan dari Q1 untuk pengadaan aset yang krusial guna menunjang pertumbuhan bisnis:

Nama Aset	Kegunaan & Justrufikasi	Estimasi Biaya	Sumber Dana

Wajan Grill Flat (Besar)	Menggantikan teflon standar agar dapat memanggang hingga 4-5 kebab sekaligus (meningkatkan kecepatan produksi 300%).	Rp 150.000	Laba Ditahan Q1
Tenda Bazar Lipat (2x2m)	Solusi operasional untuk menghadapi cuaca yang tidak menentu saat berjualan di lokasi <i>outdoor</i> .	Rp 450.000	Laba Ditahan + Iuran Anggota
Cooler Box Kecil	Menjaga kualitas bahan baku (daging & sayur) agar tetap segar lebih lama saat operasional di lapangan.	Rp 100.000	Kas Operasional

C. Proyeksi & Ekspansi

Untuk mencapai target pertumbuhan volume penjualan sebesar 50% di Q2, kami berencana melakukan ekspansi melalui:

1. Pendaftaran GrabFood/GoFood:

- o **Strategi:** Memperluas visibilitas merek. Kami akan mengaktifkan fitur promosi "Diskon Pengguna Baru" untuk menarik perhatian.
- o **Strategi Harga:** Mengingat adanya komisi platform (sekitar 20% + Rp 1.000), kami akan melakukan *markup* harga sebesar 25% khusus untuk kanal online.
- o *Contoh:* Jika harga offline Rp 15.000, maka harga di aplikasi akan disesuaikan menjadi Rp 19.000-Rp 20.000. Dengan demikian, **Margin Laba Bersih** tetap terjaga di angka yang sama dengan penjualan langsung.

2. Kerjasama Kantin Kampus:

- o Menitipkan produk dengan sistem konsinyasi pada 1-2 kantin fakultas yang memiliki trafik mahasiswa tinggi di pagi hari.

D. Target Kinerja Q2

- **Target Penjualan:** 300 porsi/kuartal (Naik dari Q1).

- **Target Profitability:** Meningkatkan margin laba bersih sebesar 5% melalui pembelian bahan baku secara grosir (*bulk buying*).

Lampiran

A. Laporan Transaksi Gopay Merchant

Laporan transaksi pada QRIS penjualan (QRIS ini digunakan untuk 3 bisnis yang berbeda, penyewaaan VPS, Project khusus, dan juga Kebab Turki), tidak termasuk laporan E-wallet dan rekening lainnya.

1 – 30 Agustus 2025 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/11rMk_QfwnG4v1CZe3YED0GPPbvT1cFg9e820cu5Afwo/edit?usp=sharing

1 – 30 September 2025 : https://docs.google.com/spreadsheets/d/1fDxlyW-sMGSsXnAilB4a-umX6vP81_ySnoKMuksrhRY/edit?usp=sharing

1 – 31 Oktober 2025 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1f3N2g0dAbHyuoOl4B_tNIZm30MtmQoTcT1Kgq4DJK8/edit?usp=sharing

1 – 30 November 2025 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SsCZVaBjwwNQjs_kJw_OnYsXlxy3HDiX1mszazH7vFg/edit?usp=sharing

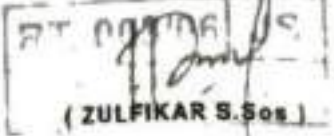
1 – 31 Desember 2025 :

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Fmdiv5MtMNFbWstfEedbG88eKd6AKJ5v3nV9DIFuVqk/edit?usp=sharing>

1 – 6 Januari 2026 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nD59MKfXP68wJwF78K8GDAdXzaywEG1_jja1JQNIF8U/edit?usp=sharing

B. Surat Keterangan

 RUKUN TETANGGA 003 / 06 	
KELURAHAN TEGAL PARANG, KECAMATAN MAMPANG PRAPATAN KOTA ADMINISTRASI JAKARTA SELATAN Jl. Mampang Prapatan VII, Rt. 003/006 No. 103 Kel. Tegal Parang Kec. Mampang Prapatan Jakarta Selatan Telp. 021-79105278, 0815 1471 7817	
Kode Pos : 12790	
<u>SURAT KETERANGAN DOMISILI (SKDS)</u>	
Nomor : 160/SP/003/06/2024	
Yang bertanda tangan dibawah ini Pengurus RT. 003 RW. 06 Kelurahan Tegal Parang, Kecamatan Mampang Prapatan, Kotamadya Jakarta Selatan menerangkan bahwa :	
Nama :	Scha Darmas
Tempat/ Tanggal Lahir :	Palembang, 18 - 09 - 2003
Kewarganegaraan :	Indonesia
Jenis Kelamin :	Laki-laki / Perempuan
Nomor KTP / KK :	3195031809030006
Agama :	Islam / Kristen / Hindu / Budha / Lainnya
Status Perkawinan :	Kawin / Belum kawin / Janda / Duda / Cerai mati / Cerai Hidup
Pekerjaan :	Pelajar/Mahasiswa / Karyawan Swasta / Wiraswasta / Pengemudi Ibu Rumah TanggaGuru / Buruh Harian lepas.
Alamat :	Jl. Mampang Prapatan VII Rt. 003 Rw. 06 Kel. Tegal Parang, Kec. Mampang Prapatan - Jakarta Selatan.
Maksud / Keperluan :	Bahwa nama tersebut diatas memang benar berdomisili dan tinggal di lingkungan Rt. 003/06 Kel. Tegal Parang, Kec. Mampang Prapatan - Jak-sel sampai dengan pada saat ini. Dan memang benar mahasiswa ini melaksanakan kewirausahaan di lokasi lingkungan ini.
Demikian Surat Pengantar ini dibuat untuk dapat diperlukan sebagaimana mestinya.	
	Jakarta, 27 Desember 2025
	Pengurus RT. 003 / RW. 06
	Ketua RT / Wakil / Sekretaris
	 (ZULFIKAR S. Sos)

C. Bukti Transaksi

Bukti Chat tidak dilampirkan lebih dari 1 karena waktu transaksi dan chat yang tertimpa sehingga sulit ditemukan Kembali, dan bukti Transaksi Gopay Merchant hanya diberikan beberapa, untuk bukti transaksi langsung atau offline sangat jarang.



Laporan Kinerja Bisnis

Kebab Turki

Mata Kuliah Kewirausahaan 5E



Dosen Pengampu: Aditya Rawasaputra, S.T., M.M.

KELOMPOK 2

Disusun oleh:

- | | |
|---------------------------|------------|
| 1. Zahrul Fuadi | 2203015088 |
| 2. Muhammad Rizky Firdaus | 2203015021 |
| 3. Refli Afrizal | 2303015101 |
| 4. Setio Darmaji | 2303015165 |

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
2025**

1. Ringkasan Eksekutif

- **Transformasi Bisnis (Status Operasional):** Status operasional bisnis saat ini telah berhasil bertransformasi dari konsep proposal menjadi unit usaha nyata berbasis *home industry*. Terdapat perubahan signifikan dari rencana awal yang semula direncanakan menggunakan gerobak portable dan beroperasi 6 hari seminggu, kini bertransformasi menjadi sistem **Pre-Order (PO) rumahan dengan frekuensi 1-2 hari seminggu**. Penyesuaian ini dilakukan untuk menyeimbangkan beban kuliah tim sambil tetap menjaga kestabilan unit usaha.
- **Validasi Pasar (Penerimaan Produk):** Produk kami diterima dengan sangat baik oleh pasar lokal. Indikator utamanya adalah tingkat **pembelian berulang (repeat order) sebesar 40%**. Meskipun frekuensi jualan terbatas hanya 1-2 hari seminggu, pelanggan cenderung memesan dalam jumlah lebih dari satu porsi per pesanan karena fitur unik **Aluminium Foil** yang menjaga kualitas produk hingga sampai ke rumah.
- **Kesehatan Finansial Makro:** Tren kinerja keuangan menunjukkan hasil yang **Sangat Positif**. Walaupun secara volume penjualan lebih rendah dari rencana awal, margin laba justru lebih sehat karena minimnya biaya tetap (*fixed cost*). Titik impas (**Break-Even Point**) sudah terlampaui sejak hari pertama dan tetap berulang saat bahan habis karena penggunaan modal yang sangat efisien.

2. Analisis Kinerja Keuangan (Quantitative Analysis)

Bagian ini menyajikan data kuantitatif yang membandingkan **Budget (Rencana 5-6 Hari Kerja)** vs **Actual (Realisasi 1-2 Hari Kerja)**.

A. Analisis Varians Penjualan

Metrik	Budget (Rencana Awal)	Actual (Realisasi)	Varians (+/-)
Frekuensi Operasional	5-6 Hari / Minggu	1-2 Hari / Minggu	-4 Hari (Unfavorable)

Volume Penjualan Bulanan	280 Porsi	120 Porsi	-160 Porsi (Unfavorable)
---------------------------------	-----------	------------------	------------------------------------

- **Analisis Penyebab:** Volume penjualan berada di bawah target awal sebesar 57%. Faktor penyebab utamanya adalah pemangkasan hari operasional dari 6 hari menjadi hanya 1-2 hari. Hal ini dilakukan sebagai strategi mitigasi risiko operasional agar tim tidak mengalami *burnout* dan tetap bisa fokus pada studi. Meskipun secara volume turun, tingkat efektivitas per hari operasi justru naik.

B. Laporan Laba Rugi Komparatif (Budget vs Actual)

Komponen Keuangan	Budget (Gerobak 6 Hari)	Actual (PO 1-2 Hari)	Varians (Rp)
Pendapatan	3.360.000	1.440.000	(1.920.000)
HPP (COGS)	(1.820.000)	(828.000)	992.000
Laba Kotor	1.540.000	612.000	(928.000)
Biaya Operasional			
- Gas & Listrik	100.000	50.000	50.000
- Aluminium Foil	50.000	40.000	10.000
- Kuota/Marketing	50.000	10.000	40.000
- Sewa & Lainnya	100.000	0	100.000
Total Biaya Op.	(300.000)	(100.000)	200.000 (Favorable)
Laba Bersih	1.240.000	512.000	(728.000) per bulan

- **Analisis Gross Margin:** Gross Margin terjaga di angka **42,5%**, sesuai dengan rencana awal. Ini menunjukkan biaya bahan baku tetap terkendali.
- **Analisis Biaya Operasional:** Terjadi **penghematan biaya (Favorable)** yang signifikan karena dengan hanya beroperasi 1-2 hari di rumah, biaya sewa dan operasional harian lainnya hilang sepenuhnya.

C. Kesehatan Arus Kas (Cash Flow)

Kondisi likuiditas bisnis sangat **Sehat**.

- Arus kas operasional selalu positif karena sistem *Pre-Order* menjamin setiap bahan baku yang dibeli sudah ada calon pembelinya.
- Bisnis mampu membiayai modal kerja minggu depan dari laba minggu ini tanpa perlu suntikan dana eksternal.

D. Efisiensi Modal (ROI)

$$ROI = \frac{Rp512.000}{Rp500.000} \times 100\% = 102,4\%$$

Meskipun volume penjualan lebih kecil dari rencana awal, angka ROI di atas 100% membuktikan bahwa model bisnis PO 1-2 hari ini **jauh lebih efisien dalam penggunaan modal** dibandingkan model gerobak 6 hari yang memiliki risiko biaya tetap lebih besar.

3. Evaluasi Operasional & Rantai Pasok

Bagian ini mengevaluasi efektivitas proses produksi dan manajemen sumber daya yang dilakukan selama Q1 (1-3 Bulan).

A. Efektivitas Metode Produksi

Kami menerapkan metode **Cook-to-Order** berbasis data *Pre-Order*.

- **Efektivitas:** Metode ini sangat efektif dalam menjaga **kualitas rasa dan kesegaran produk**. Kebab baru diolah dan dipanggang sesaat sebelum jadwal pengantaran, sehingga kulit tortilla tetap renyah dan daging tetap *juicy*.
- **Masalah Waktu Tunggu:** Karena kapasitas alat rumahan yang terbatas, metode ini menimbulkan tantangan pada waktu tunggu (*waiting time*) jika pesanan menumpuk di jam yang sama. Namun, karena sistemnya adalah PO, kami memitigasinya dengan membuat **jadwal slot pengantaran** (misal: Batch 1 jam 16.00, Batch 2 jam 17.00) agar pelanggan sudah tahu kapan produk mereka akan tiba.

B. Manajemen Inventaris & Rantai Pasok

Strategi perputaran stok dilakukan dengan siklus **pembelian bahan baku setiap 2 hari sekali** atau saat stok bahan baku menipis.

- **Pencegahan Kerusakan:** Dengan belanja sesuai jumlah PO yang masuk, kami berhasil menekan angka barang rusak/basi (*spoilage*) hingga **0%**. Bahan segar seperti lettuce dan bawang bombay selalu habis dalam satu siklus operasional.
- **Efisiensi Modal:** Strategi ini sangat menjaga efisiensi modal karena uang kas tidak "tertanam" lama dalam bentuk stok gudang, melainkan langsung berputar menjadi laba setiap minggunya.

C. Kapasitas Fasilitas & Identifikasi Bottleneck

Hambatan utama (*bottleneck*) yang ditemukan adalah pada **Wajan Datar (Teflon)**.

- **Masalah:** Saat pesanan masuk secara bersamaan dalam satu batch (misal 5-10 porsi), satu buah teflon hanya mampu memanggang 2 kebab sekaligus. Hal ini memperlambat proses *output* produksi secara keseluruhan.
- **Solusi:** Untuk kuartal berikutnya, diperlukan penambahan minimal satu buah teflon atau penggantian dengan *griddle* datar yang lebih luas untuk meningkatkan kecepatan saji.

D. Beban Kerja SDM & Pembagian Tugas

Bisnis dijalankan oleh tim kecil berjumlah 4 orang. Untuk menghindari kelelahan (*burnout*) akibat pengerjaan di sela-sela waktu kuliah, kami membagi tugas sebagai berikut:

1. **Produksi (2 Orang):** Bertanggung jawab atas preparasi bahan baku dan proses memasak kebab.
2. **Layanan & Pengantaran (1 Orang):** Bertanggung jawab melakukan COD/pengantaran ke lokasi pelanggan sesuai rute yang efisien.
3. **Administrasi & Marketing (1 Orang):** Bertanggung jawab merekap pesanan di Telegram, mengelola uang masuk, dan melakukan promosi digital.

Risiko Burnout: Risiko ini berhasil diminimalisir dengan membatasi hari operasional hanya pada akhir pekan. Dengan pembagian tugas yang jelas, setiap anggota tim memiliki tanggung jawab spesifik sehingga tidak terjadi tumpang tindih beban kerja yang berlebihan.

4. Kinerja Pemasaran & Posisi Pasar

Bagian ini menganalisis siapa pelanggan kami, bagaimana bauran pemasaran diterapkan, dan posisi kami dibandingkan pesaing.

A. Profil Pelanggan

- **Segmen Dominan:** Pelanggan kami didominasi oleh **Mahasiswa (18-24 tahun)** sebesar 40% dan **Warga Perumahan sekitar lokasi produksi** sebesar 60%. Hal ini dikarenakan akses promosi kami yang masif di grup internal kampus dan komunitas lokal wilayah rumah.
- **Waktu Puncak (Peak Hours):** Mengingat sistem kami adalah *Pre-Order*, lonjakan pesanan (pengisian formulir) biasanya terjadi pada **H-1 malam**. Sedangkan waktu puncak pengantaran/pengambilan produk terjadi pada pukul **16.30 - 18.30 WIB**, selaras dengan jam pulang kuliah atau waktu mencari camilan sore.

B. Analisis Bauran Pemasaran (4P)

- **Product (Produk):**
 - **Unique Selling Proposition (USP):** Pembeda utama yang paling sering dipuji pelanggan adalah **Saus Kari Oregano** racikan sendiri dan penggunaan **Aluminium Foil**. Pelanggan merasa produk lebih premium dan higienis dibandingkan kebab gerobak biasa yang hanya dibungkus kertas.



- **Price (Harga):**
 - Harga **Rp 12.000** dipersepsikan sebagai harga yang "**Sangat Layak (Worth It)**". Pelanggan merasa porsi daging yang melimpah dan kualitas kulit yang tidak alot sebanding dengan harga yang ditawarkan,

bahkan dianggap lebih murah jika dibandingkan dengan kebab bermerek di mal.

- **Place (Tempat/Saluran):**

- o Meskipun tidak memiliki lokasi fisik permanen, penggunaan **WhatsApp Business** dan **Telegram** sebagai saluran distribusi informasi sangat efektif.

- **Promotion (Promosi):**

- o Strategi yang paling efektif adalah **Pemasaran dari mulut ke mulut** yang didorong oleh testimoni di status WhatsApp dan Telegram.

C. Analisis Kompetitor

- **Pesaing Langsung:** Pesaing utama kami adalah gerobak kebab waralaba nasional dan pedagang kebab kaki lima di sepanjang jalan utama dekat kampus.
- **Keunggulan Kompetitif Kami:**
 1. **Personalisasi:** Kami menawarkan opsi kustomisasi (seperti "tanpa sayur" atau "ekstra saus") yang lebih fleksibel melalui *chat* langsung.
 2. **Kualitas Kemasan:** Penggunaan Aluminium Foil memastikan suhu kebab tetap terjaga hingga sampai ke tangan pelanggan (tidak dingin atau lembek), sebuah keunggulan yang tidak dimiliki pesaing kaki lima.
 3. **Kedekatan Komunitas:** Sebagai sesama mahasiswa, kami memiliki kepercayaan (*trust*) yang lebih tinggi di mata pelanggan mahasiswa dibandingkan pedagang anonim di pinggir jalan.

5. Tantangan & Mitigasi Risiko

Bagian ini memetakan kendala nyata yang dihadapi selama operasional kuartal pertama serta efektivitas solusi yang telah dijalankan oleh tim.

A. Matriks Identifikasi Masalah

Berikut adalah pemetaan risiko yang dikategorikan berdasarkan aspek operasional, eksternal, dan SDM:

Kategori Risiko	Masalah Spesifik	Dampak terhadap Penjualan/Bisnis	Tingkat Dampak
Eksternal	Cuaca buruk (Hujan deras di sore hari saat jadwal pengantaran)	Penurunan minat <i>pick-up</i> langsung dan keterlambatan distribusi pesanan kepada pelanggan.	Tinggi
Operasional	Keterbatasan alat (Hanya menggunakan 1 teflon rumah tangga)	Waktu produksi per porsi menjadi lambat saat terjadi lonjakan pesanan serentak.	Sedang
Rantai Pasok	Stok bahan baku utama ragi dan bumbu kari kosong di supplier terdekat	Produksi terancam terhenti total karena tidak adanya bahan pengganti yang sesuai standar.	Tinggi
SDM	Bentrok jadwal kuliah mendadak atau tugas kelompok	Kekurangan tenaga pada bagian produksi yang menyebabkan kelelahan (<i>burnout</i>) bagi anggota lain.	Rendah

B. Efektivitas Mitigasi

Tindakan mitigasi yang telah kami ambil untuk mengatasi masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Mitigasi Cuaca (Sistem Pre-Order Fleksibel):

- o **Tindakan:** Mengalihkan pesanan ke sistem *Pre-Order* yang lebih awal jika prediksi cuaca buruk. Kami juga menyediakan layanan pengantaran menggunakan tas termal yang dilapisi plastik untuk memastikan kemasan aluminium foil tidak terkena air hujan.
- o **Efektivitas: Sangat Berhasil.** Pelanggan tetap menerima produk dalam keadaan kering dan hangat, sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga meskipun cuaca menghambat.

2. Mitigasi Bottleneck Produksi:

- o **Tindakan:** Melakukan preparasi bahan (memotong sayur, menyiapkan saus, dan memanaskan daging) secara massal di awal jam operasional.

- o **Efektivitas: Cukup Berhasil.** Meskipun proses pemanggangan tetap terbatas pada satu teflon, waktu perakitan (*assembly*) menjadi jauh lebih cepat sehingga total waktu tunggu berkurang secara signifikan.

3. Mitigasi Rantai Pasok (Stok Pengaman):

- o **Tindakan:** Menerapkan kebijakan *Safety Stock* dengan menyetok bahan baku tortila untuk kebutuhan 2 minggu ke depan, bukan membelinya secara harian.
- o **Efektivitas: Berhasil.** Selama periode operasional terakhir, kami tidak pernah lagi mengalami kegagalan produksi akibat kekurangan bahan baku.

4. Mitigasi SDM (Manajemen Beban Kerja):

- o **Tindakan:** Menerapkan sistem *backup* di mana admin Telegram juga dilatih untuk membantu pengemasan jika bagian produksi sedang kewalahan.
- o **Efektivitas: Berhasil.** Risiko *burnout* berkurang karena adanya fleksibilitas peran di dalam tim kecil kami.

6. Rencana Strategis Kuartal Berikutnya (Q2)

Memasuki Kuartal II, fokus utama bisnis Kebab Turki Homemade adalah meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas jangkauan pasar digital guna mengoptimalkan laba.

A. Tujuan Strategis Q2

Berdasarkan evaluasi kinerja Q1, kami menetapkan dua fokus utama:

1. **Peningkatan Kapasitas Operasional:** Menghilangkan *bottleneck* pada proses pembakaran kebab yang selama ini terhambat oleh keterbatasan alat.
2. **Digitalisasi & Ekspansi Pasar:** Membuka kanal penjualan pada platform *food delivery* untuk menjangkau pelanggan di luar radius pengantaran mandiri tim.

B. Rencana Belanja Modal

Kami akan mengalokasikan akumulasi laba ditahan dari Q1 untuk pengadaan aset yang krusial guna menunjang pertumbuhan bisnis:

Nama Aset	Kegunaan & Justrufikasi	Estimasi Biaya	Sumber Dana

Wajan Grill Flat (Besar)	Menggantikan teflon standar agar dapat memanggang hingga 4-5 kebab sekaligus (meningkatkan kecepatan produksi 300%).	Rp 150.000	Laba Ditahan Q1
Tenda Bazar Lipat (2x2m)	Solusi operasional untuk menghadapi cuaca yang tidak menentu saat berjualan di lokasi <i>outdoor</i> .	Rp 450.000	Laba Ditahan + Iuran Anggota
Cooler Box Kecil	Menjaga kualitas bahan baku (daging & sayur) agar tetap segar lebih lama saat operasional di lapangan.	Rp 100.000	Kas Operasional

C. Proyeksi & Ekspansi

Untuk mencapai target pertumbuhan volume penjualan sebesar 50% di Q2, kami berencana melakukan ekspansi melalui:

1. Pendaftaran GrabFood/GoFood:

- o **Strategi:** Memperluas visibilitas merek. Kami akan mengaktifkan fitur promosi "Diskon Pengguna Baru" untuk menarik perhatian.
- o **Strategi Harga:** Mengingat adanya komisi platform (sekitar 20% + Rp 1.000), kami akan melakukan *markup* harga sebesar 25% khusus untuk kanal online.
- o *Contoh:* Jika harga offline Rp 15.000, maka harga di aplikasi akan disesuaikan menjadi Rp 19.000-Rp 20.000. Dengan demikian, **Margin Laba Bersih** tetap terjaga di angka yang sama dengan penjualan langsung.

2. Kerjasama Kantin Kampus:

- o Menitipkan produk dengan sistem konsinyasi pada 1-2 kantin fakultas yang memiliki trafik mahasiswa tinggi di pagi hari.

D. Target Kinerja Q2

- **Target Penjualan:** 300 porsi/kuartal (Naik dari Q1).

- **Target Profitability:** Meningkatkan margin laba bersih sebesar 5% melalui pembelian bahan baku secara grosir (*bulk buying*).

Lampiran

A. Laporan Transaksi Gopay Merchant

Laporan transaksi pada QRIS penjualan (QRIS ini digunakan untuk 3 bisnis yang berbeda, penyewaaan VPS, Project khusus, dan juga Kebab Turki), tidak termasuk laporan E-wallet dan rekening lainnya.

1 – 30 Agustus 2025 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/11rMk_QfwnG4v1CZe3YED0GPPbvT1cFg9e820cu5Afwo/edit?usp=sharing

1 – 30 September 2025 : https://docs.google.com/spreadsheets/d/1fDxlyW-sMGSsXnAilB4a-umX6vP81_ySnoKMuksrhRY/edit?usp=sharing

1 – 31 Oktober 2025 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1f3N2g0dAbHyuoOl4B_tNIZm30MtmQoTcT1Kgq4DJK8/edit?usp=sharing

1 – 30 November 2025 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SsCZVaBjwwNQjs_kJw_OnYsXlxy3HDiX1mszazH7vFg/edit?usp=sharing

1 – 31 Desember 2025 :

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Fmdiv5MtMNFbWstfEedbG88eKd6AKJ5v3nV9DIFuVqk/edit?usp=sharing>

1 – 6 Januari 2026 :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nD59MKfXP68wJwF78K8GDAdXzaywEG1_jja1JQNIF8U/edit?usp=sharing

B. Bukti Transaksi

Bukti Chat tidak dilampirkan lebih dari 1 karena waktu transaksi dan chat yang tertimpa sehingga sulit ditemukan Kembali, dan bukti Transaksi Gopay Merchant hanya diberikan beberapa, untuk bukti transaksi langsung atau offline sangat jarang.





**LAPORAN KEGIATAN WIRAUSAHA PEMULA
MATA KULIAH PENGAYAAN KEWIRAUSAHAAN BISNIS**

Dosen Pengampu:

Dr. Dan Mugisidi, S.T., M.Si.



Disusun Oleh:

Egi Bayu Setiawan (2303045028)

**SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan Kegiatan Wirausaha Pemula ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan tugas Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis sekaligus sebagai sarana pembelajaran dalam memahami dan menerapkan konsep kewirausahaan secara langsung

Kegiatan wirausaha yang dilaporkan merupakan usaha pemula di bidang penjualan jajanan makanan dan minuman. Usaha ini dijalankan dengan tujuan untuk melatih jiwa kewirausahaan, meningkatkan kreativitas dalam melihat peluang usaha, serta memahami proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan usaha secara sederhana.

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai pelaksanaan kegiatan wirausaha, mulai dari latar belakang usaha, proses operasional, hingga hasil yang diperoleh selama kegiatan berlangsung. Melalui laporan ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih nyata mengenai praktik kewirausahaan serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha pemula.

Penyusun menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan dan kemungkinan terdapat kekurangan, baik dari segi penyusunan maupun isi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan laporan ini di masa mendatang.

Akhir kata, penyusun mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis serta semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan kegiatan wirausaha ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan dalam bidang kewirausahaan.

Jakarta, 15 Januari 2026

Penyusun,

Egi Bayu Setiawan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI.....	3
BAB I.....	4
PENDAHULUAN.....	4
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Tujuan.....	4
1.3 Manfaat.....	5
BAB II.....	6
PROFIL USAHA.....	6
2.1 Identitas Usaha.....	6
2.2 Profil Singkat Usaha.....	6
BAB III.....	8
LAPORAN LABA RUGI USAHA.....	8
3.1 Laporan Laba Rugi.....	8
3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi.....	8
BAB IV.....	10
ANALISIS KEUANGAN.....	10
BAB V.....	11
PENUTUP.....	11
DOKUMENTASI.....	12
LAMPIRAN.....	13

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan kewirausahaan merupakan salah satu cara untuk melatih kemandirian ekonomi serta mengembangkan kemampuan dalam mengelola usaha secara mandiri. Dalam menjalankan sebuah usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang makanan dan minuman, pencatatan keuangan menjadi hal yang sangat penting agar kondisi usaha dapat diketahui secara jelas. Dengan pencatatan keuangan yang baik, pelaku usaha dapat memahami perkembangan usaha yang dijalankan serta mengambil keputusan secara lebih tepat.

Salah satu bentuk pencatatan keuangan yang paling sederhana namun penting adalah laporan laba rugi. Laporan laba rugi memuat informasi mengenai pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk makanan dan minuman serta biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Melalui laporan ini, pemilik usaha dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan menghasilkan keuntungan atau justru mengalami kerugian.

Bagi usaha pemula di bidang makanan dan minuman, laporan laba rugi berfungsi sebagai alat evaluasi keuangan. Laporan ini membantu pemilik usaha dalam mengontrol pengeluaran operasional, seperti biaya bahan baku, kemasan, peralatan, serta biaya pendukung lainnya. Selain itu, laporan laba rugi juga dapat digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan produksi dan strategi penjualan yang telah diterapkan.

Usaha yang dijalankan merupakan UMKM yang bergerak di bidang penjualan jajanan makanan dan minuman. Usaha ini dijalankan dengan skala sederhana dan menyasar konsumen umum dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, penyusunan laporan laba rugi diperlukan untuk mengetahui kondisi keuangan usaha selama periode tertentu, sekaligus sebagai bahan evaluasi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha ke depannya.

1.2 Tujuan

1. Untuk mengetahui kondisi keuangan usaha selama periode tertentu.

2. Untuk mengetahui besarnya pendapatan dan biaya operasional yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha penjualan jajanan makanan dan minuman.
3. Untuk mengetahui laba atau rugi yang diperoleh dari kegiatan usaha yang telah dijalankan.
4. Sebagai bahan evaluasi dalam pengelolaan usaha agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien.
5. Untuk memenuhi tugas akademik pada Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis.

1.3 Manfaat

1. Memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi keuangan usaha selama periode tertentu.
2. Membantu pelaku usaha dalam mengetahui besarnya pendapatan dan biaya operasional yang dikeluarkan.
3. Menjadi alat evaluasi untuk menilai kinerja usaha serta efektivitas kegiatan produksi dan penjualan.
4. Membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang lebih tepat terkait pengelolaan dan pengembangan usaha.
5. Melatih kedisiplinan dalam melakukan pencatatan keuangan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).
6. Sebagai sarana pembelajaran dalam menerapkan konsep kewirausahaan dan pengelolaan keuangan usaha secara nyata.

BAB II

PROFIL USAHA

2.1 Identitas Usaha

Nama Usaha	: JajanKu
Jenis Usaha	: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
Bidang Usaha	: Penjualan Jajanan Makanan dan Minuman
Status Usaha	: Usaha Pemula
Sistem Operasional	: Offline
Pemilik Usaha	: Egi Bayu Setiawan
Periode Usaha	: November 2025 – Desember 2025

2.2 Profil Singkat Usaha

JajanKu merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang penjualan jajanan makanan dan minuman. Usaha ini didirikan sebagai usaha pemula yang menyediakan berbagai jenis jajanan sederhana dengan harga terjangkau, seperti otak-otak, nugget, sosis, mie instan, serta aneka minuman seperti kopi, teh, dan es minuman. Produk yang ditawarkan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi ringan masyarakat sehari-hari.

Pada awal pendiriannya, JajanKu berfokus pada penjualan jajanan dalam skala kecil dengan sistem operasional sederhana. Usaha ini dijalankan untuk melatih kemandirian ekonomi serta mengembangkan kemampuan dalam mengelola usaha secara mandiri. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya minat konsumen, JajanKu mulai melakukan pengembangan baik dari segi variasi produk maupun kualitas pelayanan.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, JajanKu beroperasi secara offline dengan melayani pembelian langsung dari konsumen. Proses produksi dan penyajian dilakukan secara sederhana dengan memperhatikan kebersihan, kualitas bahan, serta cita rasa produk. Usaha ini dijalankan secara mandiri dengan pengelolaan yang menyesuaikan kemampuan dan sumber daya yang tersedia.

JajanKu menawarkan berbagai pilihan jajanan makanan dan minuman yang mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai kalangan. Dengan menyediakan produk

yang praktis, terjangkau, dan mudah dikonsumsi, JajanKu diharapkan mampu menjadi usaha pemula yang berkelanjutan serta memiliki potensi untuk terus berkembang di masa mendatang.

BAB III

LAPORAN LABA RUGI USAHA

JajanKu

Periode November 2025 – Desember 2025

3.1 Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan Usaha	
Pendapatan Penjualan Makanan	Rp 2.500.000
Pendapatan Penjualan Minuman	Rp 1.500.000
Total Pendapatan	Rp 4.000.000
Beban Operasional	
Biaya Bahan Baku	Rp 1.800.000
Biaya Gas / Listrik	Rp 300.000
Biaya Kemasan	Rp 200.000
Biaya Peralatan	Rp 150.000
Biaya Lain-lain	Rp 150.000
Total Beban Operasional	Rp 2.600.000
Laba Bersih	
	Rp 1.400.000

Tabel 1. Laporan Laba Rugi

3.2 Penjelasan Laporan Laba Rugi

Pendapatan usaha JajanKu diperoleh dari hasil penjualan jajanan makanan dan minuman selama periode November hingga Desember 2025 dengan total pendapatan

sebesar Rp4.000.000. Pendapatan tersebut berasal dari penjualan berbagai produk makanan seperti otak-otak, nugget, sosis, dan mie instan, serta penjualan minuman seperti kopi, teh, dan minuman dingin lainnya.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, JajanKu tidak mengeluarkan biaya karyawan karena seluruh proses operasional usaha dijalankan secara mandiri oleh pemilik usaha. Hal ini dilakukan untuk menekan biaya operasional dan menyesuaikan dengan skala usaha yang masih berada pada tahap awal.

Beban operasional yang dikeluarkan oleh JajanKu meliputi biaya bahan baku, biaya gas dan listrik, biaya kemasan, biaya peralatan, serta biaya lain-lain yang mendukung kegiatan usaha. Total beban operasional yang dikeluarkan selama periode tersebut adalah sebesar Rp2.600.000.

Setelah dikurangkan dengan seluruh beban operasional, usaha JajanKu memperoleh laba bersih sebesar Rp1.400.000. Laba bersih tersebut menunjukkan bahwa usaha jajanan makanan dan minuman yang dijalankan mampu menghasilkan keuntungan serta memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut di masa mendatang.

BAB IV

ANALISIS KEUANGAN

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah disusun, Usaha JajanKu menunjukkan kondisi keuangan yang cukup baik selama periode November hingga Desember 2025. Hal ini dapat dilihat dari total pendapatan usaha sebesar Rp4.000.000 yang mampu menutupi seluruh beban operasional yang dikeluarkan, sehingga usaha tetap menghasilkan laba bersih.

Beban operasional yang dikeluarkan oleh JajanKu masih tergolong terkendali dan sesuai dengan skala usaha pemula. Biaya terbesar berasal dari pembelian bahan baku, diikuti oleh biaya gas dan listrik, kemasan, peralatan, serta biaya lain-lain yang menunjang kegiatan operasional. Dengan total beban operasional sebesar Rp2.600.000, pengelolaan biaya usaha dapat dikatakan cukup efisien.

Laba bersih yang diperoleh Usaha JajanKu selama periode laporan adalah sebesar Rp1.400.000. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha jajanan makanan dan minuman yang dijalankan memiliki potensi keuntungan yang baik meskipun dijalankan dalam skala kecil dan dengan sistem operasional yang sederhana. Selisih antara pendapatan dan beban operasional mencerminkan efektivitas pengelolaan usaha serta pemanfaatan sumber daya yang tersedia.

Ke depannya, Usaha JajanKu memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan dengan menambah variasi produk, meningkatkan kualitas rasa dan pelayanan, serta memperluas jangkauan penjualan. Dengan tetap menjaga efisiensi biaya operasional dan mengelola usaha secara konsisten, JajanKu berpotensi untuk berkembang secara berkelanjutan dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar di masa mendatang.

BAB V

PENUTUP

Laporan laba rugi Usaha JajanKu disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis sekaligus sebagai sarana pembelajaran dalam memahami pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) secara sederhana dan sistematis. Laporan ini disusun berdasarkan kegiatan usaha yang telah dijalankan selama periode November 2025 sampai dengan Desember 2025, dengan mengacu pada data pendapatan dan beban operasional yang dikeluarkan oleh usaha.

Selama periode tersebut, Usaha JajanKu memperoleh pendapatan dari penjualan jajanan makanan dan minuman yang mampu menutupi seluruh beban operasional. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha yang dijalankan telah dikelola dengan cukup baik dan memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan meskipun masih berada pada tahap usaha pemula.

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah disusun, dapat disimpulkan bahwa Usaha JajanKu berada dalam kondisi keuangan yang cukup baik. Dengan total pendapatan sebesar Rp4.000.000 dan total beban operasional sebesar Rp2.600.000, usaha ini mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp1.400.000 selama periode November hingga Desember 2025.

Penyusunan laporan laba rugi ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan usaha makanan dan minuman. Melalui pencatatan yang teratur, pemilik usaha dapat mengetahui kondisi keuangan secara jelas, mengevaluasi kinerja usaha, serta merencanakan pengembangan usaha secara lebih terarah.

Penyusun menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan laporan di masa mendatang. Semoga laporan laba rugi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai bahan pembelajaran akademik maupun sebagai referensi dalam pengelolaan dan pengembangan Usaha JajanKu ke depannya.

DOKUMENTASI



Gambar 1. Produk Makanan



Gambar 2. Produk Minuman



Gambar 3. Kondisi Warung

LAMPIRAN

Lembar Putih : Asup Kelurahan Lembar Merah : Asup RW Lembar Kuning : Asup RT	LAMPIRAN XII : Model AA.98.
--	-----------------------------

KECAMATAN : PASAR MINGGU KELURAHAN : PEJATEN TIMUR RT. 13 / RW. 06 JAKARTA	
---	--

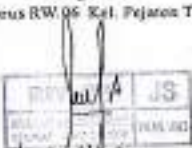
SURAT PENGANTAR
 NO. 0021 SR/RT 013/ 06 / 2026

Yang bertanda tangan dibawah ini, pengurus RT. 13 /RW.06, Kelurahan Pejaten Timur Kecamatan Pasar Minggu dengan ini menerangkan:

Nama	: Edi Bayu Setiawan
Jenis Kelamin	: Laki - Laki
Tempat/Tgl. Lahir	: Jkt. 13 / 11 / 2000
No. KTP / KK	: 3174003508040009
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Kemuning 4B - No. 35 - RT. 013 / 06
	Kel. Pejaten Timur, Kec. Pa. Minggu - Jakarta Selatan
Maksud/Tujuan	: Mendaftar Surat Keterangan

Nomor : A. 02 - 002 / 06 / 26	
-------------------------------	--

Mengesahui : Pengurus RW.06 Kel. Pejaten Timur	Jakarta, Pengurus RT. 13 / RW.06 Kel. Pejaten Timur Ketua
---	---


 (.....)


 (.....)

Lampiran 1. Bukti Surat Keterangan Usaha

LAPORAN PENGAYAAN
MATA KULIAH :
KEWIRAUSAHAAN BISNIS

Kegiatan Wirausaha Pemula



Disusun Oleh :
Dimas Maha Saputra
2203035009

PROGRAM STUDI TEKNIK MESIN
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN
INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

USAHA MIKRO KEDAI MAKANAN “DASGUR”

I. PENJELASAN SINGKAT

Dasgur (Pedas Gurih) merupakan usaha mikro di bidang kuliner yang bergerak dalam penjualan makanan ringan dan minuman dengan cita rasa pedas gurih untuk makanan dan dingin manis untuk minuman. Usaha ini menawarkan berbagai menu camilan kekinian dengan harga terjangkau dan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Dasgur ditujukan untuk pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum.

II. IDENTITAS USAHA

Nama Usaha : Dasgur (Pedas Gurih)
Jenis Usaha : Usaha Mikro
Bidang Usaha : Kuliner (Makanan Ringan & Minuman)
Konsep Usaha : Kedai camilan
Target Pasar : Pelajar, Mahasiswa, dan Masyarakat Umum

III. KETERANGAN USAHA (PENGAKUAN)

Usaha Mikro Kedai Dasgur (Pedas Gurih) dijalankan secara mandiri oleh pemilik usaha. Hasil dari usaha ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi pribadi (keluarga) serta menunjang keberlangsungan dan pengembangan usaha.

IV. LAPORAN LABA-RUGI

Laporan laba-rugi Usaha Mikro Kedai Makanan Dasgur (Pedas Gurih) berikut ini merupakan laporan keuangan untuk periode satu bulan. Data yang disajikan mencakup hasil penjualan, modal produksi, serta biaya operasional yang dikeluarkan selama periode tersebut. Besarnya omset dan laba yang diperoleh setiap bulan dapat mengalami perubahan (fluktuatif), tergantung pada tingkat penjualan, jumlah konsumen, serta kondisi pasar. Selain itu, perbedaan pendapatan juga dapat dipengaruhi oleh penambahan atau pengurangan menu, promosi, dan aktivitas penjualan pada bulan-bulan tertentu.

No	Uraian	Biaya Produksi / Modal (Rp)	Pendapatan / Omzet (Rp)
1	Makaroni	2.000.000	8.000.000
2	Usus	600.000	2.000.000
3	Mie	300.000	1.000.000
4	Bakso Goreng	600.000	1.500.000
5	Es Teh	300.000	1.500.000
6	Cimol	1.000.000	3.000.000
7	Pangsit	1.500.000	4.000.000
Total		6.300.000	21.000.000
Laba Kotor			14.700.000
Biaya Operasional			(1.000.000)
Gaji Karyawan			(2.000.000)
Laba Bersih			11.700.000

V. DOKUMENTASI KEGIATAN USAHA



Gambar 1 Melayani Pembeli



Gambar 2 Pembeli sedang memesan



Gambar 3 Memberikan makanan kepada pembeli



Gambar 4 Menu Makanan



Gambar 5 Membuat Pesanan Minuman



Gambar 6 Membuat Pesanan Makanan

SURAT KETERANGAN USAHA
NOMOR INDUK BERUSAHA : 2907240099058

Yang bertanda tangan dibawah ini selaku Ketua RT 03 dan Ketua RW 06, Kec. Cipayung, Kel. Pondok Ranggan kota Jakarta Timur, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : SUTOPO
Tempat/Tgl Lahir : Kebumen, 09-02-1973
No. KTP : 3175100902730001
Agama : Islam
Pekerja : Karyawan Swasta
Alamat : Jalan Warga 1 RT11 / RW06 , Kel. Pondok Ranggan, Kec.
Cipayung, kota Adm. Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta, Kode
Pos 13860

Berdasarkan pengamatan kami bahwa orang yang bersangkutan adalah benar memiliki usaha **Kedai Makanan** di wilayah RT 03 RW 06 Jakarta Timur

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 2 Desember 2025

Mengetahui,

Ketua RT 03



Ketua RW 06





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2907240099058**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|---|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : SUTOPO |
| 2. Alamat | : JL. WARGA, Desa/Kelurahan Pondok Ranggon, Kec. Cipayung, Kota
Adm. Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +6281282363686 |
| Email | : - |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia
(KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepabeanaan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Lapor Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 29 Juli 2024

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 13 Agustus 2024

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2907240099058

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	56103	Kedai Makanan	Jalan Warga RT 03 RW 06, Desa/Kelurahan Pondok Ranggon, Kec. Cipayung, Kota Adm. Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta Kode Pos: 13860 Usaha Mikro berjalan sejak: Januari 2023	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSiE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



SURAT KETERANGAN KAPRODI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firman Noor Hasan, S.Kom., M.TI
NIDN : 0301088305
Jabatan : Ketua Program Studi Teknik Mesin
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri dan Informatika Uhamka

Dengan ini menerangkan bahwa:

No	Nama	NIM	Program Studi
1.	Dimas Maha Saputra	2203035009	Teknik Mesin

Benar merupakan mahasiswa aktif pada Program Studi Teknik Informatika di Fakultas Teknologi Industri dan Informatika Uhamka. Atas nama yang bersangkutan telah melakukan MK Pengayaan Kewirausahaan Binis dengan kegiatan Usaha Menjual Makanan Ringan dan Minuman atau Kedai cemilan "Dasgur" (Pedes Gurih)

Kegiatan ini merupakan bagian dari pengembangan kemampuan akademik "**Kewirausahaan Binis**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Desember 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi Teknik Mesin

 29
12 2025

Firman Noor Hasan, S.Kom., M.TI
NIDN. 0301088305

PENGEMBANGAN UNIT USAHA SAYUR SEGAR "HOME-FRESH



Di susun oleh :

Ramandhani Setiawan Prayogo (2303015080)

Dosen Pengampu :

Dan Mugsidi

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

2025

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Perencanaan Bisnis yang berjudul "**Pengembangan Unit Usaha Sayur Segar** " ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Proposal ini disusun bukan hanya sebagai wujud komitmen akademis dalam memenuhi tugas mata kuliah Kewirausahaan, namun juga sebagai bentuk inovasi nyata dalam menjawab tantangan pemenuhan kebutuhan pangan sehat di tingkat rumah tangga. Melalui perencanaan ini, kami berupaya mengintegrasikan nilai-nilai pelayanan masyarakat dengan strategi bisnis sektor riil yang berkelanjutan.

Kami berharap proposal ini dapat menjadi landasan program yang implementatif, memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi lokal, serta menjadi solusi praktis bagi warga dalam mendapatkan akses sayuran yang higienis, segar, dan terjangkau langsung dari area pemukiman.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 15 Januari 2026

Hormat Kami

DAFTAR ISI

PROPOSAL KEWIRAUSAHAAN BISNIS	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
BAB I PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Tujuan Usaha.....	4
1.3 Manfaat Usaha.....	4
BAB II PROFIL DAN ANALISIS PRODUK.....	5
2.1 Profil Usaha	5
2.2 Detail Produk.....	5
2.3 Keunggulan Kompetitif	5
BAB III PERINCIAN KEGIATAN DAN OPERASIONAL.....	6
3.1 Proses Produksi.....	6
3.2 Strategi Pemasaran	6
BAB IV ANGGARAN KEGIATAN	7
4.1 Investasi Alat	7
4.2 Biaya Variabel	7
BAB V PENUTUP	8
5.1 Kesimpulan.....	8

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan akan sayur-mayur segar merupakan kebutuhan pokok harian setiap rumah tangga. Namun, tidak semua warga memiliki waktu untuk pergi ke pasar tradisional yang jauh atau menunggu tukang sayur keliling yang jam operasionalnya tidak menentu. Di sisi lain, belanja di supermarket seringkali lebih mahal dan tidak selalu menjamin kesegaran produk lokal.

Melihat peluang ini, pemanfaatan area depan rumah sebagai "Mini Fresh Market" menjadi solusi strategis. Dengan konsep yang bersih, tertata, dan jujur, usaha ini bertujuan mempermudah akses warga terhadap bahan pangan berkualitas tanpa harus keluar dari lingkungan tempat tinggal.

1.2 Tujuan Usaha

- Menyediakan akses sayuran segar yang dekat, bersih, dan terjangkau bagi tetangga sekitar.
- Mengurangi biaya transportasi dan waktu belanja bagi ibu rumah tangga.
- Menerapkan standar higienitas dalam penataan dan pengemasan sayur rumahan.
- Implementasi jiwa kewirausahaan mahasiswa.

1.3 Manfaat Usaha

- **Bagi Konsumen:** Mendapatkan sayuran yang sudah disortir dan dibersihkan, sehingga praktis untuk langsung dimasak.
- **Bagi Mahasiswa:** Melatih kemampuan manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan analisis risiko bisnis.

BAB II

PROFIL DAN ANALISIS PRODUK

2.1 Profil Usaha



Gambar 2.1

Nama Usaha : Warung Sayur

Jenis Usaha : Sayur Sayuran Dan Frozen

2.2 Detail Produk

1. **Paket Sayur Siap Masak:** Paket SOP, Sayur Asem, dan Lodeh yang sudah dikupas dan dipotong (sudah termasuk bumbu).
2. **Sayuran Daun:** Bayam, kangkung, sawi, dan selada yang dijaga kelembabannya.
3. **Kebutuhan Pokok :** Cabai, Bawang, Tomat, Dan Telur Ayam
4. **Frozen :** Ayam, Sosis, Bakso, Nuget

2.3 Keunggulan Kompetitif

- **Quality Control :** Sayuran disortir setiap pagi. Hanya produk tanpa cacat yang dipajang.
- **Sistem Pre – Order :** Pelanggan bisa memesan via WhatsApp malam sebelumnya untuk diambil pagi hari agar tidak kehabisan.

BAB III

PERINCIAN KEGIATAN & OPERASIONAL

3.1 Proses Produksi

1. **Tahap Sortasi dan Seleksi Bahan (Quality Control)** Proses dimulai dengan pemilihan sayuran langsung dari pemasok pada dini hari. Pada tahap ini, dilakukan pemisahan antara sayuran yang segar dengan yang memiliki kecacatan fisik, layu, atau busuk. Hanya bahan dengan kualitas terbaik yang masuk ke tahap selanjutnya guna menjaga kepercayaan pelanggan.
2. **Tahap Pembersihan dan Sanitasi** Sayuran yang telah disortir kemudian dibersihkan dari kotoran tanah, pestisida, atau serangga yang menempel menggunakan air mengalir. Khusus untuk sayuran umbi (seperti wortel dan kentang), dilakukan pembersihan ekstra agar tampilan produk terlihat bersih dan higienis saat dipajang.
3. **Tahap Pemotongan dan Peracikan (Bumbu & Paket)** Untuk produk "Paket Siap Masak" (seperti paket sayur asem atau sop), sayuran dipotong sesuai ukuran standar dapur. Bumbu pelengkap diracik secara segar tanpa pengawet untuk memberikan kemudahan bagi konsumen yang memiliki waktu terbatas untuk memasak.
4. **Tahap Penimbangan dan Pengemasan (Packaging)** Setiap produk ditimbang secara akurat menggunakan timbangan digital untuk memastikan berat yang konsisten bagi pelanggan. Pengemasan menggunakan material *food grade* seperti plastik *seal* atau *plastic wrap* yang kedap udara untuk mencegah proses oksidasi sehingga kesegaran sayur dapat bertahan lebih lama.
5. **Tahap Pelabelan dan Display** Produk yang telah dikemas diberi label merek yang mencantumkan nama produk dan tanggal pengemasan. Selanjutnya, produk ditata secara rapi di meja *display* stainless steel untuk menjaga suhu tetap stabil dan menjamin sanitasi produk sebelum dibeli oleh konsumen.

3.2 Strategi Pemasaran

- **Personal Selling:** Promosi langsung melalui grup WhatsApp.
- **Display Menarik:** Menggunakan rak kayu yang rapi dan bersih di depan rumah agar menarik perhatian orang yang lewat.
- **Promosi Sosmed :** Membuat vidio konten menarik promosi di platfrom seperti tiktok dan instagram.

BAB IV

ANGGARAN KEGIATAN

4.1 Investasi Alat

No	Uraian	Harga	
1	Rak Display	Rp	700.000
2	Timbangan Digital	Rp	100.000
3	Keranjang Sayur	Rp	30.000
4	Showcase	Rp	1.500.000
	Total	Rp	2.330.000

4.2 Biaya Variabel

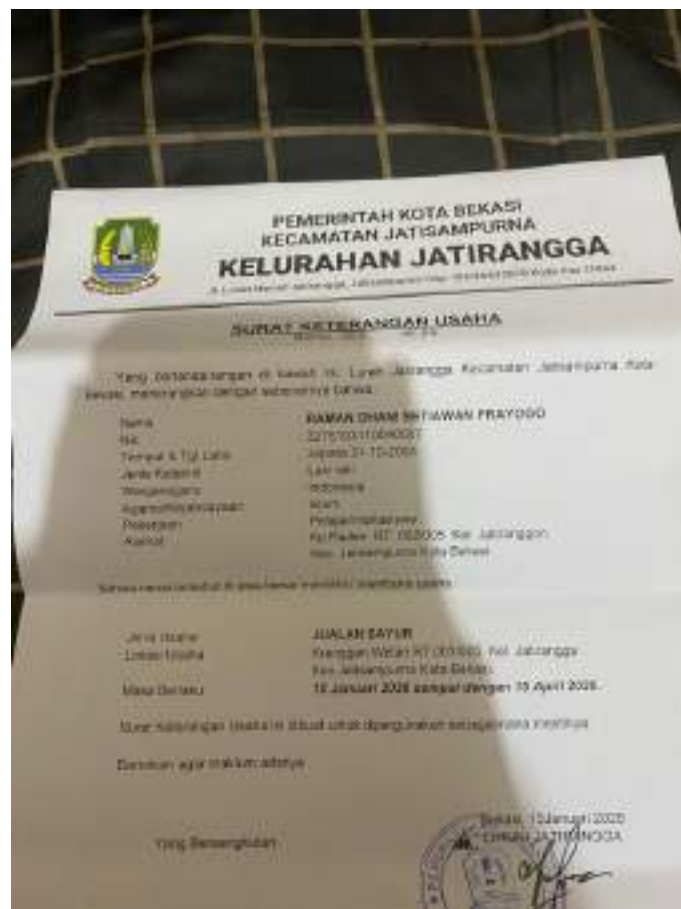
No	Uraian	Harga	
1	Stok sayur dan bumbu	Rp	1.000.000
2	Frozen	Rp	600.000
3	Kemasan & Plastik	Rp	50.000
	Total	Rp	1.650.000

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh uraian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa bisnis "Home-Fresh" bukan sekadar aktivitas jual beli sayuran biasa, melainkan sebuah inisiatif kewirausahaan yang menjawab dinamika kebutuhan masyarakat perkotaan. Di tengah kesibukan masyarakat urban, penyediaan bahan pangan segar yang telah melalui proses sortasi dan pengemasan higienis langsung di depan rumah merupakan solusi nilai tambah (*added value*) yang memiliki prospek pertumbuhan sangat positif.

Usaha ini memiliki potensi keberlanjutan (*sustainability*) yang tinggi karena menyentuh kebutuhan pokok harian masyarakat. Dengan memanfaatkan lokasi strategis di area pemukiman dan mengoptimalkan platform komunikasi digital (WhatsApp), operasional bisnis dapat berjalan efisien dengan risiko biaya pemasaran yang rendah. Model bisnis ini membuktikan bahwa inovasi tidak harus selalu bersifat kompleks, namun dapat berupa penyederhanaan akses terhadap barang berkualitas dengan standar kebersihan yang lebih baik daripada pasar tradisional konvensional.



Gambar Surat Keterangan Usaha

PENGEMBANGAN UMKM BUMBU GILING DI PASAR TRADISIONAL



Disusun Oleh:

Gilang Zalayeta Ibrahimovic (2303015028)

Dosen Pengampu:

Dan Mugisidi

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

2025

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Perencanaan Bisnis ini dengan baik dan tepat waktu. Proposal ini disusun sebagai wujud komitmen akademis dalam memenuhi tugas mata kuliah Kewirausahaan serta sebagai bentuk inovasi nyata dalam dunia UMKM.

Kami berharap proposal ini dapat menjadi landasan program yang implementatif dan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi kerakyatan di pasar tradisional. Dalam kesempatan ini, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dosen Pengampu yang telah memberikan bimbingan konstruktif. Kami menyadari bahwa proposal ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu, kritik dan saran sangat kami harapkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 7 Januari 2026

Hormat Kami

DAFTAR ISI

PROPOSAL KEWIRAUSAHAAN BISNIS.....	1
KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI.....	3
BAB I	
PENDAHULUAN.....	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Tujuan Usaha	4
1.3 Manfaat Usaha	4
BAB II.....	5
PROFIL USAHA DAN ANALISIS PRODUK.....	5
2.1 Profil Unit Usaha	5
2.2 Detail Produk	5
2.3 Keunggulan Kompetitif.....	6
BAB III.....	6
PERINCIAN KEGIATAN & OPERASIONAL	6
3.1 Survei dan Analisis Lapangan	6
Tahap awal meliputi pengamatan langsung terhadap trafik pengunjung di pasar dan jenis bumbu yang paling laku. Hal ini penting untuk menentukan stok harian agar tidak ada bahan yang terbuang.	6
3.2 Proses Produksi	6
3.3 Strategi Pemasaran	6
BAB IV.....	7
ANGGARAN KEGIATAN.....	7
4.1 Anggaran Investasi Alat (Biaya Tetap).....	7
4.2 Biaya Variabel.....	8
BAB V	
PENUTUP.....	8
5.1 Kesimpulan.....	8

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar tradisional merupakan pusat ekonomi rakyat yang menyediakan kebutuhan pokok bagi jutaan keluarga di Indonesia. Namun, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan dan kebersihan, muncul tantangan baru bagi pedagang bumbu giling konvensional. Selama ini, bumbu giling di pasar tradisional seringkali dijual dalam kondisi terbuka, terpapar debu, dan menggunakan alat penggiling yang kurang terjaga sanitasinya.

Selain itu, gaya hidup masyarakat urban yang semakin sibuk membuat permintaan akan produk pangan yang praktis namun tetap segar semakin meningkat. Bumbu instan pabrikan seringkali mengandung bahan pengawet dan penyedap rasa berlebih yang dihindari oleh konsumen sadar kesehatan. Oleh karena itu, peluang bisnis bumbu giling segar yang diproses secara higienis dan dikemas dengan modern memiliki potensi pasar yang sangat besar.

1.2 Tujuan Usaha

- Menciptakan standar baru dalam penjualan bumbu giling di pasar tradisional yang mengedepankan aspek higienitas.
- Memfasilitasi ibu rumah tangga dan pelaku usaha kuliner dengan produk bumbu siap pakai yang berkualitas premium.
- Memberikan nilai tambah pada komoditas rempah lokal melalui pengemasan dan branding yang menarik.
- Mewujudkan implementasi jiwa kewirausahaan mahasiswa dalam mengelola bisnis berbasis sektor riil.

1.3 Manfaat Usaha

- **Bagi Konsumen:** Mendapatkan bumbu masakan yang dijamin kebersihannya, tanpa pengawet, dan sangat praktis untuk digunakan.
- **Bagi Mahasiswa:** Melatih kemampuan manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan analisis risiko bisnis.
- **Bagi Ekonomi Lokal:** Mendukung rantai pasok rempah-rempah dari petani lokal di daerah sekitar.

BAB II

PROFIL USAHA DAN ANALISIS PRODUK

2.1 Profil Unit Usaha



Nama Usaha: Bumbu Giling Anak Salido

Slogan: "Rasa Otentik, Kualitas Higienis"

Jenis Usaha: Pengolahan Rempah-Rempah Dan Bumbu Giling

Lokasi: Lantai Dasar Pasar Cisalak

2.2 Detail Produk

1. **Bumbu Dasar Putih:** Komposisi bawang merah, bawang putih, kemiri, dan merica. Cocok untuk tumisan dan lodeh.
2. **Bumbu Dasar Merah:** Komposisi cabai merah, bawang, dan rempah pendukung. Digunakan untuk balado dan masakan pedas.
3. **Bumbu Spesifik:** Racikan siap masak untuk Rendang, Opor, Ayam Betutu, dan Semur.

2.3 Keunggulan Kompetitif

1. **Standar Sanitasi:** Semua bahan dicuci menggunakan air mengalir dan dikeringkan sebelum digiling.
2. **Material Food Grade:** Menggunakan mesin penggiling berbahan *stainless steel* 304 yang anti karat.
3. **Packaging Modern:** Menggunakan wadah *thinwall* yang dapat digunakan kembali atau plastik *seal* yang kedap udara.

BAB III

PERINCIAN KEGIATAN & OPERASIONAL

3.1 Survei dan Analisis Lapangan

Tahap awal meliputi pengamatan langsung terhadap trafik pengunjung di pasar dan jenis bumbu yang paling laku. Hal ini penting untuk menentukan stok harian agar tidak ada bahan yang terbuang.

3.2 Proses Produksi

1. **Sortir:** Memilih rempah (cabai, bawang, jahe) yang segar dan tidak busuk.
2. **Pencucian:** Membersihkan kotoran tanah yang menempel pada rempah.
3. **Penggilingan:** Proses penghalusan menggunakan mesin sesuai tingkat kehalusan yang diminta pelanggan.
4. **Pengemasan:** Penimbangan berat produk secara akurat dan pemberian label merek.

3.3 Strategi Pemasaran

1. **Direct Marketing:** Memberikan sampel bumbu kepada pengunjung pasar secara gratis untuk dicoba.
2. **Social Media:** Menggunakan WhatsApp Business untuk sistem *delivery order* bagi warga di komplek perumahan sekitar pasar.
3. **B2B (Business to Business):** Menjalinkan kerjasama pasokan bumbu dengan warung makan atau katering Kecil.

BAB IV
ANGGARAN KEGIATAN

4.1 Investasi Alat (Biaya Tetap)

NO	Uraian	Qty	Harga Satuan	Total
1	Mesin Giling Bumbu Stainless	1	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000
2	Timbangan Digital	2	Rp 150.000	Rp 300.000
3	Meja Display Stainless	2	Rp 600.000	Rp 1.200.000
4	Wadah Stainless Besar	8	Rp 50.000	Rp 400.000
			total	Rp 5.400.000

4.2 Biaya Variabel

No	Uraian	Harga Estimasi
1	Bahan Baku (Cabai, Bawang, dll)	Rp 6.000.000/Minggu
2	Kemasan (Thinwall & Plastik)	Rp 400.000/Minggu
3	Sewa Lapak & Listrik	Rp 600.000/bulan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bisnis "Bumbu Giling Anak Salido" merupakan solusi inovatif terhadap permasalahan kebersihan bumbu di pasar tradisional. Dengan menggabungkan nilai-nilai tradisional dan standar kebersihan modern, usaha ini memiliki peluang keberlanjutan yang tinggi karena menyentuh kebutuhan pokok harian masyarakat. Melalui perencanaan yang matang, diharapkan bisnis ini dapat menjadi model bagi UMKM lain untuk naik kelas melalui inovasi sederhana namun berdampak

SURAT KETERANGAN USAHA



PEMERINTAH KOTA DEPOK
RUKUN TETANGGA 004 RUKUN WARGA 007
Sekretariat, Jl. Gaduk Raya Gang. Dahlia Kelurahan Cisalak Pasar
Kecamatan Cimanggis - Kota, Depok

SURAT KETERANGAN USAHA

Nomor: 02 / SKUW / F / 2026

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah Ketua Rukun Tetangga 004 Rukun Warga 007 Kelurahan
Cisalak Pasar, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok:

Nama : Iusefho Iusefano
Tempat Tanggal lahir : Bogor, 30 Juni 1968
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Ketua RT

Dengan ini menyatakan bahwa warga di bawah ini :

Nama : Gilang Zakyeta Ibrahimovic
Tempat Tanggal lahir : Bekasi, 26 Agustus 2005
Agama : Islam Jawa
Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Mahasiswa

Bahwa orang tersebut benar-benar penduduk RT 004 RW 007 Kelurahan Cisalak Pasar, Kecamatan
Cimanggis, dan orang tua yang bersangkutan memiliki usaha rumah dapur

Demikian surat keterangan usaha ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 13 Januari 2026



KEWIRAUSAHAAN BISNIS

“Rancangan Bisnis Bolen, Roti Khas Indonesia”

Disusun Untuk Memenuhi Tugas

Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis



Dosen Pengampu :

Dan Mugisidi, S.T., M.Si.

Disusun Oleh :

Juliananda Pratama Putra Nejwa (2203015062)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA

2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan ini dengan judul “Rancangan Bisnis Bolen, Roti Khas Indonesia”. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu tugas mata kuliah Kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Prof DR Hamka sekaligus sebagai wujud konkret dari pengaplikasian teori kewirausahaan yang telah kami pelajari. Dalam laporan ini, kami membahas konsep usaha inovatif, yaitu Bolen, roti berlapis renyah khas Indonesia.

Melalui laporan ini, kami berharap dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai ide, konsep, strategi pemasaran, serta aspek keuangan dalam pengembangan bisnis ini. Kami menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing mata kuliah Kewirausahaan yaitu Bapak Mumung Marthasmita, serta teman-teman yang telah memberikan saran dan dukungan dalam proses penyusunan laporan ini.

Kami menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi inspirasi dalam dunia kewirausahaan.

29 Desember 2025

Juliananda Pratama Putra
Nejwa

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang Usaha	1
1.2 Prioritas Masalah.....	2
1.3 Profil Usaha.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM USAHA	4
2.1 Ide Produk	4
2.2 Konsep Produk.....	4
2.2 Desain Produk	4
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	6
3.1 Pembuatan Planning Usaha.....	6
3.2 Memulai Usaha	6
3.3 Persiapan Usaha	7
3.4 Analisis SWOT Usaha	7
3.5 Alat, Bahan, dan Rancangan Anggaran	8
3.6 Analisis Keuntungan	9
3.7 Dokumentasi	10
BAB IV PENUTUP	11
4.1 Kesimpulan	11
4.2 Saran.....	11
DAFTAR PUSTAKA	12

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Usaha

Bolen adalah salah satu roti khas Indonesia yang memiliki tekstur berlapis-lapis seperti croissant, tetapi dengan sentuhan rasa lokal yang khas. Bolen biasanya diisi dengan berbagai varian rasa seperti pisang coklat, keju, dan durian, menjadikannya camilan favorit di berbagai kalangan. Kekayaan budaya kuliner Indonesia telah melahirkan berbagai jenis makanan tradisional yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga memiliki nilai historis yang mendalam (Adonis & Silintowe, 2021). Dalam konteks modern, makanan tradisional seperti Bolen terus berkembang untuk menjangkau konsumen dari berbagai generasi, terutama dengan inovasi dalam rasa, kemasan, dan metode pemasaran.

Tren kuliner di era globalisasi mendorong perlunya mengadaptasi produk lokal agar lebih relevan dengan gaya hidup masa kini tanpa menghilangkan ciri khasnya. Sebagaimana disebutkan dalam analisis SWOT (Suriono, 2020), inovasi adalah kunci untuk menghadapi perubahan preferensi konsumen dan menjaga daya saing di pasar. Bolen, dengan teksturnya yang renyah dan rasa yang kaya, menjadi salah satu contoh kuliner yang berhasil memadukan tradisi dan inovasi. Tidak hanya sebagai camilan sehari-hari, Bolen juga berpotensi menjadi oleh-oleh khas yang dapat mewakili keanekaragaman kuliner Indonesia di pasar internasional.

Melalui pengembangan produk Bolen, kami ingin menghadirkan camilan khas Indonesia yang tidak hanya lezat, tetapi juga memiliki daya saing di pasar yang lebih luas. Dengan kemasan yang modern dan pemasaran yang kreatif, kami berharap Bolen dapat menjadi pilihan utama konsumen, baik di pasar lokal maupun global.

1.2 Prioritas Masalah

Dalam merintis usaha Bolen, beberapa masalah utama yang menjadi prioritas untuk diatasi adalah tren makanan yang cepat bergeser mengikuti selera pasar, tingginya persaingan produk sejenis di pasaran, serta pentingnya menciptakan inovasi dalam rasa dan tampilan agar tetap relevan. Oleh karena itu, pengembangan varian rasa yang kekinian serta desain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan menjadi strategi utama untuk menjaga minat konsumen. Upaya ini dilakukan untuk

meningkatkan daya saing dan mempertahankan eksistensi produk di tengah dinamika pasar kuliner.

1.3 Manfaat Kegiatan

Produk Bolen yang dikembangkan dalam usaha ini memiliki manfaat yang luas, tidak hanya sebagai camilan lezat, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi, pelestarian budaya lokal, dan peningkatan kesadaran akan konsumsi yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

Dari segi ekonomi, Bolen merupakan salah satu bentuk usaha kuliner yang memiliki prospek keuntungan menjanjikan dengan modal yang relatif kecil. Proses produksi yang sederhana memungkinkan siapa pun, bahkan pelaku usaha pemula sekalipun, untuk memulai bisnis ini dengan mudah. Dengan strategi pemasaran yang tepat melalui media sosial dan sistem pre-order, produk ini dapat menjangkau pasar yang luas tanpa membutuhkan biaya operasional besar. Selain itu, usaha ini juga dapat membuka lapangan pekerjaan baru, baik secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya, melalui kerja sama dengan penyedia bahan baku lokal, distributor kemasan, hingga layanan pengiriman, sehingga secara keseluruhan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi mikro dan menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda.

Dari aspek budaya, Bolen membawa nilai penting sebagai bagian dari kekayaan kuliner tradisional Indonesia. Di tengah gempuran makanan modern dan instan, produk seperti Bolen hadir sebagai upaya pelestarian cita rasa lokal yang telah lama dikenal masyarakat. Dengan inovasi varian rasa dan penyesuaian pada kemasan maupun tampilan, Bolen menjadi bentuk modernisasi makanan tradisional tanpa menghilangkan nilai-nilai keasliannya. Hal ini penting agar generasi muda tetap mengenal dan mencintai kuliner khas Indonesia. Lebih jauh lagi, produk ini juga berpeluang untuk menjadi ikon oleh-oleh khas Indonesia yang dapat diperkenalkan hingga ke pasar internasional sebagai bagian dari diplomasi kuliner.

Dari sisi sosial, Bolen memberikan solusi camilan yang lebih sehat dan aman untuk dikonsumsi. Proses produksinya yang higienis serta pemilihan bahan-bahan berkualitas membuat produk ini cocok untuk dikonsumsi oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Kemasan yang digunakan pun ramah lingkungan, sebagai bentuk kepedulian terhadap isu-isu keberlanjutan dan pengurangan sampah plastik. Selain itu, sistem pemesanan berbasis pre-order memungkinkan produsen untuk mengelola stok dan bahan baku dengan efisien, sehingga mengurangi limbah makanan dan meningkatkan kesegaran produk yang diterima oleh konsumen. Dalam

konteks ini, usaha Bolen tidak hanya menjual makanan, tetapi juga mengajak masyarakat untuk lebih bijak dalam memilih dan mengonsumsi produk kuliner.

Secara keseluruhan, Bolen bukan hanya sekadar roti berlapis isi pisang, coklat, atau keju, tetapi juga menjadi representasi dari usaha yang berpihak pada kualitas, keberlanjutan, dan pelestarian budaya. Usaha ini menunjukkan bahwa produk tradisional pun mampu bersaing di tengah era modern jika dikelola dengan baik dan dipadukan dengan inovasi yang relevan. Oleh karena itu, manfaat dari produk Bolen ini tidak hanya dirasakan oleh produsen sebagai pelaku usaha, tetapi juga oleh konsumen, lingkungan sekitar, dan ekosistem ekonomi secara lebih luas.

BAB II

GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Ide Produk

Bolen adalah produk roti khas Indonesia yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasar akan camilan berkualitas tinggi dengan sentuhan tradisional. Ide ini lahir dari pengamatan bahwa konsumen modern semakin mencari produk yang unik, praktis, dan memiliki nilai budaya. Bolen menggabungkan semua elemen tersebut dengan menghadirkan camilan yang lezat, mudah dinikmati kapan saja, dan cocok untuk segala usia.

2.2 Konsep Produk

Konsep produk Bolen berfokus pada kualitas bahan baku, inovasi rasa, dan desain kemasan yang menarik. Produk ini menggunakan bahan-bahan premium seperti tepung berkualitas, margarin, dan isi yang kaya rasa seperti coklat, keju, atau durian. Bolen dirancang modern sesuai dengan kemajuan jaman agar bolen tetap disukai oleh

banyak kalangan anak-anak maupun orang dewasa dengan memperhatikan kebersihan dan tampilan dari sebuah bolen dan rasa yang memiliki ciri khas sendiri tanpa meniru rasa produk yang sudah ada. agar menarik konsumen menikmati dengan rasa yang lebih enak.

2.3 Desain Produk

Bolen hadir dalam bentuk roti berlapis dengan ukuran yang praktis dan mudah dibawa. Kemasan menggunakan plastik ramah lingkungan dengan desain minimalis yang menonjolkan logo merek. Nama merek, “Bolen”, dicetak dengan warna cerah untuk menarik perhatian konsumen.

Logo produk kami dilengkapi dengan elemen pendukung yang memberikan kesan positif kepada pelanggan. Terdapat tulisan "Good Luck Today!" yang memberikan pesan semangat dan optimisme bagi konsumen yang menikmati produk Bolen kami. Desain visual sederhana dengan aksesoris daun dan latar belakang lembut menciptakan kesan elegan, ramah lingkungan, dan modern. Logo ini dirancang tidak hanya sebagai identitas visual tetapi juga untuk memberikan kesan profesional dan menarik.

- Desain Logo
Berikut adalah desain logo produk saya:



Gambar 1. 1 Desain Logo

- Desain Poster

Berikut adalah desain poster dari bolen yang akan digunakan untuk mempromosikan produk melalui social media:



Gambar 1. 2 Desain Poster

- Desain kemasan

Berikut adalah desain kemasan bolen:



Gambar 1. 3 Desain Kemasan

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam usaha Bolen ini disusun secara sistematis untuk memastikan bahwa setiap tahapan dalam perencanaan dan pelaksanaan bisnis berjalan efektif dan efisien. Mulai dari proses perencanaan awal, produksi, strategi pemasaran, hingga evaluasi keuntungan, semuanya dirancang untuk mendukung tercapainya tujuan usaha secara optimal.

3.1 Pembuatan Planning Usaha

Langkah pertama dalam menjalankan usaha ini dimulai dengan perencanaan matang yang mencakup pemilihan produk, target pasar, dan konsep branding. Produk utama yang dipilih adalah Bolen, roti berlapis dengan isian seperti pisang, coklat, dan keju yang disukai oleh berbagai kalangan. Konsep branding dikembangkan melalui pembuatan nama merek yang sederhana namun mudah diingat, yaitu “Bolen”, serta logo yang memiliki kesan positif dan penuh semangat melalui tagline “Good Luck Today!”. Selain itu, disusun pula strategi penjualan menggunakan sistem pre-order untuk mengatur stok dan menghindari pemborosan.

3.2 Memulai Usaha

Setelah perencanaan selesai, tahap selanjutnya adalah memulai produksi awal. Modal awal yang digunakan dalam usaha ini adalah sebesar Rp200.000. Modal tersebut digunakan untuk membeli bahan baku, alat, serta kebutuhan produksi lainnya. Produksi awal dilakukan secara bertahap dengan perhitungan kapasitas produksi 15 box per adonan. Total penjualan dalam tahap awal ini berhasil mencapai 360 box, yang menunjukkan bahwa produk Bolen diterima dengan baik oleh konsumen.

3.3 Persiapan Usaha

Persiapan usaha meliputi pengadaan alat dan bahan, serta pembuatan media promosi. Alat-alat produksi seperti loyang, oven, timbangan, dan pengaduk disiapkan sesuai kebutuhan. Bahan baku seperti tepung terigu, margarin, gula, pisang, coklat, dan keju dibeli dari pasar lokal untuk mendukung produk yang terjangkau namun tetap berkualitas.

Dalam hal promosi, dibuatlah desain logo, poster promosi digital, serta kemasan produk yang menarik. Poster dipublikasikan melalui media sosial, sementara

kemasan menggunakan plastik ramah lingkungan dengan desain sederhana namun profesional. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen serta menanamkan kesan merek yang baik.

3.4 Analisis SWOT Usaha

Sebagai bagian dari strategi bisnis, dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha Bolen:

- **Strengths (Kekuatan):** Produk unik dan khas, cita rasa tradisional, modal kecil dengan keuntungan tinggi, serta proses produksi yang mudah.
- **Weaknesses (Kelemahan):** Kapasitas produksi masih terbatas, bergantung pada sistem pre-order, serta distribusi yang masih manual.
- **Opportunities (Peluang):** Potensi pasar luas, meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan lokal, serta tren oleh-oleh kekinian.
- **Threats (Ancaman):** Persaingan dengan produk modern dan makanan viral lainnya, serta fluktuasi harga bahan baku.

3.5 Alat, Bahan, dan Rancangan Anggaran

BAHAN A

- 100 gr (10 sdm) terigu pro tinggi
- 75 gr margarin

BAHAN B

- 200 gr (20 sdm) terigu pro tinggi
- 75 ml susu cair / air
- 75 gr margarin
- 40 gr (3-4 sdm) gula halus

BAHAN ISIAN

- Pisang
- Potongan keju
- selai coklat

BAHAN TOPPING

- 1 butir kuning telur untuk polesan
- Keju parut
- Meses

a. Rancangan Anggaran

Tabel 1. 1 Rancangan Anggaran

No	Bahan	Harga
----	-------	-------

1.	Tepung terigu 600 gr	11.000
2.	Mentega 300 gr	12.000
3.	Air 150 ml	-
4.	Isian Coklat 1 kg	20.000
5.	Pisang 2 plastik	10.000
6.	Keju 1	12.000
7.	Meses ½ kg	9.000
8.	Kuning Telor 2	6.000
9.	Box	12.000
10.	Plastik uk 35	18.000
11.	Gula	7.000

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dari kami adalah sebagai berikut :

- Target utama: anak-anak dan orang dewasa tanpa terpaut usia
- Media sosial: facebook dan grup whatsapp untuk melakukan promosi
- Sistem Pre-order: Sistem pre-order digunakan sebagai metode penjualan utama untuk mengoptimalkan pengelolaan stok dan memastikan setiap pesanan terpenuhi dengan baik. Konsumen dapat melakukan pemesanan melalui media sosial (facebook, WhatsApp) atau platform e-commerce dengan batas waktu pemesanan tertentu. Sistem ini memungkinkan pengurangan risiko pemborosan bahan baku serta membantu menjaga kualitas produk selalu dalam keadaan segar.

c. Cara Pembuatan

- 1) Siapkan bahan-bahan: tepung terigu, margarin, gula, garam, air, dan bahan isi

(pisang, coklat, keju, atau lainnya).

- 2) Campurkan tepung, gula, garam, dan air kedalam baskom.
- 3) Selanjutnya di aduk atau di ulenin hingga kalis.
- 4) Setelah kalis ambil adonan sedikit sedikit untuk ditimbang agar ukurannya sama rata.
- 5) gilas dan lipat berulang kali adonan yang tadi sudah ditimbang untuk membentuk lapisan-lapisan.
- 6) Tambahkan isian sesuai varian rasa, gulung adonan, dan bentuk sesuai keinginan.
- 7) Panggang di oven dengan suhu 180°C
- 8) Tunggu kisaran 40 menit didalam oven, hingga matang dan berwarna keemasan.
- 9) Kemudian tunggu beberapa menit di ruangan agar suhu bolen stabil.
- 10) Dan selanjutnya bolen siap dikemas dalam kemasan, dan siap disajikan



3.6 Analisis Keuntungan

Analisis keuntungan dilakukan berdasarkan laporan laba rugi dari total penjualan 360 box Bolen. Harga jual per box adalah Rp35.000, dengan biaya produksi

per adonan sebesar Rp120.000 (untuk 15 box). Total 24 adonan digunakan untuk memenuhi pesanan. Maka total pemasukan mencapai Rp12.600.000 dan biaya produksi sebesar Rp2.880.000. Dari hasil ini, diperoleh laba bersih sebesar Rp9.720.000, yang menunjukkan bahwa usaha ini sangat potensial untuk terus dikembangkan.

1. Laporan Penjualan

Tanggal	Keterangan	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo (Rp)
07/04/2025	Modal Awal	200.000		200.000
12/04/2025	Pembelian Bahan Baku	120.000		80.000
12/04/2025	Penjualan		525.000	605.000
26/05/2025	Penjualan		875.000	1.480.000
07/06/2025	Penjualan		1.050.000	2.530.000
11/06/2025	Penjualan		875.000	3.405.000
17/06/2025	Penjualan		875.000	4.280.000
20/06/2025	Penjualan Tambahan (sampai sekarang)		8.320.000	12.600.000
	Biaya Bahan Baku (24 adonan)	2.880.000		9.720.000

2. Informasi Dasar

- **Modal Awal:** Rp200.000
- **Harga Jual per Box:** Rp35.000
- **Total Box Terjual:** 360 box
- **Produksi per Adonan:** 15 box
- **Biaya Bahan Baku per Adonan:** Rp120.000
- **Total Adonan yang Dibutuhkan:** $360 \div 15 = 24$ adonan

3. Langkah Perhitungan

1. Pemasukan Total

- Total box terjual = **360 box**
- Harga jual per box = **Rp35.000**

- **Pemasukan Total** = $360 \times \text{Rp}35.000 = \text{Rp}12.600.000$
- 2. **Biaya Produksi**
 - Biaya bahan baku per adonan = **Rp120.000**
 - Total adonan = **24 adonan**
 - **Biaya Bahan Baku Total** = $\text{Rp}120.000 \times 24 = \text{Rp}2.880.000$
- 3. **Keuntungan Bersih**
 - Laba bersih = Total pemasukan - Biaya bahan baku
 - **Laba Bersih** = $\text{Rp}12.600.000 - \text{Rp}2.880.000 = \text{Rp}9.720.000$
- 4. Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pemasukan	
Penjualan 360 box	12.600.000
Total Pemasukan	12.600.000
Biaya Produksi	
Bahan Baku (24 adonan)	2.880.000
Total Biaya	2.880.000
Laba Bersih	9.720.000

3.7 Dokumentasi

Sebagai bagian dari pelaporan usaha, disertakan dokumentasi berupa visualisasi logo, poster promosi, desain kemasan, serta hasil akhir produk Bolen. Dokumentasi ini penting tidak hanya sebagai arsip, tetapi juga sebagai media promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Desain logo dan kemasan dibuat dengan nuansa modern dan bersih, sedangkan foto produk diambil dengan pencahayaan alami untuk menampilkan tekstur dan tampilan Bolen secara maksimal.





BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Usaha Bolen yang dijalankan merupakan bentuk nyata dari penerapan konsep kewirausahaan yang kreatif dan adaptif terhadap tren pasar. Produk ini tidak hanya menghadirkan cita rasa khas Indonesia dalam bentuk yang modern dan menarik, tetapi juga menunjukkan potensi ekonomi yang besar meskipun dimulai dengan modal yang relatif kecil. Dengan strategi pemasaran yang tepat, penggunaan bahan baku berkualitas, dan kemasan yang menarik, Bolen berhasil menarik minat konsumen dari berbagai kalangan.

Hasil penjualan yang mencapai 360 box dengan laba bersih sebesar Rp9.720.000 menjadi bukti bahwa produk ini diterima dengan baik oleh pasar. Hal ini menunjukkan bahwa makanan tradisional dapat bersaing dan berkembang dengan baik jika dikemas dan dipromosikan secara tepat. Inovasi varian rasa, tampilan produk, serta strategi pre-order menjadi kunci dalam menjaga kualitas dan efisiensi produksi.

Secara keseluruhan, usaha Bolen tidak hanya bermanfaat secara ekonomi, tetapi juga berperan dalam melestarikan budaya kuliner lokal dan mendorong gaya hidup konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

B. Saran

Untuk pengembangan usaha ke depannya, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan agar usaha Bolen ini semakin berkembang dan berkelanjutan:

1. **Diversifikasi Produk:** Menambahkan varian rasa baru seperti matcha, stroberi, atau kacang merah untuk menarik lebih banyak konsumen.
2. **Peningkatan Kapasitas Produksi:** Melakukan investasi peralatan yang lebih efisien agar proses produksi lebih cepat dan volume produksi meningkat.
3. **Ekspansi Pasar:** Memanfaatkan platform digital seperti marketplace (Shopee, Tokopedia) serta layanan food delivery (GoFood, GrabFood) untuk memperluas jangkauan pemasaran.
4. **Branding Lebih Kuat:** Memperkuat identitas merek melalui kemasan yang lebih profesional dan strategi visual yang konsisten di media sosial.
5. **Evaluasi Berkala:** Melakukan evaluasi kinerja secara rutin untuk mengetahui perkembangan usaha, menganalisis penjualan, serta menyesuaikan strategi sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dengan terus melakukan inovasi dan adaptasi, diharapkan usaha Bolen ini tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang menjadi brand kuliner yang kuat dan dikenal luas oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Koperasi dan UMKM. (2020). Panduan Praktis Pengembangan Produk UMKM. Jakarta: Kemenkop UKM.

Handayani, R. (2019). Strategi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Digital. Bandung: Pustaka Rakyat.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). Industri Makanan dan Minuman sebagai Sektor Unggulan. Diakses dari <https://kemenperin.go.id>

Munandar, A. (2018). Inovasi Produk dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryana, Y. (2016). Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.

Wibowo, A. (2020). Dasar-Dasar Analisis SWOT dalam Bisnis Kecil dan Menengah. Surabaya: Prenada Media.

KEWIRAUSAHAAN BISNIS
“DALGONA, BOBA & ES TEH RC”

Disusun Untuk Memenuhi Tugas
Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis



Dosen Pengampu :
Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.

Disusun Oleh :
Adrian Muharianto (2203015058)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, kami dapat menyusun proposal usaha penjualan Dalgona, Boba, dan Es Teh ini. Dalam beberapa tahun terakhir, dunia kuliner, khususnya sektor minuman, telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tren minuman kekinian seperti Dalgona dan Boba tidak hanya menjadi favorit di kalangan anak muda, tetapi juga menarik perhatian berbagai kalangan masyarakat. Hal ini menciptakan peluang yang sangat menjanjikan bagi para pelaku usaha untuk berinovasi dan menghadirkan produk-produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga menarik secara visual.

Melalui proposal ini, kami juga akan membahas aspek kelayakan usaha dari segi modal, pemasaran, serta strategi untuk bersaing di pasar. Kami percaya bahwa dengan manajemen yang baik dan inovasi produk yang terus menerus, usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang.

Kami berharap proposal ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai usaha penjualan sosis yang akan kami jalankan. Kritik dan saran dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Terima kasih atas perhatian dan dukungannya. Kata pengantar ini mencakup pengenalan tentang produk, tujuan usaha, serta harapan untuk mendapatkan umpan balik dari pembaca.

3 Januari 2025

Adrian Muhariantio

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang Usaha	1
1.2 Prioritas Masalah.....	2
1.3 Profil Usaha.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM USAHA	4
2.1 Profil Produk	4
2.2 Keunggulan Berjualan Dalgona, Boba & Es Teh RC	4
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	6
3.1 Pembuatan Planning Usaha.....	6
3.2 Memulai Usaha	6
3.3 Persiapan Usaha	7
3.4 Analisis SWOT Usaha	7
3.5 Alat dan Bahan.....	8
3.6 Analisis Keuntungan	9
3.7 Dokumentasi	10
BAB IV PENUTUP	11
4.1 Kesimpulan	11
4.2 Saran.....	11
DAFTAR PUSTAKA.....	12

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Usaha

Dalgona, yang dikenal sebagai permen tradisional Korea, pertama kali muncul pada tahun 1960-an. Pada masa itu, Korea Selatan masih mengalami dampak kemiskinan pascaperang, dan makanan penutup seperti es krim sangat sulit dijangkau. Dalgona terbuat dari gula yang dimasak hingga hampir hangus dan dicampur dengan baking soda, menghasilkan tekstur ringan dan renyah. Permen ini dijual di jalanan dengan bentuk-bentuk menarik seperti hati atau bintang, di mana pembeli ditantang untuk memotongnya tanpa merusak bentuknya.

Popularitas Dalgona semakin meningkat berkat serial Netflix "Squid Game," yang memperkenalkan permainan memotong permen ini kepada penonton global. Hal ini membuat Dalgona tidak hanya menjadi nostalgia bagi orang Korea tetapi juga fenomena baru di seluruh dunia. Selain itu, Dalgona juga berkembang menjadi "Dalgona Coffee," yang menjadi viral selama pandemi COVID-19. Minuman ini terdiri dari kopi instan yang dikocok hingga berbusa dan disajikan di atas susu, menciptakan tampilan yang menarik dan rasa yang unik.

Boba atau bubble tea berasal dari Taiwan pada tahun 1980-an dan dengan cepat menjadi tren global. Minuman ini terkenal karena bola tapioka kenyal yang ditambahkan ke dalam teh manis atau susu. Kombinasi rasa dan tekstur membuat Boba sangat diminati oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Seiring waktu, beragam varian rasa dan inovasi dalam penyajian Boba telah muncul, menjadikannya salah satu minuman paling populer di dunia.

Boba tidak hanya sekadar minuman; ia telah menjadi bagian dari budaya pop dengan banyak kedai khusus yang menawarkan berbagai pilihan rasa dan topping. Fenomena ini menciptakan komunitas penggemar yang aktif di media sosial, di mana mereka berbagi pengalaman menikmati Boba dalam berbagai bentuk dan variasi.

Es Teh adalah minuman klasik yang telah ada sejak lama di berbagai budaya, termasuk Indonesia. Minuman ini terbuat dari teh yang diseduh dan disajikan dingin dengan es batu, sering kali ditambahkan dengan gula atau sirup untuk meningkatkan rasa. Dalam beberapa tahun terakhir, Es Teh telah mengalami banyak inovasi, termasuk penambahan berbagai rasa seperti lemon, jeruk, atau bahkan rempah-rempah.

Di Indonesia, Es Teh bukan hanya sekadar minuman; ia juga merupakan bagian dari budaya makan sehari-hari. Banyak kedai makan menyediakan Es Teh sebagai pilihan utama untuk menemani makanan mereka. Dengan meningkatnya kesadaran

akan kesehatan, banyak orang kini juga memilih Es Teh tanpa tambahan gula atau menggunakan pemanis alami.

1.2 Prioritas Masalah

Dalam usaha penjualan Dalgona, Boba, dan Es Teh, terdapat beberapa masalah utama yang perlu diperhatikan. Pertama, kualitas bahan baku yang tidak konsisten dapat mempengaruhi rasa minuman, sehingga penting untuk memastikan pasokan bahan berkualitas tinggi. Selain itu, persaingan pasar yang ketat menuntut kita untuk menciptakan keunikan produk dan strategi pemasaran yang menarik agar dapat bersaing dengan kompetitor.

Selanjutnya, pemasaran dan branding yang kurang efektif dapat mengakibatkan rendahnya visibilitas merek di pasar. Oleh karena itu, membangun identitas merek yang kuat serta memanfaatkan media sosial menjadi langkah penting. Pelayanan pelanggan juga menjadi faktor krusial; kualitas pelayanan yang kurang memuaskan dapat merugikan reputasi usaha. Maka dari itu, pelatihan kepada karyawan tentang pelayanan yang baik sangat diperlukan.

Inovasi produk juga harus diperhatikan, karena kurangnya variasi dapat membuat pelanggan merasa bosan. Melakukan riset tren baru dan mengembangkan varian rasa akan membantu menjaga minat pelanggan. Di sisi lain, manajemen keuangan yang tidak baik dapat mengganggu operasional usaha, sehingga penting untuk membuat anggaran dan memantau arus kas secara rutin.

Kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama, karena ketidakpuasan dapat berdampak negatif pada reputasi usaha. Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan dan melakukan perbaikan adalah langkah yang perlu diambil. Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi kesehatan juga sangat penting untuk menghindari risiko bagi usaha. Memastikan semua aspek operasional sesuai dengan standar kesehatan akan menjaga kepercayaan pelanggan.

Lokasi usaha yang strategis juga berperan besar dalam menarik pengunjung; memilih lokasi yang mudah diakses dan terlihat oleh pelanggan adalah kunci sukses. Terakhir, dengan meningkatnya kesadaran lingkungan, keberlanjutan menjadi perhatian penting. Menggunakan kemasan ramah lingkungan dan menerapkan praktik bisnis berkelanjutan akan menarik konsumen yang peduli terhadap isu-isu lingkungan.

Dengan memahami dan mengatasi masalah-masalah ini secara efektif, usaha penjualan Dalgona, Boba, dan Es Teh dapat berjalan lebih lancar dan mencapai kesuksesan yang diharapkan.

1.3 Manfaat Kegiatan

Penjualan Dalgona, Boba, dan Es Teh menawarkan berbagai manfaat baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Pertama, potensi keuntungan yang besar menjadi daya tarik utama. Bisnis minuman ini memiliki markup yang tinggi, sehingga jika produk yang ditawarkan memiliki rasa yang enak dan menarik, konsumen akan bersedia membayar lebih. Selain itu, permintaan yang stabil untuk minuman membuat usaha ini dapat dijalankan sepanjang tahun tanpa tergantung pada musim tertentu¹.

Kegiatan ini juga memberikan peluang untuk berinovasi. Dengan berbagai jenis minuman yang dapat diproduksi, seperti Dalgona Coffee dan Boba Tea, pelaku usaha dapat terus mengembangkan varian rasa baru yang menarik bagi pelanggan. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga membantu dalam mempertahankan pelanggan setia.

Dari sisi konsumen, minuman seperti Dalgona dan Boba tidak hanya menyegarkan tetapi juga menawarkan pengalaman sosial yang menyenangkan. Minuman ini sering kali disajikan dengan tampilan yang menarik dan dapat dinikmati dalam suasana santai bersama teman atau keluarga. Selain itu, ketersediaan bahan baku yang mudah ditemukan membuat proses produksi menjadi lebih efisien dan terjangkau.

Kegiatan penjualan ini juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal. Dengan membuka usaha minuman, pelaku usaha dapat menciptakan lapangan kerja baru dan mendukung pemasok lokal. Terakhir, keberadaan bisnis minuman kekinian seperti Dalgona dan Boba juga berperan dalam meningkatkan kesadaran akan kesehatan, terutama jika produk dibuat dengan bahan-bahan alami dan berkualitas.

Secara keseluruhan, kegiatan penjualan Dalgona, Boba, dan Es Teh tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

BAB II

GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Profil Produk

Dalgona adalah minuman kopi yang terbuat dari campuran kopi instan, gula, dan air panas yang dikocok hingga berbusa, kemudian disajikan di atas susu dingin. Minuman ini memiliki tekstur creamy dan rasa manis yang khas, menjadikannya pilihan populer di kalangan pecinta kopi. Keunggulan Dalgona terletak pada tampilannya yang menarik dan Instagrammable, serta rasa unik yang dihasilkan dari kombinasi kopi yang kuat dan manisnya gula. Selain itu, Dalgona mudah disesuaikan dengan berbagai rasa tambahan seperti cokelat atau karamel.

Boba, atau bubble tea, adalah minuman teh manis yang dilengkapi dengan bola tapioka kenyal. Minuman ini dapat dibuat dengan berbagai jenis teh, seperti teh hitam, hijau, atau susu, dan ditambahkan berbagai rasa seperti taro, matcha, atau buah-buahan. Keunggulan Boba terletak pada tekstur kenyal dari bola tapioka yang memberikan sensasi unik saat dikonsumsi. Selain itu, Boba menawarkan variasi rasa yang luas dan tingkat kustomisasi tinggi, sehingga pelanggan dapat memilih tingkat manis dan tambahan topping sesuai selera mereka.

Es Teh adalah minuman teh dingin yang disajikan dengan es batu dan sering kali ditambahkan gula atau sirup untuk meningkatkan rasa. Variasi rasa seperti lemon, jeruk, atau rempah-rempah dapat ditambahkan untuk memberikan sentuhan segar. Es Teh dikenal sebagai pilihan minuman yang menyegarkan, terutama di cuaca panas. Selain itu, teh mengandung antioksidan dan dapat disajikan tanpa tambahan gula untuk pilihan lebih sehat. Meskipun merupakan minuman klasik, Es Teh dapat diolah dengan cara modern untuk menarik perhatian konsumen.

Secara keseluruhan, Dalgona, Boba, dan Es Teh masing-masing menawarkan keunikan dan daya tarik tersendiri. Dengan inovasi dalam penyajian dan rasa, produk-produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan minuman yang lezat tetapi juga menciptakan pengalaman sosial yang menyenangkan. Kombinasi ketiga produk ini dalam satu usaha akan menarik berbagai segmen pasar dan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.

2.2 Keunggulan Berjualan Dalgona, Boba & Es The

Berjualan Dalgona, Boba, dan Es Teh memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya pilihan menarik bagi para pelaku usaha.

- 1 Popularitas yang tinggi dari ketiga minuman ini, terutama Dalgona yang viral selama pandemi, memberikan peluang besar untuk menarik pelanggan. Dalgona Coffee, misalnya, menjadi tren global berkat media sosial, sehingga banyak orang mencari tempat untuk menikmati minuman ini. Hal ini menciptakan permintaan yang stabil dan memungkinkan usaha untuk berkembang dengan cepat.
- 2 Kemudahan dalam produksi menjadi salah satu keunggulan utama. Dalgona hanya memerlukan beberapa bahan sederhana seperti kopi instan, gula, dan susu, yang mudah didapat. Boba juga relatif mudah diproduksi dengan bola tapioka yang dapat disiapkan dalam jumlah banyak. Sementara itu, Es Teh dapat disajikan dalam berbagai variasi rasa dengan bahan yang terjangkau.
- 3 Kustomisasi produk memungkinkan pelaku usaha untuk menawarkan variasi yang sesuai dengan selera pelanggan. Misalnya, Boba dapat disajikan dengan berbagai rasa teh dan topping tambahan, sedangkan Dalgona dapat dipadukan dengan berbagai jenis susu dan rasa manis. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membantu usaha membedakan diri dari kompetitor.
- 4 Strategi pemasaran yang efektif dapat dimanfaatkan melalui media sosial. Dengan tampilan yang menarik dan "Instagrammable," produk-produk ini sangat cocok untuk dipromosikan di platform seperti Instagram dan TikTok. Ini memberikan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa biaya pemasaran yang tinggi.
- 5 Potensi keuntungan yang besar menjadi daya tarik utama bagi para pelaku usaha. Dengan markup harga yang tinggi pada minuman kekinian seperti Dalgona dan Boba, serta permintaan yang terus meningkat, bisnis ini dapat memberikan keuntungan signifikan jika dikelola dengan baik.

Secara keseluruhan, penjualan Dalgona, Boba, dan Es Teh menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan dengan berbagai keunggulan yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan usaha.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Pembuatan Planning Usaha

Analisis pasar akan dilakukan untuk memahami target konsumen, terutama remaja dan dewasa muda yang mencari pengalaman baru dalam menikmati minuman. Kami akan melakukan riset terhadap pesaing untuk menemukan keunggulan kompetitif yang dapat dimanfaatkan. Produk yang ditawarkan meliputi Dalgona sebagai minuman kopi creamy, Boba sebagai teh manis dengan bola tapioka kenyal, dan Es Teh sebagai pilihan teh dingin yang menyegarkan dengan berbagai rasa tambahan.

Strategi pemasaran akan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk dengan konten menarik dan visual menggugah selera, serta melakukan promosi seperti diskon atau paket pembelian untuk menarik pelanggan baru. Lokasi usaha akan dipilih di area strategis yang dekat dengan kampus atau perkantoran untuk meningkatkan kunjungan. Kebutuhan bahan baku akan disusun dengan memastikan pasokan berkualitas tinggi untuk menjaga konsistensi produk.

Perhitungan keuangan akan mencakup proyeksi pendapatan dan pengeluaran untuk menentukan modal awal yang dibutuhkan serta estimasi keuntungan. Laporan keuangan akan disusun secara berkala untuk memantau kesehatan finansial usaha. Setelah usaha berjalan dengan baik, rencana pengembangan akan mencakup membuka cabang baru atau menjual produk secara online, serta melakukan inovasi produk untuk menjaga daya tarik pelanggan.

3.2 Memulai Usaha

Memulai usaha Dalgona, Boba, dan Es Teh merupakan langkah yang menjanjikan mengingat popularitas minuman kekinian saat ini. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah membuat perencanaan usaha yang matang sesuai dengan modal yang tersedia. Jika modal terbatas, mulailah dengan skala kecil dan fokus pada produk sederhana untuk memahami penerimaan konsumen. Rencana ini harus mencakup jenis minuman yang akan ditawarkan, harga, bahan baku, alat yang dibutuhkan, lokasi penjualan, serta strategi promosi.

3.3 Persiapan Usaha

Untuk memulai usaha Dalgona, Boba, dan Es Teh, langkah pertama adalah melakukan riset pasar untuk memahami tren minuman kekinian dan preferensi konsumen. Selanjutnya, buat rencana bisnis yang mencakup visi, misi, analisis kompetitor, dan proyeksi keuangan sebagai panduan. Siapkan modal untuk membeli peralatan dan bahan baku, serta pertimbangkan kemitraan atau franchise untuk mengurangi risiko. Pilih lokasi strategis di area ramai, seperti dekat kampus atau pusat perbelanjaan, dan fokus pada penggunaan bahan baku berkualitas tinggi serta inovasi rasa.

3.4 Analisis SWOT Usaha

- Kekuatan (Strengths)
 1. Popularitas Tinggi: Dalgona, Boba, dan Es Teh adalah minuman yang sangat populer, terutama di kalangan anak muda, sehingga memiliki potensi pasar yang besar.
 2. Variasi Produk: Kemampuan untuk menawarkan berbagai rasa dan inovasi dalam penyajian membuat produk ini menarik bagi konsumen.
 3. Modal Awal yang Terjangkau: Memulai usaha minuman tidak memerlukan modal yang sangat besar dibandingkan dengan bisnis makanan lainnya.
 4. Proses Produksi Cepat: Pembuatan minuman dapat dilakukan dengan cepat, memungkinkan perputaran uang yang lebih efisien.
- Kelemahan (Weaknesses)
 1. Persaingan Ketat: Banyaknya kompetitor di pasar minuman kekinian dapat menyulitkan usaha untuk menonjol.
 2. Ketergantungan pada Tren: Popularitas Dalgona dan Boba dapat berubah seiring dengan tren yang cepat berganti.
 3. Kualitas Bahan Baku: Kualitas bahan baku yang tidak konsisten dapat mempengaruhi rasa dan kepuasan pelanggan.
 4. Lokasi Strategis: Memerlukan lokasi yang tepat untuk menarik pelanggan, yang dapat menjadi tantangan di area yang kompetitif.
- Peluang (Opportunities)
 1. Pasar yang Luas: Peluang untuk menarik berbagai segmen usia dengan variasi produk yang ditawarkan.

2. Inovasi Menu: Potensi untuk mengembangkan menu baru dan penawaran spesial sesuai dengan tren dan preferensi konsumen.
 3. Peningkatan Kesadaran Kesehatan: Menawarkan pilihan minuman sehat dapat menarik konsumen yang lebih sadar akan kesehatan.
 4. Ekspansi Pasar: Kesempatan untuk memperluas jangkauan usaha melalui penjualan online atau membuka cabang baru.
- Ancaman (Threats)
 1. Perubahan Tren Konsumsi: Tren dalam industri minuman dapat berubah dengan cepat, sehingga perlu adaptasi yang cepat dari pelaku usaha.
 2. Kenaikan Harga Bahan Baku: Fluktuasi harga bahan baku seperti gula dan kopi dapat mempengaruhi biaya produksi.
 3. Kompetisi dari Kedai Kopi dan Minuman Lain: Munculnya kedai kopi dan minuman baru sebagai pesaing dapat mengurangi pangsa pasar.
 4. Kesadaran Masyarakat tentang Kesehatan: Peningkatan kesadaran akan kesehatan dapat mengubah preferensi konsumen terhadap minuman manis.

3.5 Alat dan Bahan

- a) Fixed Cost
 - o Alat Press Minuman
 - o Es Batu
 - o Sedotan
 - o Cup Kecil
 - o Cup Besar
 - o Galon
 - o Drink Jar
 - o Wadah Penyimpanan Dalgona

b) Variable Cost (Biaya Variable)

No.	Bahan	Kuantitas	Harga
1.	Dalgona Coklat	500 gr	Rp. 13.000
2.	Dalgona Red Velvet	500 gr	Rp. 13.000
3.	Dalgona Green Tea	500 gr	Rp. 13.000
4.	Dalgona Buble Gum	500 gr	Rp. 13.000
5.	Dalgona Coffe	500 gr	Rp. 13.000
6.	Dalgona Alpukat	500 gr	Rp. 13.000
7.	Dalgona Mangga	500 gr	Rp. 13.000
8.	Dalgona Taro	500 gr	Rp. 13.000
9.	Teh Bubuk	500 gr	Rp. 10.000
10.	Cup Besar	50 Pcs	Rp. 27.000
11.	Cup Kecil	50 Pcs	Rp. 23.000
12.	Es Batu	10 Kg	Rp. 10.000
Total Modal			Rp. 174.000

3.5 Analisis Keuntungan

Modal Usaha +- Rp. 174.000

500 gr Dalgona All Variant bisa dibuat hingga 30 Cup Kecil

Sedangkan untuk Es Teh bisa dibuat hingga 5 Liter, Untuk Produksinya bisa dibuat 15 Cup besar dan 20 Cup Kecil

Jumlah produksi tergantung pembeli dan keadaan cuaca

Jadi, Keuntungan dalam Sehari belum tentu sesuai pembeli = Jumlah produksi x Harga jual per Cup

$$= 30 \text{ Cup Kecil Dalgona} \times \text{Rp. 5.000}$$

$$= 15 \text{ Cup Besar Es Teh} \times \text{Rp. 5.000}$$

$$= 20 \text{ Cup Kecil Es Teh} \times \text{Rp. 3.000}$$

Jadi, Keuntungan yang bisa di dapatkan dalam 1 hari relatif (tidak terhitung hari libur) yaitu, dari Rp. 100.000 hingga Rp. 300.000

3.7 Dokumentasi



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Usaha Dalgona, Boba, dan Es Teh memiliki potensi yang sangat besar di pasar minuman kekinian yang terus berkembang. Dengan popularitas tinggi dari ketiga produk ini dan kemampuan untuk menawarkan variasi rasa yang menarik, usaha ini dapat memenuhi permintaan konsumen, terutama di kalangan anak muda. Namun, pelaku usaha harus tetap waspada terhadap persaingan yang ketat dan perubahan tren yang cepat dalam industri minuman.

B. Saran

Untuk memulai usaha ini mencakup melakukan riset pasar untuk memahami preferensi konsumen dan tren terkini. Penting juga untuk menyusun rencana bisnis yang jelas, termasuk analisis kompetitor dan proyeksi keuangan. Memilih lokasi strategis yang ramai dikunjungi dapat meningkatkan peluang penjualan, sementara penggunaan bahan baku berkualitas tinggi akan memastikan kepuasan pelanggan.

Selain itu, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dengan konten menarik dan kolaborasi dengan influencer lokal dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha. Terakhir, penting untuk memiliki sistem manajemen keuangan yang baik untuk memantau pendapatan dan pengeluaran secara rutin. Dengan langkah-langkah ini, usaha Dalgona, Boba, dan Es Teh memiliki peluang besar untuk sukses dan berkelanjutan di pasar minuman kekinian.

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211013175008-262-707402/sejarah-dalgona-tak-semanis-rasanya>

<https://endeus.tv/artikel/dalgona-coffee-berawal-dari-permen-hingga-menjadi-viral>

<https://www.bitkaorigin.com/detail/dalgona-coffee-101-sejarah-keunikan-resep-dan-cara-membuatnya>

KEWIRAUSAHAAN BISNIS

“Bisnis DoZe (Donat Glaze)”

Disusun Untuk Memenuhi Tugas

Mata Kuliah Pengayaan Kewirausahaan Bisnis



Dosen Pengampu :

Dan Mugisidi, S.T., M.Si.

Disusun Oleh :

Nurul Rahma Istiqomah (2203015016)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA

2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan laporan ini dengan judul “Rancangan Bisnis Doze (Donat Glaze)”. Laporan ini disusun sebagai salah satu tugas mata kuliah Kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, sekaligus sebagai bentuk pengaplikasian teori kewirausahaan yang telah kami pelajari.

Dalam laporan ini, kami membahas secara rinci konsep usaha Doze, sebuah produk inovatif donat dengan berbagai pilihan rasa yang ditawarkan melalui sistem penjualan online, reseller, dan layanan antar (COD). Kami berharap laporan ini dapat memberikan gambaran mengenai ide bisnis, strategi pemasaran, proses pelaksanaan, hingga hasil dan rencana pengembangan yang mendukung pertumbuhan usaha ini ke depannya.

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Mumung Marthasasmita, selaku dosen pembimbing mata kuliah Kewirausahaan, atas bimbingan dan arahan yang diberikan selama proses penyusunan laporan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada teman-teman serta pihak lain yang telah memberikan dukungan, masukan, dan motivasi dalam menyelesaikan laporan ini.

Kami menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi inspirasi dalam membangun usaha di bidang kewirausahaan.

29 Desember 2025

Nurul Rahma Istiqomah

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang Usaha.....	1
1.2 Prioritas Masalah	2
1.3 Profil Usaha	3
BAB II GAMBARAN UMUM USAHA	4
2.1 Ide Produk	4
2.2 Konsep Produk	4
2.2 Desain Produk	4
BAB III METODE PELAKSANAAN	6
3.1 Pembuatan Planning Usaha.....	6
3.2 Memulai Usaha	6
3.3 Persiapan Usaha	7
3.4 Promosi dan Branding	7
3.5 Analisis SWOT Usaha.....	8
3.6 Distribusi dan Penjualan.....	9
3.7 KOMPOSISI	10
3.8 Analisis Keuntungan	10
3.9 Dokumentasi.....	10
BAB IV PENUTUP	11
4.1 Kesimpulan.....	11
4.2 Saran.....	11
DAFTAR PUSTAKA	12

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Usaha

Donat adalah panganan yang digoreng, dibuat dari adonan tepung terigu, gula pasir, kuning telur, ragi roti, dan mentega. Donat yang paling umum adalah donat dengan bentuk seperti cincin dan ada lubang di tengahnya, biasanya ditaburi dengan mesis atau gula halus. Sedangkan Glaze adalah lapisan gula yang digunakan untuk memperindah tampilan donat, kue, puding, dan roti. Proses penggunaan glaze untuk menutupi permukaan kue disebut glazing. Glaze bisa dipanaskan dengan cara tim/au bain marie apabila mengental karena suhu yang rendah. Glaze dapat membeku jika disimpan di kulkas atau freezer, dan akan mengeras atau menjadi set jika disimpan di suhu ruang.

Donat glaze adalah jenis donat yang populer dan dikenal dengan lapisan gula mengkilap yang tipis dan manis di permukaannya. Lapisan glaze ini terbuat dari campuran gula bubuk, susu atau air, dan sering kali vanilla, yang memberikan tekstur lembut namun renyah saat mengering di atas donat. Donat ini sering dianggap sebagai pilihan klasik di banyak toko roti atau kafe karena kesederhanaannya. Siring berjalannya waktu donat glaze berevolusi dan memiliki keanekaragaman yang juga banyak disukai peminat sehingga memunculkan beragam rasa seperti : Tiramisu, Strawberry, White (susu), Dark chocolate, Green tea, Taro, Cheese, Cappuccino, Blueberry, Mango. dan topping topping seperti : kacang-kacangan, buah, gula dan sprinkels

1.2 Prioritas Masalah

Dalam menjalankan usaha donat glaze "DoZe", terdapat beberapa masalah utama yang menjadi prioritas untuk segera diselesaikan guna menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. Salah satu masalah utama adalah tingginya tingkat persaingan di pasar makanan ringan, khususnya donat, di mana merek-merek besar seperti J.Co dan Dunkin' Donuts telah memiliki pangsa pasar yang kuat. Hal ini menuntut pelaku usaha kecil seperti "DoZe" untuk terus berinovasi dan menonjolkan keunikan produk agar mampu bersaing.

Selain itu, tantangan dalam proses pengiriman juga menjadi prioritas. Karena donat merupakan produk yang mudah berubah bentuk dan kualitas, terutama saat

terkena panas atau penanganan yang kurang hati-hati, maka diperlukan strategi pengemasan dan pengiriman yang aman agar produk tetap dalam kondisi baik sampai ke tangan konsumen.

Masalah lainnya adalah tingginya biaya bahan baku yang dapat memengaruhi keberlanjutan finansial usaha. Dalam laporan keuangan tiga bulan terakhir, bisnis mengalami kerugian akibat pengeluaran bahan baku yang cukup besar, sehingga perlu evaluasi terhadap efisiensi produksi dan pengelolaan modal.

Dengan demikian, prioritas masalah yang harus diselesaikan meliputi peningkatan daya saing, penguatan sistem logistik dan pengemasan, serta pengelolaan biaya agar usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan.

1.3 Manfaat Kegiatan

Kegiatan usaha donat glaze “DoZe” memberikan berbagai manfaat, baik secara pribadi, sosial, maupun ekonomi. Secara pribadi, kegiatan ini membantu pelaku usaha untuk memahami secara langsung bagaimana membangun dan menjalankan sebuah bisnis dari nol. Proses ini memberikan pengalaman nyata dalam hal perencanaan, produksi, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha juga belajar menghadapi tantangan dunia usaha, seperti persaingan pasar dan pengelolaan biaya produksi, yang memperkuat jiwa kewirausahaan dan kemandirian.

Dari sisi konsumen, usaha ini memberikan pilihan camilan manis yang beragam rasa dan tampilannya menarik. Produk donat yang dijual secara online memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke toko. Hal ini memberikan kenyamanan dan kemudahan akses terhadap produk, khususnya di era digital saat ini.

Secara sosial, kegiatan usaha ini turut memberikan dampak positif dengan membuka peluang kerja melalui sistem reseller, sekaligus mendorong konsumsi produk lokal. Usaha ini juga menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dengan penggunaan kemasan ramah lingkungan, yang mendukung gaya hidup berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan usaha ini bukan hanya memberikan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga menciptakan dampak positif yang luas terhadap masyarakat dan lingkungan.

BAB II

GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Ide Produk

Ide produk “DoZe” muncul dari keinginan untuk menciptakan camilan manis yang tidak hanya enak, tetapi juga menarik secara visual dan mudah dijangkau masyarakat luas. Donat glaze dipilih karena popularitasnya yang tinggi dan fleksibilitasnya dalam pengembangan rasa maupun tampilan. Terinspirasi dari tren makanan estetik di media sosial dan meningkatnya minat terhadap produk donat dengan topping beragam, usaha ini mengusung konsep donat ber-glaze yang dipadukan dengan topping kekinian seperti oreo, kacang, almond, dan bubuk red velvet.

Selain itu, ide ini juga muncul sebagai respon terhadap peluang pasar selama masa pandemi, di mana banyak orang mulai mencari camilan lezat yang bisa dipesan secara online dan dikonsumsi di rumah. Dengan mengandalkan penjualan digital dan sistem pemesanan yang fleksibel, produk ini diharapkan dapat menjadi solusi camilan praktis dengan rasa dan tampilan yang memuaskan.

2.2 Konsep Produk

Konsep utama dari produk “DoZe” adalah menyajikan donat glaze dengan kualitas premium namun tetap terjangkau, serta mengedepankan tampilan yang menarik dan kekinian. Donat ini dibuat dengan bahan-bahan pilihan dan proses yang terstandar untuk menghasilkan tekstur lembut dan rasa manis yang seimbang. Setiap donat dilapisi glaze dengan berbagai varian rasa, seperti coklat, strawberry, green tea, tiramisu, taro, dan vanilla, yang bisa dikombinasikan dengan topping sesuai selera konsumen.

Konsep ini juga menekankan pada kepraktisan dan kemudahan akses, yaitu dengan menjual produk secara online, melakukan promosi melalui media sosial, serta menyediakan layanan antar (COD). Di sisi lain, “DoZe” juga membawa nilai branding yang kuat melalui logo, kemasan, dan tampilan produk yang Instagrammable, agar

dapat menarik perhatian generasi muda yang gemar berbagi momen kuliner secara digital.

2.3 Desain Produk

Desain produk “DoZe” dirancang dengan mempertimbangkan unsur estetika, keunikan, dan kenyamanan konsumen. Donat memiliki bentuk khas dengan lubang di tengah, dihias glaze berwarna cerah dan topping yang beragam, seperti oreo bubuk, kacang cincang, almond, keju, atau seres warna-warni. Perpaduan warna dari glaze dan topping menciptakan tampilan yang menarik dan menggugah selera.

Kemasan produk juga menjadi bagian dari desain keseluruhan, yaitu menggunakan box karton yang kuat dan ramah lingkungan, dengan desain ceria dan warna pastel seperti pink, biru muda, atau kuning. Logo “DoZe” tampil sederhana namun mudah dikenali, mencerminkan kesan modern dan menyenangkan. Desain ini tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian konsumen secara visual, tetapi juga menjaga kualitas produk tetap baik selama pengiriman.

- Desain Logo
Berikut adalah desain logo produk saya:



Gambar 1. 1 Desain Logo

- Pemasaran Produk Melalui Online
Berikut adalah digunakan untuk mempromosikan produk melalui social media:



Gambar 1. 2 Penjualan online

- Desain kemasan
Berikut adalah desain kemasan DoZe:



BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam usaha donat glaze “DoZe” disusun secara sistematis untuk memastikan bahwa setiap tahapan bisnis dapat dijalankan secara efektif dan efisien. Proses dimulai dari tahap perencanaan usaha yang mencakup penentuan ide produk, analisis pasar, dan strategi branding. Selanjutnya, dilakukan persiapan produksi yang meliputi pengadaan alat dan bahan, serta uji coba resep untuk menghasilkan produk berkualitas.

Tahap pelaksanaan dilakukan dengan memulai penjualan secara online melalui media sosial dan kerja sama dengan reseller. Strategi pemasaran dirancang untuk menjangkau target pasar melalui konten visual yang menarik dan promosi langsung ke komunitas lokal. Di sisi lain, sistem distribusi mengandalkan layanan antar (COD) guna menjawab kebutuhan konsumen akan kemudahan akses produk.

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam usaha, sehingga pelaku usaha dapat menyusun strategi yang adaptif. Perhitungan anggaran dilakukan secara cermat untuk memastikan efisiensi penggunaan modal. Evaluasi keuntungan dan dokumentasi kegiatan turut menjadi bagian penting untuk menilai kinerja usaha dan menjadi dasar pengembangan ke depannya.

3.1 Pembuatan Planning Usaha

Langkah awal yang dilakukan dalam pelaksanaan usaha “DoZe” adalah menyusun perencanaan yang terstruktur dan realistis. Perencanaan ini mencakup pemilihan jenis produk, target pasar, strategi promosi, dan sistem penjualan. Produk yang dipilih adalah donat dengan glaze beragam rasa karena memiliki potensi pasar luas dan digemari berbagai kalangan, khususnya anak muda. Dalam tahap ini, pelaku usaha juga membuat identitas usaha berupa nama brand "DoZe", desain logo, serta konsep kemasan yang estetik dan ramah lingkungan. Perencanaan usaha juga mempertimbangkan sumber daya yang tersedia, termasuk modal awal, alat yang dibutuhkan, serta strategi distribusi yang efisien melalui media sosial dan reseller

3.2 Memulai Usaha

Usaha ini mulai dijalankan pada masa pandemi COVID-19 tahun 2020. Kondisi tersebut justru menjadi peluang karena meningkatnya permintaan camilan rumahan yang bisa dipesan secara online. Pelaku usaha memanfaatkan media sosial seperti Facebook untuk memasarkan produk di grup komunitas lokal. Pemesanan dilakukan melalui WhatsApp, dan pengantaran dilakukan dengan sistem COD (Cash on Delivery). Pada tahap awal, produksi dilakukan secara mandiri di rumah dengan peralatan sederhana. Meski dimulai dari skala kecil, bisnis terus berkembang berkat promosi yang konsisten dan kualitas produk yang disukai konsumen.

3.3 Persiapan Usaha

Persiapan usaha meliputi pengadaan alat dan bahan, serta pembuatan media promosi. Alat-alat produksi seperti loyang, oven, timbangan, dan pengaduk disiapkan sesuai kebutuhan. Bahan baku seperti tepung terigu, margarin, gula, pisang, coklat, dan keju dibeli dari pasar lokal untuk mendukung produk yang terjangkau namun tetap berkualitas.

Dalam hal promosi, dibuatlah desain logo, poster promosi digital, serta kemasan produk yang menarik. Poster dipublikasikan melalui media sosial, sementara kemasan menggunakan plastik ramah lingkungan dengan desain sederhana namun profesional. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen serta menanamkan kesan merek yang baik.

3.4 Promosi dan Branding

Branding adalah elemen kunci dalam membedakan donat glaze “Doze” dari kompetitor. Langkah-langkah branding yang akan dilakukan meliputi:

- Nama Brand: Nama “Doze” dipilih karena mudah diingat dan unik, memberikan kesan modern dan fun.
- Logo dan Identitas Visual: Mengembangkan logo yang simpel namun menarik dengan warna-warna cerah dan mencolok untuk menarik perhatian konsumen, terutama yang gemar memposting makanan di media sosial.
- Kemasan Unik: Kemasan yang estetik dengan desain yang Instagrammable dan ramah lingkungan. Ini memberikan daya tarik visual dan meningkatkan nilai brand di mata konsumen yang peduli pada isu lingkungan. Cita Rasa Khas: Fokus pada inovasi rasa yang unik seperti glaze rasa buah, coklat premium, atau kombinasi rasa yang tidak umum, yang bisa menjadi ciri khas dari produk “Doze”

3.5 Analisis SWOT Usaha

Analisis SWOT digunakan untuk memahami posisi bisnis secara objektif:

- **Strengths (Kekuatan):**
Produk yang menarik secara visual dan memiliki banyak pilihan rasa; harga yang terjangkau; pemasaran aktif melalui media sosial; kemasan ramah lingkungan yang unik dan mudah dikenali; fleksibilitas sistem penjualan dengan COD dan reseller.
- **Weaknesses (Kelemahan):**
Masih terbatasnya kapasitas produksi karena usaha dilakukan di rumah; belum memiliki toko fisik; keterbatasan tenaga kerja dalam memenuhi lonjakan pesanan besar.
- **Opportunities (Peluang):**
Minat masyarakat terhadap makanan manis yang praktis terus meningkat; tren makanan estetik di media sosial mendukung promosi; potensi memperluas pasar melalui kerja sama dengan kafe atau restoran.
- **Threats (Ancaman):**
Persaingan ketat dengan merek besar seperti J.Co dan Dunkin' Donuts; tantangan dalam menjaga kualitas produk selama pengiriman; fluktuasi harga bahan baku yang dapat memengaruhi margin keuntungan.

3.6 Distribusi dan Penjualan

Untuk mencapai target pasar dengan efektif, distribusi dan penjualan harus dikelola dengan baik. Berikut adalah beberapa strategi distribusi yang akan diterapkan:

- **Distribusi Online:** Memanfaatkan platform seperti Whatsapp, facebook, dan layanan pesan antar untuk memperluas jangkauan pasar. Banyak konsumen lebih memilih memesan makanan secara online, terutama di daerah perkotaan.
- **Program Loyalty:** Menerapkan program loyalty di mana pelanggan yang membeli donat “Goze” atau Reseller dalam jumlah tertentu akan mendapatkan potongan harga atau bonus produk. Program ini membantu mempertahankan pelanggan

3.7 KOMPOSISI

- **Bahan Utama**

No	Bahan	Jumlah / Berat	Harga (Rp)
----	-------	----------------	------------

1	Tepung terigu Segitiga	½ kg	6.000
2	Mentega	300 gr	9.000
3	Air Es	700 ml	-
4	Tepung terigu Cakra	2 kg	22.000
5	Gula	250 gr	6.000
6	Kuning Telur	5 butir	15.000
7	Pelembut Donat	10 gr	3.000
8	Softener Roti	35 gr	3.000
9	Garam	35 gr	1.000
10	Susu Cair	500 gr	5.000
11	Pengembang Donat / Yeast	25 gr	3.000
12	Topping Glaze Tiramisu	-	32.000
13	Topping Glaze Cokelat	-	32.000
14	Topping Glaze Strawberry	-	32.000
15	Topping Glaze Taro	-	32.000
16	Topping Glaze Green Tea	-	32.000
17	Topping Oreo Bubuk	-	12.000
18	Topping Red Velvet Bubuk	-	12.000
19	Kacang Tanah Cincang	-	12.000
20	Almond	-	16.000
21	Goriorio	-	9.000
22	Minyak	-	35.000
23	Box Isi 10	-	16.000
	Total		Rp 345.000

- **Cara Pembuatan Donat Glaze “DoZe”**

1. Masukkan tepung terigu dan tepung cakra ke dalam mixer.
2. Tambahkan ragi, pelembut donat, softener roti, gula, kuning telur, dan susu cair.
3. Tuangkan air es ke dalam mixer.
4. Mixer semua bahan hingga tercampur rata.
5. Hentikan pengadukan setelah adonan tercampur merata.
6. Tambahkan garam dan mentega, lalu aduk kembali hingga adonan menjadi kalis.
7. Setelah kalis, angkat adonan dan taruh di atas nampan.
8. Timbang adonan seberat 18 gram per buah.
9. Bulatkan adonan, lalu lumuri dengan tepung terigu agar tidak menempel satu sama lain.
10. Diamkan adonan hingga sedikit mengembang.
11. Lubangi bagian tengah adonan untuk membentuk donat.
12. Letakkan donat di atas potongan kertas nasi (alas).
13. Diamkan kembali selama 20–30 menit hingga donat mengembang sempurna.
14. Panaskan minyak dengan api paling kecil.
15. Goreng donat satu kali balik saja agar tidak menyerap minyak berlebihan.
16. Tiriskan donat dan tunggu hingga benar-benar dingin.
17. Siapkan glaze dengan berbagai rasa seperti:
 - o Strawberry
 - o Cokelat
 - o Green Tea
 - o Taro
 - o Vanilla
 - o Tiramisu
18. Tambahkan topping sesuai selera, seperti: seres cokelat, kacang cincang, almond, keju, oreo bubuk, atau red velvet bubuk.
19. Cairkan glaze dengan sedikit minyak dan atur kekentalannya. Jangan terlalu cair agar tidak transparan.
20. Celupkan donat ke dalam glaze, tambahkan topping, lalu susun dalam box.



- Strategi Pemasaran
Strategi pemasaran dari kami adalah sebagai berikut :
 - a. Target utama: anak anak dan orang dewasa tanpa terpaut usia
 - b. Media sosial: facebook dan grub whatsapp untuk melakukan promosi
 - c. Sistem Pre-order: Sistem pre-order digunakan sebagai metode penjualan utama untuk mengoptimalkan pengelolaan stok dan memastikan setiap pesanan terpenuhi dengan baik. Konsumen dapat melakukan pemesanan melalui media sosial (facebook, WhatsApp) atau platform e-commerce dengan batas waktu pemesanan tertentu. Sistem ini memungkinkan pengurangan risiko pemborosan bahan baku serta membantu menjaga

kualitas produk selalu dalam keadaan segar.

3.8 Analisis Keuntungan

Berdasarkan laporan keuangan selama tiga bulan, total pemasukan dari penjualan produk donat glaze “DoZe” mencapai Rp 12.500.000. Namun, dalam periode yang sama, total biaya bahan baku yang dikeluarkan mencapai Rp 17.000.000, sehingga tercatat kerugian bersih sebesar Rp 4.500.000. Kerugian ini merupakan hasil dari beberapa faktor yang saling berkaitan dan perlu dievaluasi secara cermat.

Salah satu penyebab utama kerugian adalah tingginya biaya bahan baku, terutama untuk topping dan glaze premium yang menjadi ciri khas dari produk. Selain itu, peningkatan kapasitas produksi yang belum diimbangi dengan sistem distribusi dan pemasaran yang optimal juga berdampak pada ketidakseimbangan antara biaya dan pemasukan. Hal ini menunjukkan bahwa skala usaha masih dalam tahap awal perkembangan dan membutuhkan penguatan di sisi efisiensi produksi dan manajemen stok.

Namun demikian, potensi keuntungan jangka panjang dari usaha ini tetap sangat besar. Beberapa faktor pendukungnya antara lain:

- Biaya operasional yang rendah, karena usaha masih berbasis rumahan sehingga tidak memerlukan sewa tempat.
- Promosi melalui media sosial yang hemat biaya, tetapi menjangkau banyak konsumen secara langsung.
- Model bisnis yang fleksibel, seperti kerja sama dengan reseller dan sistem pemesanan COD, yang memudahkan ekspansi pasar.
- Tingkat loyalitas pelanggan yang mulai terbentuk, terutama dari pelanggan tetap dan pembeli yang datang melalui komunitas atau grup wilayah di Facebook.

Untuk meningkatkan keuntungan di masa mendatang, beberapa strategi dapat diterapkan, seperti:

- Meninjau ulang jumlah dan jenis bahan baku yang dibeli agar lebih efisien.
- Mengoptimalkan varian donat yang paling diminati konsumen dan mengurangi varian dengan penjualan rendah.
- Meningkatkan volume penjualan melalui program diskon, bundling, atau paket hemat untuk menarik konsumen baru.
- Menambahkan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur agar pelaku usaha dapat memonitor pergerakan arus kas secara lebih akurat.

- Melatih reseller untuk turut melakukan promosi aktif, sehingga distribusi tidak hanya bergantung pada penjual utama.

Dengan perbaikan sistem produksi dan manajemen usaha yang lebih matang, diharapkan usaha DoZe dapat kembali mencapai titik impas (breakeven point) dan berkembang menjadi usaha yang menguntungkan dalam jangka panjang.

I. Laporan Penjualan

Tanggal	Keterangan	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo (Rp)
16/3/2025	Modal Awal	650.000		650.000
16/3/2025	Pembelian Bahan Baku (1x)		500.000	150.000
18/3/2025	Penjualan Pertama (15 box)	375.000		525.000
22/3/2025	Penjualan ke-2 (30 box)	750.000		1.275.000
30/3/2025	Pembelian Bahan Baku (2x)		1.000.000	275.000
05/4/2025	Penjualan ke-3 (45 box)	1.125.000		1.400.000
15/4/2025	Penjualan ke-4 (60 box)	1.500.000		2.900.000
20/4/2025	Pembelian Bahan Baku (3x)		1.500.000	1.400.000
25/4/2025	Penjualan ke-5 (80 box)	2.000.000		3.400.000
30/4/2025	Pembelian Bahan Baku (4x)		2.000.000	1.400.000
10/5/2025	Penjualan ke-6 (90 box)	2.250.000		3.650.000
15/5/2025	Penjualan ke-7 (180 box)	4.500.000		8.150.000
16/5/2025	Biaya Bahan Baku (34 adonan)		17.000.000	(8.850.000)

II. Ringkasan Keuangan

- Total Pemasukan (Penjualan): Rp 12.500.000
- Total Biaya Bahan Baku: Rp 17.000.000
- Rugi Bersih: Rp 4.500.000

III. Catatan Analisis:

- Usaha masih mengalami kerugian karena pembelian bahan baku yang cukup besar, terutama untuk stok dan peningkatan kapasitas produksi.
- Biaya operasional rendah, karena usaha dijalankan dari rumah (tanpa sewa tempat usaha).
- Pemasaran efektif dan hemat biaya, menggunakan platform seperti WhatsApp, Facebook, dan komunitas wilayah.
- Dengan strategi distribusi langsung ke pelanggan dan reseller, usaha ini memiliki potensi untuk menekan biaya dan meningkatkan margin keuntungan di masa depan.

IV. Informasi Dasar

- Modal Awal: Rp650.000
- Harga Jual per Box: Estimasi Rp25.000 (dari pembagian total pemasukan dan box)
- Total Box Terjual: $15 + 30 + 45 + 60 + 80 + 90 + 180 = 500$ box
- Produksi per Adonan: Estimasi 15 box
- Total Adonan yang Dipakai: 34 adonan (dari data biaya bahan baku 16 Desember)
- Biaya Bahan Baku per Adonan: $\text{Rp}17.000.000 \div 34 = \text{Rp}500.000$ per adonan (*dari laporan keuangan*)

V. Langkah Perhitungan

1. Pemasukan Total

- Total box terjual = **500 box**
- Estimasi harga jual per box = **Rp25.000**
- **Pemasukan Total** = $500 \times \text{Rp}25.000 = \text{Rp}12.500.000$

2. Biaya Produksi

- Biaya bahan baku per adonan = **Rp500.000**
- Total adonan digunakan = **34 adonan**
- **Biaya Bahan Baku Total** = $34 \times \text{Rp}500.000 = \text{Rp}17.000.000$

3. Keuntungan Bersih

- **Laba Bersih** = Total Pemasukan – Total Biaya Produksi
- **Laba Bersih** = Rp12.500.000 – Rp17.000.000 = **Rp4.500.000**

VI. Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pemasukan	
Penjualan 500 box	12.500.000
Total Pemasukan	12.500.000
Biaya Produksi	
Bahan Baku (34 adonan)	17.000.000
Total Biaya	17.000.000
Laba Bersih	–4.500.000

3.9 Dokumentasi

Untuk menunjang laporan dan evaluasi, pelaku usaha mendokumentasikan berbagai kegiatan dalam bentuk foto, seperti:

- Tampilan showcase untuk menyimpan donat
- Proses produksi dan penggunaan alat seperti mixer
- Proses pengemasan donat ke dalam box
- Bukti interaksi pemesanan via WhatsApp dan proses COD dengan pelanggan

Dokumentasi ini tidak hanya menjadi bagian dari laporan, tetapi juga berfungsi sebagai bahan promosi untuk memperkuat brand image di media sosial.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0909250061439**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : NUR INDAH RAHAYU |
| 2. Alamat | : JL. RAWA BOGO KP. PADURENAN, Desa/Kelurahan Padurenan, Kec. Mustikajaya, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : |
| Email | : nurindah@mail4.uk |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 9 September 2025

**Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik.

Dicetak tanggal: 13 September 2025

Bukti NIB :







BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan laporan usaha yang telah disusun, dapat disimpulkan bahwa bisnis donat glaze “DoZe” memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai usaha kuliner berbasis rumahan. Dengan mengandalkan media sosial dan sistem distribusi fleksibel seperti COD dan reseller, usaha ini mampu menjangkau pasar yang luas tanpa memerlukan biaya operasional tinggi. Produk yang ditawarkan memiliki keunikan dari

segi tampilan, variasi rasa, serta kemasan yang menarik, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen muda.

Meskipun dalam tiga bulan terakhir usaha ini mengalami kerugian sebesar Rp4.500.000 akibat tingginya biaya bahan baku, namun secara keseluruhan, model bisnis yang diterapkan cukup menjanjikan. Efektivitas strategi pemasaran digital, loyalitas pelanggan, dan nilai inovatif dari produk memberikan pondasi yang kuat untuk terus berkembang di masa depan.

B. Saran

Agar usaha “DoZe” dapat tumbuh lebih optimal dan mencapai keuntungan yang berkelanjutan, maka disarankan beberapa hal berikut:

1. Evaluasi biaya produksi, terutama bahan baku, agar lebih efisien dan disesuaikan dengan permintaan pasar.
2. Tingkatkan pengelolaan keuangan secara rapi dan sistematis untuk memantau arus kas dan keuntungan secara real-time.
3. Fokus pada varian produk yang paling diminati konsumen guna mengurangi risiko pemborosan stok dan bahan.
4. Perluas promosi digital dengan konten kreatif di media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menarik lebih banyak pelanggan baru.
5. Kembangkan kerja sama dengan lebih banyak reseller, serta pertimbangkan membuka toko fisik atau booth kecil di lokasi strategis untuk memperkuat brand.

Dengan terus melakukan inovasi dan pengembangan, diharapkan usaha *DoZe* mampu menjadi salah satu pelaku usaha mikro yang sukses dan menginspirasi di bidang kuliner kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Koperasi dan UMKM. (2020). Panduan praktis pengembangan produk UMKM. Kementerian Koperasi dan UKM.

Handayani, R. (2019). Strategi pemasaran produk UMKM berbasis digital. Pustaka Rakyat.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). Industri makanan dan minuman sebagai sektor unggulan. <https://kemenperin.go.id>

Munandar, A. (2018). Inovasi produk dan perilaku konsumen. Graha Ilmu.

Suryana, Y. (2016). Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses. Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2017). Pemasaran strategik. Andi.

Wibowo, A. (2020). Dasar-dasar analisis SWOT dalam bisnis kecil dan menengah. Prenada Media.

Laporan pengayaan (Kewirausahaan Bisnis)

Dosen Pengampu : Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.



Bisnis Yang Sudah Berjalan

**Usaha layanan isi ulang pulsa
dan top-up digital**

Disusun oleh :

Nama : Rezhar Hakeem

NIM. 2203025009

Kelas : 7A Teknik Elektro

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan laporan ini yang berjudul "*Kewirausahaan Bisnis*" da

Kewirausahaan Bisnis merupakan strategi pendekatan dalam memulai dan mengembangkan usaha dengan memanfaatkan perencanaan yang matang, pengelolaan sumber daya yang efektif, dan penerapan sistem yang efisien. Di era persaingan yang semakin ketat, pendekatan ini menjadi sangat relevan untuk memastikan keberhasilan dalam dunia bisnis.

Melalui laporan ini, kami berusaha menjelaskan berbagai aspek Kewirausahaan Bisnis, mulai dari ide pengembangan, analisis pasar, penyusunan rencana bisnis, hingga pengelolaan usaha secara profesional. Kami berharap, laporan ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembaca, khususnya calon wirausahawan yang ingin memulai usaha dengan pendek

Kami menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kami sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa depan

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pembaca.

Penyusun

Rezhar Hakeem

DAFTAR ISI

Laporan pengayaan (Kewirausahaan Bisnis)	1
Bisnis Yang Sudah Berjalan Usaha layanan isi ulang pulsa dan top-up digital.....	1
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA 2026	1
Kata Pengantar.....	1
BAB I PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Tujuan Kewirausahaan Bisnis	6
1.3 Manfaat Kewirausahaan Bisnis	7
1.4 Tempat Dan Waktu Kegiatan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Konsep Dasar Kewirausahaan.....	8
2.2 Konsep Bisnis yang Dikembangkan.....	8
BAB III METODOLOGI KEGIATAN	9
3.1 Rencana Usaha.....	9
3.2 Tujuan Usaha	10
2. Jam Operasional	10
3.4 Strategi Pemasaran	10
3.5 Analisa Keuangan	10
KESIMPULAN.....	12
Daftar Pustaka	13
Lampiran.....	14



14

Waroeng khafa
14/12/2025 20:35

STRUK PEMBELIAN

ID :
PRODUK : 60.000
NOMOR HP :
HARGA : Rp62.000

**** Serial Number ****

GOPAY - /GOPAY
/60000/

Terima Kasih
Atas Kepercayaan Anda

Waroeng khafa
08/01/2026 17:36

STRUK PEMBELIAN

ID :
PRODUK : 25.000
NOMOR HP :
HARGA : Rp27.000

**** Serial Number ****

DNID /25000/

Terima Kasih
Atas Kepercayaan Anda

Waroeng khafa
17/12/2025 10:22

STRUK PEMBELIAN

ID :
PRODUK : 15.000
NOMOR HP :
HARGA : Rp17.000

**** Serial Number ****

TopUp DANA-DNID

15000/

Terima Kasih
Atas Kepercayaan Anda

Waroeng khafa
27/12/2025 09:40

STRUK PEMBAYARAN TOKEN PLN

TANGGAL : 27/12/2025
09:40
ID TRANSAKSI :
PRODUK : TOKEN PLN 200RB
ID PELANGG :
STATUS : SUKSES
NAMA :
GOLONGAN : R1
DAYA METER : 1300VA VA
DAYA TOKEN : 135,2Kwh
HARGA : Rp200.000

Kode Token

=== Terima Kasih ===

RUKUN TETANGGA 006
 RUKUN WARGA 06
 KELURAHAN TANJUNG BARAT KECAMATAN JAGAKARSA
 KOTA/KABUPATEN ADMINISTRASI JAKARTA SELATAN
 Sekretariat : Jalan Tlp Faksimile
 Website : E-mail :
 JAKARTA

Kode Pos :

SURAT PENGANTAR
 NOMOR : 04/006/06/1/2036

Yang beranda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Rezhaz Hikaan
 Tempat/Tgl Lahir : Jakarta, 19-08-2004
 Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
 Agama : Islam
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Nomor KTP : 3174 0719 0804 0004
 Alamat : K. Grogol RT 006/06 Kel. Tanjung Barat

Keperluan : Menerangkan bahwa nomor nama tersebut
adalah palsu

Demikian Surat Pengantar ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan yang berkepentingan untuk menjadi maklum.

Jakarta, 13 Januari 2036

Kelurahan RT 006 / RW 06



(Harini N)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong inovasi. Di tengah persaingan global yang semakin ketat, keberadaan wirausahawan yang kreatif dan inovatif menjadi kunci untuk menciptakan solusi atas tantangan ekonomi dan sosial. Kewirausahaan tidak hanya menjadi sarana untuk mencapai keberhasilan finansial, tetapi juga menjadi penggerak dalam mengatasi masalah-masalah yang ada di masyarakat melalui pendekatan.

Dalam konteks ini, kewirausahaan memiliki peran strategi dalam menciptakan usaha baru yang mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Dengan memanfaatkan peluang yang ada, seorang wirausahawan tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan. Mereka mampu memberikan dampak positif melalui penciptaan nilai tambah, inovasi produk dan layanan, serta pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan.

Namun, meskipun kewirausahaan menawarkan peluang besar, tidak dapat dibayangkan bahwa perjalanan menuju sukses dalam dunia usaha penuh dengan tantangan. Tantangan tersebut mencakup minimnya pengetahuan tentang pengelolaan bisnis, keterbatasan modal, hingga ketatnya persaingan pasar. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang konsep kewirausahaan, termasuk kemampuan untuk mengenali peluang, menyusun strategi bisnis yang tepat, dan berinovasi secara tepat.

Dengan latar belakang tersebut, pembahasan mengenai kewirausahaan menjadi semakin relevan untuk membantu individu memahami langkah-langkah strategi dalam memulai dan mengembangkan usaha. Pengetahuan ini diharapkan dapat mendorong semangat wirausaha di berbagai kalangan masyarakat serta meningkatkan daya saing di tingkat lokal maupun global.

1.2 Tujuan Kewirausahaan Bisnis

1. Meningkatkan Keberhasilan Usaha
2. Menciptakan Inovasi Berkelanjutan
3. Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi

4. Mengoptimalkan Sumber Daya Lokal
5. Mendorong Inovasi dan Kreativitas

1.3 Manfaat Kewirausahaan Bisnis

1. Peningkatan Produktivitas dan Efisiensi
2. Mengurangi Risiko Gagal
3. Pengembangan Inovasi
4. Meningkatkan Daya Saing
5. Menciptakan Lapangan Kerja

1.4 Tempat Dan Waktu Kegiatan

Kegiatan Program Kewirausahaan Ini Di Laksanakan Di :

Jl.Gintung gg.Ramidin RT 06/06 Kel.Tanjung Barat Kec. Jagakarsa Kota DKI Jakarta.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Dasar Kewirausahaan

1. Definisi Kewirausahaan

1. Pengertian kewirausahaan menurut para ahli.
2. Penjelasan tentang kewirausahaan secara umum.

2. Karakteristik Wirausaha

1. Sifat dan karakteristik yang dibutuhkan dalam kewirausahaan.
2. Penjelasan tentang sikap dan keterampilan wirausaha sukses.

3. Fungsi dan Tujuan Kewirausahaan

1. Dampak kewirausahaan terhadap perekonomian.
2. Tujuan utama dalam pengembangan usaha.

2.2 Konsep Bisnis yang Dikembangkan

1. Latar Belakang Pemilihan Ide Bisnis

1. Penjelasan tentang alasan memilih ide bisnis tersebut.
2. Masalah atau peluang yang diatasi melalui bisnis ini.

2. Model Bisnis

1. Uraian tentang Business Model Canvas (BMC) jika digunakan.
2. Penjelasan komponen utama dalam bisnis seperti produk, pelanggan, dan strategi pemasaran.

3. Keunggulan Kompetitif

1. Apa yang membuat bisnis ini unik atau berbeda dibandingkan kompetitor.
2. Penjelasan inovasi yang ditawarkan.

BAB III

METODOLOGI KEGIATAN

3.1 Rencana Usaha

A. Deskripsi Usaha:

Usaha layanan isi ulang pulsa dan top-up digital adalah jenis usaha yang bergerak di bidang penyediaan produk dan jasa keuangan digital berbasis elektronik. Produk yang ditawarkan meliputi isi ulang pulsa semua operator, pengisian saldo dompet digital seperti DANA, GoPay, OVO, ShopeePay, serta layanan pembelian token listrik PLN dan pembayaran tagihan PDAM.

Usaha ini bertujuan untuk memberikan kemudahan akses transaksi digital bagi masyarakat, khususnya di lingkungan yang belum sepenuhnya akrab dengan teknologi atau tidak memiliki akses langsung ke layanan perbankan digital. Proses usaha ini mencakup pengisian saldo dari mitra penyedia, pengelolaan transaksi pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat, praktis, dan aman.

Usaha layanan isi ulang dan top-up digital memiliki peran strategis dalam mendukung transformasi ekonomi digital yang inklusif. Dengan menyediakan layanan yang mudah dijangkau dan terjangkau, usaha ini membantu masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi harian tanpa harus bergantung pada fasilitas perbankan atau merchant modern. Selain itu, usaha ini juga membuka peluang ekonomi baru, baik sebagai sumber pendapatan utama maupun usaha sampingan yang fleksibel dan berkelanjutan..

3.2 Tujuan Usaha

- Memberikan layanan isi ulang pulsa dan top-up saldo e-wallet dengan cepat, aman, dan terpercaya.
- Membantu masyarakat sekitar yang kesulitan mengakses layanan digital.
- Menghasilkan keuntungan sebagai sumber pendapatan tambahan.
- Mengembangkan usaha ke arah mitra PPOB (Payment Point Online Bank) yang lebih lengkap di masa depan.

3.3 Perencanaan Operasional

1. Lokasi Usaha :

- **Pemilihan Lokasi:**

Usaha ini berlokasi strategis, seperti di kawasan yang dekat dengan pusat pemukiman.

2. Jam Operasional

Jam 07.00-21.00 WIB

3. Sumber Daya Manusia (SDM): 2 Orang

3.4 Strategi Pemasaran

1. Segmentasi Pasar

Masyarakat sekitar rumah.

2. Promosi

Promosi dilakukan dengan menawarkan jasa ke tetangga, teman, keluarga serta mempromosikan di media sosial seperti whatsapp

3. Pelayanan cepat dan ramah.

4. Harga bersaing

3.5 Analisa Keuangan

1. Modal awal

Komponen	Jumlah (Rp)
Saldo awal	500.000
Paket data HP	100.000
Total	600.000

2. Estimasi pendapatan

Keuntungan yang diambil Rp 2000/transaksi. perkiraan pembelian harian adalah 5 transaksi per hari. Jika akumulasikan pendapatan didapat kisaran Rp.300.000.

3. Analisis keuntungan

Rumus dasar = pendapatan-pengeluaran

=300.000-100.000=Rp200.000(laba bersih)

4. Laporan keuangan dua bulan terakhir

NO	Deskripsi	Bulan	
		Desember	Januari
1	Beban operasional (paket data Hp)	Rp.100.000	Rp.100.000
2	Laba kotor	Rp.740.000	Rp.400.000
3	Laba bersih	Rp.640.000	Rp.300.000

Catatan: Laporan bulan Januari hanya mencakup periode tanggal 1 s.d. 13 Januari 2026.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam laporan kewirausahaan ini, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Melalui pengelolaan yang terstruktur, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, bisnis dapat mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

Dalam laporan ini, aspek-aspek seperti analisis peluang, pengelolaan sumber daya, strategi pemasaran, dan inovasi produk telah diidentifikasi sebagai faktor kunci yang mendukung keberhasilan usaha. Dengan fokus pada keberlanjutan dan adaptasi terhadap perubahan pasar, wirausahawan memiliki peluang lebih besar untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Daftar Pustaka

1. **Slamet, M. (2022).** *Pengantar Kewirausahaan* . Jakarta: Penerbit Andi. Buku ini memberikan pemahaman dasar tentang kewirausahaan, termasuk aspek penting dalam memulai usaha dan peran kewirausahaan dalam perekonomian.
2. **Sutrisno, B. (2021).** *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah* . Yogyakarta: Graha Ilmu. Buku ini membahas tentang strategi, manajemen, dan tantangan yang dihadapi oleh usaha kecil
3. **Wahid, F., & Rahman, S. (2020).** *Strategi Pemasaran Usaha Mikro* . Bandung: Penerbit Alfabeta. Buku ini memberikan panduan tentang strategi pemasaran yang efektif untuk usaha kecil

Lampiran



Waroeng khafa
14/12/2025 20:35

STRUK PEMBELIAN

ID :
PRODUK : 60.000
NOMOR HP :
HARGA : Rp62.000

**** Serial Number ****

GOPAY - /GOPAY
/60000/

Terima Kasih
Atas Kepercayaan Anda

Waroeng khafa
08/01/2026 17:36

STRUK PEMBELIAN

ID :
PRODUK : 25.000
NOMOR HP :
HARGA : Rp27.000

**** Serial Number ****

DNID /25000/

Terima Kasih
Atas Kepercayaan Anda

Waroeng khafa
17/12/2025 10:22

STRUK PEMBELIAN

ID :
PRODUK : 15.000
NOMOR HP :
HARGA : Rp17.000

**** Serial Number ****

TopUp DANA-DNID

15000/

Terima Kasih
Atas Kepercayaan Anda

Waroeng khafa
27/12/2025 09:40

STRUK PEMBAYARAN TOKEN PLN

TANGGAL : 27/12/2025
09:40
ID TRANSAK... :
PRODUK : TOKEN PLN 200RB
ID PELANGG... :
STATUS : SUKSES
NAMA :
GOLONGAN : R1
DAYA METER : 1300VA VA
DAYA TOKEN : 135,2Kwh
HARGA : Rp200.000

Kode Token

=== Terima Kasih ===

RUKUN TETANGGA 006
 RUKUN WARGA 06
 KELURAHAN TANJUNG BARAT KECAMATAN JAGAKARSA
 KOTA/KABUPATEN ADMINISTRASI JAKARTA SELATAN
 Sekretariat : Jalan Tip Faksimile
 Website : E-mail :
 JAKARTA
 Kode Pos :

SURAT PENGANTAR
 NOMOR : 04/006/06/1/2026

Yang beranda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Rezar Hikman
 Tempat/Tgl Lahir : Jakarta 19-08-2004
 Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
 Agama : Islam
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Nomor KTP : 3174.0919.0004.0004
 Alamat : K. Guntur RT 006/06 Kel. Tanj. Barat

Keperluan : Menerangkan bahwa nomor rumah tersebut
adalah rumah

Demikian Surat Pengantar ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan yang berkepentingan untuk menjadi maklum.

Jakarta, 13 Januari 2026

Ketua RT 006 / RW 06



(M. H. M.)

LAPORAN KEGIATAN

Kewirausahaan Bisnis

(Penggerak Usaha Mikro)

Dosen Pengampu: Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.



Disusun Oleh :

Nama : Ruri Thohir Akbar

Nim : 2203025012

Kelas : 7A

Program Studi : Teknik Elektro

Mata Kuliah : Kewirausahaan Bisnis

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA

2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kegiatan usaha dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah Kewirausahaan Terstruktur, dengan judul "Usaha Jual Beli Handphone Baru dan Bekas oleh Mahasiswa".

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik atas pelaksanaan kegiatan wirausaha yang penulis jalankan secara mandiri. Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam merintis dan mengelola usaha kecil di bidang jual beli handphone, termasuk tantangan dan strategi yang dihadapi dalam dunia nyata.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan ini, antara lain:

1. Bapak/Ibu Dosen Pengampu mata kuliah Kewirausahaan Terstruktur yang telah memberikan arahan dan pembinaan selama proses belajar.
2. Orang tua dan keluarga yang senantiasa mendukung secara moral maupun material.
3. Teman-teman dan rekan usaha yang turut membantu dalam proses jual beli dan promosi produk.
4. Bapak Ketua RT setempat yang telah berkenan memberikan surat keterangan usaha sebagai salah satu kelengkapan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyusunan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin mengembangkan jiwa kewirausahaan sejak dini.

Jakarta Utara, 15 Agustus 2025

Ruri Thohir Akbar 2203025012

Lembar Penilaian

Nama Kegiatan : Penggerak Usaha Mikro

Alamat Kegiatan : Jl.Swasembada Timur XXII No.10, Kebon Bawang, Tanjung Priuk, Kota Jakarta Utara, TANJUNG PRIUK, DKI JAKARTA,14320

Nama : Ruri Thohir Akbar

Nim : 2203025012

Kelas : 7A

Program : Teknik Elektro

Studi

Nilai Perolehan :

Bobot :

Mengatahui,

Menyetujui,

Dr. Ir. Dan Mugisidi, S.T., M.Si., IPP.

Ir.Harry Ramza, S.T., M.T., Ph.D

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	1
DAFTAR ISI	3
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang.....	5
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	6
BAB II DESKRIPSI KEGIATAN USAHA	7
2.1 Awal Mula Usaha	7
2.2 Aktivitas Usaha Sehari-hari	7
2.3 Media Penjualan	7
2.4 Sumber Produk dan Modal Awal	8
2.5 Tantangan yang Dihadapi	8
2.6 Pelajaran dan Pengalaman.....	8
BAB III ANALISIS USAHA	9
3.1 Analisis SWOT.....	9
3.2 Strategi Pemasaran	10
3.3 Strategi Operasional.....	10
3.4 Pengelolaan Keuangan	10
3.1 Tabel Modal.....	11
3.2 Tabel Pengeluaran	11
BAB IV.....	12
EVALUASI DAN RENCANA PENGEMBANGAN USAHA	12
4.1 Evaluasi Pelaksanaan Usaha.....	12
4.2 Rencana Pengembangan Usaha	13
BAB V PENUTUP	14
5.1 Kesimpulan.....	14
5.2 Saran	15
DAFTAR PUSTAKA	16
LAMPIRAN DOKUMENTASI.....	17
LAMPIRAN PERSETUJUAN DARI RT	18

BAB I

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat telah menjadikan handphone (HP) sebagai kebutuhan primer bagi masyarakat. Tidak hanya sebagai alat komunikasi, HP kini juga berperan sebagai alat kerja, hiburan, dan sarana informasi. Kondisi ini menciptakan peluang bisnis yang besar dalam bidang jual beli HP, baik yang baru maupun bekas.

Sebagai mahasiswa, penulis melihat peluang tersebut sebagai kesempatan untuk belajar berwirausaha secara langsung di tengah kehidupan kampus. Dengan modal terbatas dan pemahaman dasar mengenai teknologi HP, penulis memulai usaha kecil-kecilan dalam bentuk jual beli handphone, baik melalui platform online maupun transaksi langsung (COD).

Usaha ini tidak hanya ditujukan untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga sebagai wadah untuk menerapkan ilmu kewirausahaan secara nyata, memahami dinamika pasar, dan mengasah keterampilan komunikasi serta manajemen. Oleh karena itu, usaha jual beli handphone ini dijadikan sebagai studi kasus dalam mata kuliah Kewirausahaan Terstruktur.

1.2 Rumusan Masalah

- Dalam usaha ini, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi fokus pembahasan, yaitu:
- Bagaimana merancang dan menjalankan usaha jual beli handphone secara mandiri dan berkelanjutan?
- Strategi apa yang tepat untuk memasarkan produk handphone di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum?
- Bagaimana cara membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk HP bekas?

1.3 Tujuan

- Tujuan dari kegiatan kewirausahaan ini adalah sebagai berikut:
- Menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui pengalaman langsung di lapangan.
- Menjalankan usaha jual beli handphone untuk melatih keterampilan berbisnis.
- Mempelajari strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan dalam dunia usaha.
- Mengembangkan usaha kecil dengan pendekatan digital dan langsung.

1.4 Manfaat

- Manfaat yang diperoleh dari kegiatan usaha ini antara lain:
- Memberikan pengalaman nyata dalam menjalankan usaha mandiri.
- Meningkatkan kemampuan komunikasi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan.
- Menjadi langkah awal untuk membangun usaha yang lebih besar di masa depan.
- Mendekatkan mahasiswa dengan dunia usaha sejak dini.

BAB II

DESKRIPSI KEGIATAN USAHA

2.1 Awal Mula Usaha

Usaha jual beli handphone ini bermula dari ketertarikan penulis terhadap dunia teknologi dan komunikasi, khususnya handphone. Sebagai mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial, penulis menyadari bahwa banyak orang di sekitar—terutama teman-teman kampus—membutuhkan HP dengan harga terjangkau, namun tidak tahu di mana harus membeli atau merasa khawatir tertipu.

Dengan bermodalkan pengetahuan dasar tentang spesifikasi HP, penulis mencoba mencari beberapa unit handphone bekas yang masih layak pakai dari kenalan, marketplace, atau grup jual beli. Unit tersebut kemudian dijual kembali secara online dengan sistem trust selling atau COD (Cash on Delivery).

2.2 Aktivitas Usaha Sehari-hari

Kegiatan usaha ini dijalankan secara fleksibel, menyesuaikan waktu kuliah dan aktivitas pribadi. Secara umum, aktivitas harian usaha meliputi:

- Mencari stok HP dari berbagai sumber online.
- Mengecek kondisi fisik dan fungsi dasar HP (layar, speaker, kamera, sinyal).
- Memotret unit dan membuat deskripsi produk.
- Mengiklankan produk di media sosial dan grup jual beli.
- Melayani pertanyaan calon pembeli, negosiasi, dan atur jadwal COD.
- Mencatat pemasukan dan pengeluaran secara sederhana.

2.3 Media Penjualan

Penjualan dilakukan secara online dan langsung, dengan memanfaatkan beberapa platform berikut:

- Facebook Marketplace untuk menjangkau calon pembeli sekitar Jakarta.

- WhatsApp untuk komunikasi dan pemesanan langsung.
- COD dan Ketemu di Tengah-Tengah.

2.4 Sumber Produk dan Modal Awal

Handphone yang dijual diperoleh dari:

- Teman atau kenalan yang ingin menjual HP lama.
- Marketplace online (Facebook).
- Tukar tambah dari pelanggan.

Modal awal usaha sebesar Rp1.500.000,- digunakan untuk membeli dua unit HP bekas. Modal tersebut diperoleh dari tabungan pribadi.

2.5 Tantangan yang Dihadapi

Beberapa tantangan yang dialami selama menjalankan usaha ini antara lain:

- Barang rusak atau tidak sesuai deskripsi saat dibeli dari seller lain.
- Pembeli tidak jadi datang COD meskipun sudah janji.
- Sulit menentukan harga jual yang adil, terutama untuk unit dengan kondisi tertentu.
- Persaingan harga yang sangat ketat, terutama dengan penjual toko.

2.6 Pelajaran dan Pengalaman

Dari kegiatan usaha ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran, seperti:

- Bagaimana membangun kepercayaan dengan pembeli.
- Cara berkomunikasi secara sopan dan meyakinkan.
- Pentingnya mencatat keuangan dan stok barang.
- Pentingnya memahami produk secara menyeluruh sebelum dijual kembali.

BAB III

ANALISIS USAHA

3.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui posisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha jual beli handphone yang dijalankan. Berikut hasil analisisnya:

Strengths (Kekuatan)

- Fleksibel dan bisa dijalankan sendiri tanpa harus sewa tempat.
- Modal awal tidak terlalu besar dan bisa berkembang bertahap.
- Memiliki jaringan teman dan kenalan yang bisa jadi pelanggan awal.
- Responsif dan komunikatif dalam melayani pertanyaan calon pembeli.
- Sistem COD membangun rasa aman bagi pembeli baru.

Weaknesses (Kelemahan)

- Barang second kadang tidak stabil kualitasnya (meski awalnya bagus).
- Sulit mendapatkan supplier tetap, karena stok selalu berubah.
- Belum punya legalitas usaha, jadi belum bisa masuk e-commerce resmi.
- Waktu terbatas, karena harus disesuaikan dengan jadwal kuliah.

Opportunities (Peluang)

- Permintaan HP bekas tetap tinggi, terutama dari pelajar dan mahasiswa.
- Bisa dikembangkan ke jual beli aksesoris HP, seperti case, charger, headset.
- Tren tukar tambah membuka peluang repeat order dari pelanggan.
- Konten jual beli di TikTok/IG bisa dijadikan promosi gratis.

Threats (Ancaman)

- Penjual lain menjatuhkan harga sehingga margin keuntungan kecil.
- Pembeli tidak jujur saat tukar tambah (sembunyikan kerusakan).
- Barang dari seller tidak sesuai deskripsi saat dibeli.
- Tren HP cepat berubah, jadi stok bisa tertinggal zaman.

3.2 Strategi Pemasaran

Untuk mengatasi berbagai tantangan dan memanfaatkan peluang, penulis menerapkan strategi pemasaran sebagai berikut:

- Menggunakan media sosial aktif (Instagram, Facebook, WhatsApp) untuk promosi produk.
- Menawarkan sistem COD untuk pembeli baru yang belum percaya belanja online.
- Menjaga komunikasi sopan dan jelas, agar pembeli merasa nyaman dan percaya.
- Memberikan informasi kondisi barang sejujur mungkin, termasuk minusnya.
- Meminta testimoni dari pembeli yang puas, lalu mem-posting ulang untuk membangun kredibilitas.

3.3 Strategi Operasional

Kegiatan operasional usaha dijalankan secara bertahap dan sederhana, antara lain:

- Mencari unit HP layak jual dengan harga terjangkau dari berbagai platform.
- Memeriksa kondisi unit, termasuk touchscreen, speaker, kamera, dan baterai.
- Mendokumentasikan produk dengan foto asli dan membuat deskripsi lengkap.
- Melayani pertanyaan dan pemesanan secara langsung, baik melalui chat maupun telepon.
- Melakukan COD atau pengiriman, dan mencatat transaksi secara manual.

3.4 Pengelolaan Keuangan

Keuangan usaha dicatat secara sederhana, dengan pencatatan sebagai berikut:

- Modal masuk dan keluar untuk pembelian barang dan kebutuhan usaha.
- Keuntungan kotor per unit, dicatat agar bisa dievaluasi berkala.

- Dana cadangan disisihkan untuk pembelian stok baru atau sebagai antisipasi risiko.

Catatan bulanan sederhana:

Tabel Modal Usaha:

3.1 Tabel Modal

Modal Awal	Rp. 1.000.000
Modal Tambahan	Rp. 500.000
Total	Rp. 1.500.00

Tabel Pengeluaran Rata-Rata:

3.2 Tabel Pengeluaran

Bulan	Stok Terjumlah	Modal Awal	Modal Servis	Keuntungan
January	2	Rp. 500.000	Rp. 500.000	Rp. 2.000.000
Febuari	3	Rp. 600.000	Rp. 900.000	Rp. 3.000.000
Maret	2	Rp. 400.000	Rp. 550.000	Rp. 2.000.000
April	3	Rp. 550.000	Rp. 700.000	Rp. 3.000.000
Mei	3	Rp. 700.000	Rp. 800.000	Rp. 3.000.000
Juni	2	Rp. 450.000	Rp. 500.000	Rp. 2.000.000
Juli	1	Rp. 150.000	Rp. 450.000	Rp. 1.000.000
Agustus	2	Rp. 500.000	Rp. 750.000	Rp. 2.000.000

BAB IV

EVALUASI DAN RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

4.1 Evaluasi Pelaksanaan Usaha

Selama menjalankan usaha jual beli handphone, penulis telah melakukan beberapa kegiatan wirausaha secara nyata dan mandiri. Berdasarkan pengalaman tersebut, berikut adalah hasil evaluasi terhadap pelaksanaan usaha:

- **Target pasar tepat sasaran**

Sebagian besar pembeli merupakan mahasiswa, pelajar, atau pekerja muda yang memang mencari HP bekas berkualitas dengan harga terjangkau.

- **Sistem COD berjalan efektif**

Transaksi COD (Cash on Delivery) membantu membangun kepercayaan pembeli, terutama untuk pertama kali membeli dari penulis.

- **Penjualan stabil walau belum besar**

Dalam beberapa bulan, penulis berhasil menjual beberapa unit HP dan memperoleh keuntungan, meski masih berskala kecil.

- **Komunikasi dan pelayanan pelanggan cukup baik**

Pembeli merasa nyaman karena penjual menjelaskan kondisi barang secara jujur dan memberikan pelayanan yang responsif.

- **Pengelolaan keuangan sederhana namun efektif**

Pencatatan manual sudah cukup membantu memantau keuntungan dan alur modal.

Namun, terdapat juga beberapa **kendala dan tantangan** yang muncul:

- Ada pembeli yang membatalkan COD secara sepihak.
- Stok HP tidak selalu tersedia atau sulit didapat dengan harga murah.
- Promosi belum maksimal karena belum memiliki akun khusus usaha, meskipun secara umum kegiatan usaha tidak mengganggu jadwal kuliah. Penulis tetap bisa menjalankan COD di sela-sela waktu kosong tanpa mengganggu proses belajar.

4.2 Rencana Pengembangan Usaha

Agar usaha ini dapat terus berjalan dan berkembang, penulis memiliki beberapa rencana ke depan, yaitu:

- 1. Membuat akun media sosial khusus**

Merancang akun Instagram dan WhatsApp Business yang lebih rapi dan profesional, agar calon pembeli lebih percaya.

- 2. Membangun relasi dengan teknisi HP**

Supaya bisa melakukan pengecekan dan perbaikan ringan terhadap unit bekas, serta meningkatkan kualitas barang jual.

- 3. Mengatur waktu lebih baik**

Menjadwalkan khusus waktu untuk kegiatan usaha (seperti posting barang dan balas chat) agar tidak mengganggu aktivitas kuliah.

- 4. Legalitas dan skala usaha**

Jika usaha sudah berjalan konsisten dan menguntungkan, penulis mempertimbangkan untuk mendaftarkan usaha ke tingkat kelurahan/RT agar bisa mengakses platform jual beli resmi atau mendaftar ke marketplace.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan kewirausahaan yang telah dilaksanakan selama masa perkuliahan, penulis menyimpulkan bahwa usaha jual beli handphone merupakan salah satu bentuk usaha mandiri yang dapat dijalankan oleh mahasiswa secara fleksibel, tanpa mengganggu aktivitas perkuliahan.

Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh banyak pengalaman dan pembelajaran nyata, mulai dari cara mencari produk, menentukan harga jual, melakukan promosi, hingga berinteraksi langsung dengan pelanggan. Usaha ini juga memberikan pemahaman langsung tentang bagaimana menghadapi tantangan pasar, membangun kepercayaan, dan mengelola alur keuangan sederhana.

Selain memberikan keuntungan finansial, kegiatan ini juga membantu penulis mengasah keterampilan komunikasi, negosiasi, serta manajemen waktu. Penulis berhasil memanfaatkan waktu luang di luar jam kuliah untuk melakukan promosi dan transaksi, terutama melalui sistem COD yang fleksibel dan dipercaya oleh pembeli.

Secara umum, kegiatan usaha ini berhasil dijalankan dengan hasil yang cukup memuaskan, meskipun masih dalam skala kecil dan penuh keterbatasan. Dengan evaluasi dan pengembangan yang tepat, usaha ini memiliki potensi untuk terus dikembangkan ke skala yang lebih besar.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat disampaikan, baik untuk diri sendiri maupun mahasiswa lain yang ingin memulai usaha serupa, antara lain:

1. **Jangan ragu untuk memulai usaha kecil**, karena dari pengalaman langsung kita bisa belajar lebih cepat dan memahami dunia usaha secara nyata.
2. **Jujur dan transparan kepada pembeli** adalah kunci utama dalam membangun kepercayaan, terutama dalam usaha jual beli barang bekas.
3. **Manfaatkan media sosial sebagai alat promosi**, karena murah, luas jangkauannya, dan mudah dikelola secara mandiri.
4. **Catat pemasukan dan pengeluaran secara rutin**, meskipun sederhana, agar mudah mengukur keuntungan dan mengelola modal.
5. **Jaga keseimbangan antara kuliah dan usaha**, karena keduanya penting. Dengan manajemen waktu yang baik, keduanya bisa berjalan beriringan tanpa saling mengganggu.
6. **Terus evaluasi dan cari peluang pengembangan usaha**, agar usaha tidak stagnan dan bisa berkembang sesuai kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2018). Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2021). Pengantar Kewirausahaan Sosial: Teori dan Praktik. Bandung: Refika Aditama.
- Daryanto. (2014). Kewirausahaan: Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Mahasiswa. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suryana. (2016). Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. (2017). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management (15th Edition). New Jersey: Pearson Education.
- Raharja, S. (2019). “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM.” Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Vol. 7(1), 45–52.
- Lestari, R. D. (2020). “Analisis Peluang Usaha Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa.” Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Vol. 5(2), 68–75.
- Nugroho, A. (2022). Manajemen Usaha Kecil dan Mikro: Teori dan Praktik. Surabaya: Pustaka Cendekia.
- Ardiansyah, R. (2021). “Tren Konsumen Terhadap Produk Second Hand Elektronik di Era Digital.” Jurnal Bisnis Digital, Vol. 3(1), 23–31.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



LAMPIRAN PERSETUJUAN DARI RT



RUKUN TETANGGA 006/04
KELURAHAN KEBON BAWANG KECAMATAN TANJUNG PRIUK
KABUPATEN JAKARTA UTARA PROVINSI DKI JAKARTA
Sekretariat : Jl.Swasembada Timur XXII, Kebon Bawang, Tanjung Priuk, Jakarta Utara, Kode Pos : 14320

SURAT KETERANGAN USAHA

Nomor:007/SK/RT006/RW04/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Rukun Tetangga RT 006 RW 04, Kelurahan Kebon Bawang, Kecamatan Tanjung Priuk, Kabupaten/Kota Jakarta Utara, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Yuridisman
Tempat Tanggal /Lahir : Jakarta, 08 September 1966
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Pekerjaan : Ketua RT

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ruri Thohir Akbar
Tempat Tanggal /Lahir : Jakarta, 14 Maret 2004
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Pekerjaan : Mahasiswa

Bahwa orang tersebut benar-benar warga kami Rt/Rw 006/04 Kelurahan Kebon Bawang, Kecamatan Tanjung Priuk, Kabupaten Jakarta Utara, Provinsi DKI JAKARTA dan bahwa mahasiswa ini melakukan kegiatan kewirausahaan,

Demikian surat keterangan usaha ini kami buat untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 02 January 2026
Ketua RT Swasembada XXII



Laporan pengayaan (Kewirausahaan Bisnis)

Dosen Pengampu : Dr. Ir. Dan Mugisidi, ST., M.Si., IPP.



Bisnis Yang Sudah Berjalan Usaha Warung Nasi Uduk

Disusun oleh :

Nama : Vicky Maulana Matondang
NIM. 2203025028
PRODI : Teknik Elektro

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN INFORMATIKA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2026**

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus dokumentasi kegiatan usaha *Warung Nasi Uduk* yang telah dijalankan.

Tujuan dari laporan ini adalah untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi usaha *Warung Nasi Uduk*. Dalam laporan ini dibahas mulai dari latar belakang usaha, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga tantangan yang dihadapi dalam operasional sehari-hari.

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan, saran, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi siapa saja yang ingin memulai atau mengembangkan usaha serupa.

Penyusun

Vicky Maulana Matondang

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	1
DAFTAR ISI.....	2
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Tujuan Kewirausahaan Bisnis	4
1.3 Manfaat Kewirausahaan Bisnis	4
1.4 Tempat dan Waktu Kejadian.....	4
BAB II.....	5
Landasan Teori	5
2.1 Teori Kewirausahaan Bisnis.....	5
2.2 Teori UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	5
2.3 Teori Manajemen Bisnis.....	5
2.4 Teori Strategi Pemasaran	6
2.5 Teori Kebutuhan Konsumen	6
BAB III METODOLOGI KEGIATAN.....	7
3.1 Metode Perencanaan Usaha	7
3.2 Metode Produksi	7
3.3 Metode Evaluasi dan Pengembangan	7
KESIMPULAN	10
LAMPIRAN.....	11

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan adalah salah satu bidang penting dalam membangun kemandirian ekonomi, baik secara individu maupun dalam skala nasional. Semangat berwirausaha mencerminkan kemampuan seseorang untuk melihat peluang, mengambil risiko yang terukur, serta menciptakan nilai tambah melalui inovasi dan kerja keras. Dalam konteks ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Salah satu sektor UMKM yang memiliki prospek menjanjikan adalah bidang kuliner. Industri makanan dan minuman di Indonesia terus berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perubahan gaya hidup masyarakat. Masyarakat Indonesia dikenal sebagai konsumen yang gemar mencoba berbagai jenis makanan, terutama makanan khas tradisional yang memiliki cita rasa unik dan otentik. Oleh karena itu, usaha di bidang kuliner tidak hanya menjanjikan dari sisi keuntungan, tetapi juga memiliki nilai budaya yang dapat dipertahankan dan dikembangkan.

Nasi uduk merupakan salah satu makanan khas Betawi yang sangat populer di berbagai daerah di Indonesia. Dengan rasa gurih yang berasal dari santan dan rempah-rempah, serta berbagai pilihan lauk pendamping seperti ayam goreng, tempe orek, telur balado, dan sambal kacang, nasi uduk memiliki daya tarik tersendiri di mata konsumen. Keberagaman rasa dan kesederhanaan penyajian membuat nasi uduk cocok dijadikan pilihan makanan sehari-hari oleh berbagai kalangan, mulai dari pelajar, pekerja, hingga masyarakat umum.

Melihat potensi tersebut, pendirian *Warung Nasi Uduk* menjadi langkah strategis dalam menerapkan praktik kewirausahaan yang nyata. Selain sebagai sarana pembelajaran dalam mengelola usaha, warung ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi ekonomi dan sosial bagi lingkungan sekitar. Usaha ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga mengutamakan kualitas rasa, pelayanan, kebersihan, serta harga yang terjangkau.

1.2 Tujuan Kewirausahaan Bisnis

1. Mengembangkan usaha kuliner tradisional dalam kewirausahaan
2. Mengetahui cara mengelola usaha secara efisien, mulai dari produksi hingga pemasaran.
3. Menjadi inspirasi bagi masyarakat untuk memulai usaha sendiri

1.3 Manfaat Kewirausahaan Bisnis

1. Memberikan pengalaman langsung dalam dunia bisnis
2. Meningkatkan ketrampilan dalam manajemen usaha kecil
3. Menumbuhkan jiwa mandiri dan inofatif dalam berbisnis

1.4 Tempat dan Waktu Kejadian

Kegiatan program kewirausahaan ini dilaksanakan di:

Jl. Jati Barang V RT011/RW04 Kec. Pulogadung Kota Jakarta Timur

BAB II

Landasan Teori

Dalam mendirikan dan mengelola usaha *Warung Nasi Uduk*, diperlukan pemahaman terhadap teori-teori dasar kewirausahaan, manajemen usaha kecil, serta strategi pemasaran kuliner. Teori-teori ini menjadi dasar pengambilan keputusan dalam menjalankan usaha agar berjalan efektif, efisien, dan berkelanjutan.

2.1 Teori Kewirausahaan Bisnis

Kewirausahaan bisnis adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan, mengelola, dan mengembangkan suatu usaha dengan memanfaatkan peluang yang ada serta berani mengambil risiko untuk memperoleh keuntungan. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), kewirausahaan merupakan proses menciptakan nilai tambah melalui inovasi, kreativitas, dan kerja keras. Dalam usaha *Warung Nasi Uduk*, kewirausahaan bisnis diwujudkan melalui keberanian memulai usaha, pengelolaan modal, serta upaya mempertahankan kualitas produk.

2.2 Teori UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih dan hasil penjualan tertentu. *Warung Nasi Uduk* dikategorikan sebagai usaha mikro karena memiliki skala kecil dengan modal dan tenaga kerja terbatas, namun tetap memiliki potensi untuk berkembang.

2.3 Teori Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis dalam kewirausahaan meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian usaha. Manajemen yang baik membantu pelaku usaha dalam mengatur produksi, keuangan, serta sumber daya manusia. Dalam usaha *Warung Nasi Uduk*, manajemen bisnis diterapkan melalui perencanaan modal, pengaturan bahan baku, penentuan harga jual, serta pencatatan keuangan sederhana.

2.4 Teori Strategi Pemasaran

Philip Kotler (2009) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai. Strategi pemasaran sangat penting dalam usaha kuliner agar produk dikenal oleh masyarakat. Dalam hal ini, warung nasi uduk dapat menggunakan strategi pemasaran langsung, promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), atau memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumen lebih luas.

2.5 Teori Kebutuhan Konsumen

Teori kebutuhan menurut Abraham Maslow menjelaskan bahwa salah satu kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan fisiologis, seperti makanan dan minuman. Oleh karena itu, usaha di bidang makanan termasuk dalam kebutuhan yang bersifat primer dan akan selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini menjadikan bisnis kuliner, termasuk warung nasi uduk, memiliki peluang pasar yang stabil dan luas.

BAB III

METODOLOGI KEGIATAN

3.1 Metode Perencanaan Usaha

- **Analisis target konsumen:** seperti pelajar, pekerja, atau warga sekitar.
- **Perhitungan modal:** menghitung biaya bahan baku, dan biaya operasional awal.
- **Survei pasar:** untuk mengetahui apakah masyarakat menyukai nasi uduk, harga yang sesuai, serta kebiasaan sarapan.

3.2 Metode Produksi

- **Pengadaan bahan baku:** membeli beras, santan, lauk, dan bumbu dari pasar atau pemasok.
- **Proses memasak:** menggunakan resep yang konsisten agar cita rasa nasi uduk tetap sama setiap hari.
- **Penyajian:** dilakukan secara higienis dan cepat agar pelanggan puas.
- **Pengendalian sisa bahan/makanan:** untuk menghindari pemborosan dan menjaga kesegaran.

3.3 Metode Evaluasi dan Pengembangan

- **Pencatatan pemasukan dan pengeluaran:**

Tabel Modal Awal

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	Meja lipat	1	Rp250.000	Rp250.000
2	Kursi plastik	4	Rp50.000	Rp200.000
3	Banner/Spanduk	1	Rp100.000	Rp100.000
4	Kemasan (kertas nasi & plastik) Stock awal	100 set	Rp500	Rp.50.000
5	Bahan baku (Beras, ayam, telur, dll)			Rp250.000
Total Modal Awal				Rp850.000

Tabel Pengeluaran Harian (Biaya Operasional Harian)

No	Bahan Baku	Kebutuhan /hari	Harga Satuan	Total
1	Beras (5kg)	5 kg	Rp14.000	Rp70.000
2	Santan kelapa	2 liter	Rp10.000	Rp20.000
3	Ayam (1,5kg)	1,5 kg	Rp40.000	Rp60.000
4	Telur ayam (20 butir)	20 butir	Rp2.000	Rp40.000
5	Tempe + tahu	-	-	Rp15.000
6	Bumbu dapur & minyak goreng	-	-	Rp20.000
7	Sambal (cabai, bawang, dll)	-	-	Rp10.000
8	Air mineral	-	-	Rp5.000
9	Kemasan tambahan (bungkus)	50 bungkus	Rp500	Rp25.000
Total pengeluaran harian				Rp265.000

Tabel Pemasukan Harian

Keterangan	Jumlah
Penjualan 50 bungkus x Rp8.000	Rp400.000
Total Pemasukan	Rp400.000

Tabel Perhitungan Laba Harian

Keterangan	Nominal
Total pemasukan	Rp400.000
Total Pengeluaran	Rp268.000
Laba Bersih	Rp132.000

Estimasi Laba Bulanan (30 Hari operasional)

Rp132.000 x 30 = Rp3.960.000

Catatan: Laporan laba bulanan ini adalah laporan per bulan Desember tanggal 1 s.d 30 2025

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam laporan kewirausahaan bisnis ini, dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner tradisional memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai usaha mikro. Nasi uduk merupakan produk makanan yang banyak diminati masyarakat karena rasanya yang khas, harga terjangkau, dan termasuk kebutuhan pokok sehari-hari. Penerapan konsep kewirausahaan bisnis dalam usaha Warung Nasi Uduk terlihat melalui keberanian memulai usaha, pengelolaan modal secara sederhana, serta upaya menjaga kualitas produk dan pelayanan. Pengelolaan usaha yang baik, mulai dari perencanaan, proses produksi, hingga pemasaran, sangat berpengaruh terhadap kelangsungan dan keuntungan usaha.

LAMPIRAN







**PENGURUS RT. 011 RW. 04 KELURAHAN JATI KECAMATAN
PULOGADUNG KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR**

Sekretariat: Jalan Jati Barang V RT 011 RW 04, Kel. Jati, Kec. Pulogadung, Jakarta Timur
PROVINSI DAERAH KHUSUS JAKARTA

Jakarta, 16 Januari 2026

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua RT 011/04 Kampung Jati Kecamatan Pulogadung Kelurahan Jati,
Berdasarkan Keterangan dari Pemohon dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Vicky Maulana Matondang

Nim : 2203025028

Prodi : Teknik Elektro

Alamat : Jl. Jati Barang V RT011/RW04, Kel. Jati, Kec. Pulogadung, Jakarta Timur

Bahwa nama tersebut diatas adalah benar telah melakukan kegiatan berdagang Warung Nasi
Uduk, Surat Keterangan ini diberikan untuk melengkapi persyaratan mata kuliah Kewirausahaan Bisnis

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui

Ketua RT 011

Ahmad Faisal