

**INOVASI PEMBUATAN MAKANAN RINGAN KEKINIAN VARIAN
RASA WAFFLE**

RINGKASAN LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

SAID HAIDAR NASHER

3121 31771

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

JANUARI 2024

**INOVASI PEMBUATAN MAKANAN RINGAN KEKINIAN VARIAN
RASA WAFFLE**

RINGKASAN LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

SAID HAIDAR NASHER

3121 31771

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

JANUARI 2024

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

INOVASI PEMBUATAN MAKANAN RINGAN KEKINIAN VARIAN RASA WAFFLE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SAID HAIDAR NASHER

Nomor Induk Mahasiswa: 312131771

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 18 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Ika Puslita Kristianti, SE., M.Acc., Ak., CA.

Penguji

Manggar Wulan Kusuma, SE., M.Si., Ak.

Yogyakarta, 18 Desember 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua •



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

“WAFFLE TIME” merupakan produk makanan ringan yang mengkolaborasi citarasa camilan atau makanan ringan khas Indonesia dengan citarasa masa kini yang banyak digemari anak muda. Produk makanan ringan WAFFLE TIME yang ditawarkan berupa produk-produk makanan ringan yang memiliki varian rasa yang unik. Produk awal dari usaha “WAFFLE TIME” yaitu waffle dengan lima varian rasa yaitu original atau vanilla, coklat, green tea, charcoal, dan red velvet.

Karakteristik dari produk-produk “WAFFLE TIME” yaitu menyediakan varian rasa yang baru dan unik yang jarang ditemukan di pasaran tetapi tetap menyediakan varian rasa yang akrab di lidah konsumen dengan disajikan beberapa topping. Dalam pelaksanaannya, WAFFLE TIME mengalami beberapa kendala, mulai dari formula varian rasa, pilihan kemasan, harga bahan baku, cara pemasaran, dan lain sebagainya. Dari kendala tersebut WAFFLE TIME mampu berkembang menjadi lebih baik dari sisi rasa, pemasaran, kemasan, dan pelayanan. Untuk pengembangan kedepannya, WAFFLE TIME berencana menambah produk dan varian rasa baru untuk difersifikasi produk, serta WAFFLE TIME berencana untuk terus melakukan promosi agar jangkauan penjualan semakin luas.

Kata kunci: Makanan Ringan, Usaha, Wafflel, Varian Rasa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

"WAFFLE TIME" is a snack product that collaborates the taste of snacks or typical Indonesian snacks with contemporary flavors that are much loved by young people. WAFFLE TIME snack products offered are snack products that have unique flavors. The initial product of the "WAFFLE TIME" business is waffles with five flavors, namely original or vanilla, chocolate, green tea, charcoal, and red velvet.

The characteristic of "WAFFLE TIME" products is to provide new and unique flavor variants that are rarely found on the market but still provide taste variants that are familiar to consumers' tongues by serving several toppings. In its implementation, WAFFLE TIME experienced several obstacles, ranging from flavor variant formulas, packaging choices, raw material prices, marketing methods, and others. From these obstacles, WAFFLE TIME was able to develop for the better in terms of taste, marketing, packaging, and service. For future development, WAFFLE TIME plans to add new products and flavor variants for product differentiation, and WAFFLE TIME plans to continue to promote so that the sales reach is wider.

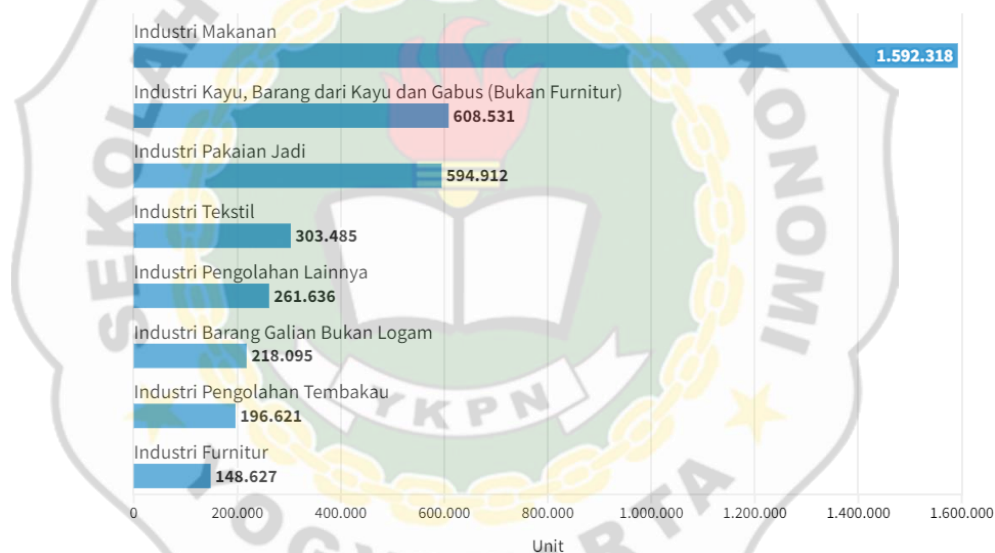
Keywords: Snack, Business, Wafflel, Flavor Variants

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Mengingat industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor pendorong pertumbuhan perekonomian dan sektor manufaktur nasional, maka sektor kuliner merupakan usaha yang menjanjikan dan memiliki prospek yang baik. Selain itu, karena banyaknya pelaku usaha di industri ini, terdapat pasar yang sangat kompetitif di pasar makanan dan minuman Indonesia, tidak hanya mencakup perusahaan besar tetapi juga usaha kecil dan menengah (UKM) di tingkat kabupaten (Hartono, 2021).



Gambar 1.1 Usaha Industri Mikro dan Kecil

Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Mencari keuntungan adalah tujuan utama perusahaan. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus dapat membuat rencana yang akan memungkinkan mereka untuk bertahan dan berkembang. Salah satu tugas yang harus diselesaikan oleh perusahaan adalah membangun strategi bisnis yang efektif. Pernyataan misi dan rencana bisnis harus dipahami secara menyeluruh, termasuk tujuan perusahaan dan metode untuk mencapainya (Abdi, 2023).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kewirausahaan adalah upaya menjalankan bisnis yang didasarkan pada inovasi dan kreativitas, seperti membuat atau mendistribusikan barang untuk membantu orang lain (Roosmawarni & Firmansyah, 2019). Seorang wirausahawan membutuhkan kreativitas dan inovasi tanpa henti saat menjalankan usahanya. Jika perusahaan tidak dapat membuat produk baru dan bersaing dengan wirausahawan lain, bisnis tersebut tidak akan berkembang dengan cepat. Ini karena masyarakat umum mencoba sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya. Sudah jelas bahwa salah satu bagian penting dari kesuksesan seorang wirausahawan adalah kemampuan untuk melihat peluang dengan cermat dan memanfaatkannya sebelum diambil oleh orang lain. Salah satu kunci untuk membangun gagasan kewirausahaan awal adalah kemampuan untuk melihat peluang.

Kesempatan kewirausahaan, atau peluang, yang seharusnya diambil oleh seseorang wirausahawan untuk menghasilkan keuntungan. Ketika seseorang atau sekelompok orang mendapatkan kesempatan untuk memulai bisnis atau usaha dan ruang kreatif yang independen dan mandiri, itu disebut peluang kewirausahaan. Bukan kegiatan yang diikuti hanya untuk mengikuti mode dan gaya hidup. Untuk memastikan bahwa tidak ada hambatan dalam memulai bisnis dan memilih usaha ideal untuk didanai dengan Ksumber daya mereka sendiri, calon wirausaha perlu berpikir kreatif dan inovatif untuk mendapatkan hasil terbaik (Miftah, 2006).

Untuk menemukan peluang, bahkan untuk menciptakan pekerjaan baru, perusahaan perlu memiliki ide atau kreatifitas. Untuk menciptakan tatanan kehidupan yang seimbang, setiap orang dan organisasi harus dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Sebagai bagian dari generasi inovatif yang mencoba berbuat dan berpikir kreatif dalam menciptakan peluang usaha untuk mencari sumber penghasilan yang dapat membantu kehidupan keluarga dan orang lain, diciptakan produk waffle yang disebut Waffle Time.

Waffle adalah sejenis camilan atau bisa juga disebut makanan ringan yang terbuat dari adonan tepung terigu, susu, dan telur. Teksturnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menyerupai roti yang memiliki tekstur garing di luar dan lembut di dalam serta memiliki rasa manis dan gurih. Waffle terasa lebih lembut dan memiliki rasa gurih karena dimasak dengan cara dipanggang menggunakan cetakan khusus berbentuk menyerupai sarang lebah sehingga menciptakan rasa yang sangat khas dan cocok dengan lidah orang Indonesia. Di negara Indonesia itu sendiri ada salah satu produk *waffle* yang cukup terkenal oleh masyarakat umum yaitu produk *waffle* dari *Waffelicious*. *Waffelicious* hadir pertama kali pada tahun 2011, sampai sekarang sudah berhasil membuka kurang lebih 120 outlet di seluruh wilayah Indonesia (www.finansialku.com, 2022). Di Indonesia, memiliki peluang yang tinggi dalam berwirausaha, selanjutnya peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para wirausahawan untuk berinovasi, berkreasi, dan bersaing di masyarakat dan dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan merupakan salah satu cara agar dapat melatih kreativitas seseorang sehingga dapat memberikan manfaat bagi orang lain.

WAFFLE TIME adalah bisnis yang bergerak dalam industri *snack food*. Produknya memiliki variasi flavor yang unik dan masih jarang ditemukan di pasar. Selain itu, mereka dapat dibeli secara online dan offline. WAFFLE TIME diciptakan untuk mengatasi kebosanan konsumen dengan variasi flavor yang sudah ada, jadi mereka menawarkan berbagai flavor unik. Yang menarik dari *waffle* dibandingkan dengan olahan tepung lainnya yaitu makanan ringan ini dapat dibuat berdasarkan selera yang diinginkan dengan memberikan varian-varian rasa kemudian ditambahkan dengan topping- topping, serta dapat berinovasi dan kreatif dalam membuat *waffle* dengan menggunakan cetakan khusus dipanggang di antara dua piring yang disusun untuk memberikan ukuran, bentuk, dan tekstur yang unik. Tergantung dari pemanggang waffle dan resep yang digunakan, ada beberapa varian yang mana pada umumnya *waffle* hanya berbentuk kotak seperti sarang lebah, maka dari itu dengan adanya peluang ini, penulis berniat untuk mencoba memulai usaha *waffle* dengan nama “WAFFLE TIME” yang hadir sebagai ide untuk berwirausaha dengan berinovasi dalam menciptakan berbagai macam varian *waffle* serta menawarkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

beragam macam topping dan memiliki bentuk *waffle* yang berbeda pada umumnya yang menjadikan ciri khas untuk menjadikan masakan inovatif yang berdaya saing di pasar dan disukai oleh masyarakat dari semua kelas sosial masyarakat dapat menggemari *waffle* seperti kuliner-kuliner lainnya dan menjadikan usaha *waffle* ini menguntungkan.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi produk dilakukan WAFFLE TIME?
2. Apakah inovasi produk bisa mendorong penjualan pada WAFFLE TIME?

3. Tujuan Proyek Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan dari permasalahan, maka tujuan dari proyek kewirausahaan ini yaitu:

1. Untuk memastikan inovasi yang dilakukan WAFFLE TIME.
2. Untuk menentukan apakah memperkenalkan produk baru dapat meningkatkan penjualan WAFFLE TIME.

4. Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Hasil proyek kewirausahaan ini dapat digunakan untuk mempertimbangkan bagi pelaku bisnis, terutama bisnis *waffle*. Kontribusi yang diharapkan dalam proyek tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengembangkan varian produk *waffle* yang dibuat yang pada mulanya hanya topping biasa seperti topping saus coklat dengan adanya inovasi varian produk *waffle ice cream* bisa menciptakan cita rasa baru.
2. Meningkatkan pendapatan pemilik modal
3. Mengembangkan kompetensi penelitian dan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait manajemen kewirausahaan dalam mengembangkan jiwa bisnis.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

B. BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat diiklankan atau dijual oleh suatu bisnis kepada pelanggan untuk memenuhi keinginan dan hasrat mereka dan yang dapat mereka cari, lihat, beli, gunakan, atau konsumsi dianggap sebagai produk (Tjiptono, 2008). . Produk adalah sesuatu yang dapat disediakan untuk digunakan, dikonsumsi, dan diperhatikan guna memuaskan kebutuhan dan keinginan (Sudaryono, 2016).

Produk menjadi fokus utama upaya pemasaran suatu perusahaan karena merupakan hasil produksi suatu produsen yang dapat dijual atau disediakan kepada masyarakat guna membantu perusahaan mencapai tujuan dan mencapai sasarannya (Haryanti, 2011).

2. Waffle

Waffle adalah makanan umum yang berasal dari Belgia. *Waffle* telah berkembang seiring berjalannya waktu di banyak negara, dengan berbagai bentuk dan kombinasi topping, namun *waffle* selalu mengandung bahan dasar yang sama: tepung terigu, susu, telur, dan garam (Hocman, 2009).

Waffle adalah makanan penutup yang dibuat dari adonan atau adonan ragi yang digoreng di antara dua piring bermotif sehingga memberikan tampilan, ukuran, dan bentuk yang unik. Ada beberapa varian tergantung resep dan jenis pemanggang *waffle* yang digunakan (id.wikipedia.org, 2023).

3. ANALISIS SWOT

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan suatu proyek atau usaha komersial. Hal ini juga dapat digunakan untuk menilai lini produk milik sendiri atau produk pesaing. Baik tujuan bisnis atau objek yang akan dievaluasi harus diidentifikasi untuk memulai analisis. Peluang dan bahaya dikelompokkan sebagai variabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

eksternal, sedangkan kekuatan dan kelemahan dikelompokkan sebagai faktor internal (Rangkuti, 2013).

Pemeriksaan logis yang dikenal sebagai analisis SWOT dapat memaksimalkan kekuatan dan prospek organisasi sekaligus meminimalkan kelemahannya (Rangkuti, 2013).

C. METODOLOGI

1. Eksplorasi Kreativitas

Produk waffle dipilih karena penulis melihat banyak masyarakat di tempat tertentu seperti kedai kopi yang menjual waffle dengan bentuk dan rasa yang sama. Oleh karena itu, penulis berusaha untuk mengubah produk waffle tersebut, khususnya dengan memberikan bentuk yang khas seperti bentuk bubble waffle dengan permukaan bulat. Karena *waffle* sering kali dibuat seperti kotak sarang lebah dengan lubang besar kata "WAFFLE TIME" pada produk *waffle* ini secara harfiah berarti "Waktu *Waffle*" *waffle* tersebut tidak umum dan menyerupai telur.

2. Manajemen Pemasaran

Penulis menggunakan dua strategi pemasaran. Yang pertama melibatkan menjalankan promosi di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

3. Manajemen Operasional

Manajemen operasi berhubungan dengan produksi, terdapat beberapa ruang lingkup manajemen operasi yaitu, perencanaan sistem produksi, pengendalian produk, dan sistem informasi produksi. Dengan harga satuan Rp 17.000 hingga Rp 32.000, perencanaan sistem produksi proyek wirausaha ini bertujuan untuk menjual 500–1.000 bungkus *waffle* per bulan.

4. Manajemen Sumber Daya Manusia

Hambatan yang dihadapi organisasi komersial atau pengusaha tidak hanya mencakup biaya, peralatan, dan pasokan bahan mentah, namun juga perlunya membimbing, melatih, dan menginspirasi anggota staf yang tidak berpengalaman untuk membantu mereka berkembang menjadi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pekerja profesional. Manajemen sumber daya manusia dengan mempekerjakan karyawan atau tenaga kerja untuk usaha bisnis ini.

5. Manajemen Keuangan

Merencanakan, mengatur, mengarahkan, dan mengatur operasi keuangan, seperti memperoleh dan menggunakan kas perusahaan, dikenal dengan istilah manajemen keuangan (Purba & Dewi Suryani, 2021). Kajian ilmiah mengenai pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk menemukan sumber pendanaan, mengalokasikan kas, dan menyebarkan pendapatan, dikenal dengan istilah manajemen keuangan (M. Anwar, 2019). Diperlukan persiapan yang matang dalam pengelolaan keuangan agar tidak terjadi permasalahan di kemudian hari yang dapat merugikan perusahaan. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan organisasi adalah sejauh mana pengelolaan keuangan.

6. Manajemen Inovasi dan Transformasi

Penulis menyajikan inovasi dalam bentuk manufaktur berdasarkan kajiannya terhadap unit usaha *waffle* dengan berbagai variasi base *waffle* dan topping serta melakukan inovasi untuk mengubah bentuk *waffle* yang pada umumnya berbentuk seperti kotak sarang lebah dengan lubang yang dalam diubah menjadi bentuk yang unik seperti bentuk *bubble waffle* dimana bentuk *waffle* tersebut memiliki permukaan yang bulat-bulat seperti telur. Hal tersebut digunakan sebagai pembeda dengan produk *waffle* lain dan dapat meningkatkan nilai jual pada *waffle*.

7. Business Model Canvas

Rencana Bisnis Perusahaan Dengan sembilan bagian bangunan bisnisnya, Canvas adalah alat visual yang ampuh untuk bisnis. Detail penting tentang bagaimana bisnis menghasilkan keuntungan dan manfaat dari kliennya disertakan dalam landasan ini (Pigneur & Osterwalder, 2015). Kanvas Model Bisnis terdiri dari bagian-bagian berikut: Channels (saluran), Cost Structure (struktur biaya), Product Relationships (hubungan dengan pelanggan), Customer Segments (segmen pelanggan), Value

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Propositions (proposal nilai), Key Partners (mitra utama), Key Activity (aktivitas utama), dan Revenue Streams (aliran pendapatan).

Tabel 3.1 BMC (Business Model Canvas)

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> Toko bahan baku : Fortune Store Banner dan stiker : Gajah Printing 	<ul style="list-style-type: none"> Produksi, inovasi dan pemasaran: media sosial (Instagram dan <i>WhatsApp</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan bahan dasar berkualitas Packing yang bersih dan menarik <i>Price</i> : harga terjangkau Kepuasan pelanggan Memiliki berbagai varian rasa <i>waffle</i> Beraneka ragam topping yang ditawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan promo kepada pelanggan Pelayanan langsung kepada pelanggan Pemasaran produk melalui media sosial Ulasan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Mass market</i> : Semua usia
	<p>Key Resource</p> <ul style="list-style-type: none"> Sumber daya manusia Sumber daya peralatan dan bahan produksi Sumber daya keuangan 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> Terjun langsung ke masyarakat melalui media sosial Instagram dan <i>WhtasApp</i> 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> Biaya bahan baku Biaya tenaga kerja Biaya listrik dan air 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> Penjualan produk <i>waffle</i> 		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

D. PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

1. Inovasi Produk

Dalam proyek kewirausahaan ini, penulis menekankan inovasi produk dengan menciptakan produk waffle dengan dasar rasa waffle yang berbeda, pilihan topping, dan bentuk produk bubble waffle seperti titik telur. Peralnya, selama ini jarang ditemukan orang yang membuat waffle dengan berbagai macam rasa, pilihan topping, dan bentuk yang khas. Menyesuaikan nama suatu produk dengan maknanya sangatlah penting, oleh karena itu produk waffle yang menyandang nama “Waffle Time” ini memiliki arti tertentu.

2. Manajemen Pemasaran

Sebelum melakukan promosi produk, perusahaan pembuat waffle penulis harus memperhatikan beberapa variabel pendukung antara lain harga, produk, lokasi, dan promosi (4P).

- a. *Place* (tempat), salah satu faktor yang menentukan apakah proses pemasaran produk berjalan lancar atau tidak adalah lokasi bisnis. Lokasi bisnis WAFFLE TIME sendiri berada di dalam mall yaitu di lantai LG Paragon Mall Semarang dan dekat dengan fasilitas umum seperti sekolah, kantor kedinasan, dan toko kecil, letak tempat usaha untuk pembuatan waffle ini tidak menjadi masalah.
- b. *Product* (produk), untuk mempertahankan kualitas produk bahan baku yang digunakan untuk membuat waffle ini pasti berkualitas tinggi, dan komposisi lain seperti topping-topping yang beraneka ragam sehingga dapat menambah cita rasa dari produk ini.
- c. *Price* (harga), dalam menentukan harga cemilan atau makanan ringan pertama, *waffle* ini dilakukan dengan menghitung semua biaya yang dikeluarkan untuk menentukan harga yang tepat untuk barang yang sudah siap dipasarkan. Harga ini juga harus disesuaikan dengan kemampuan beli masyarakat dan memperhitungkan laba yang diperoleh. Produk waffle ini memiliki harga mulai dari Rp17.000 hingga Rp32.000.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

d. Promosi harus dilakukan setelah produk selesai dibuat promosi untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat sebelum melakukan transaksi jual beli. Promosi yang dilakukan melalui media sosial karena sebagian besar orang sudah tidak asing lagi dengan media sosial, seperti *whatsapp* dan *instagram*.

3. Manajemen Produksi

Camilan *waffle* ini dibuat menggunakan metode pembuatan sintesis, yang melibatkan pencampuran berbagai jenis bahan mentah untuk menghasilkan produk akhir yang dapat digunakan. Camilan *waffle* ini dibuat dengan menggunakan teknologi mesin seperti *waffle maker* dan *mixer*.

4. Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia)

Pada usaha *waffle* ini, manajemen sumber daya manusia yaitu dengan mempekerjakan karyawan yang berjumlah dua orang di gerai Paragon Mall Semarang dan dua orang di gerai Mall Ciputra Semarang, sebelum mempekerjakan atau merekrut karyawan proses yang dilakukan terlebih dahulu yaitu dengan menseleksi calon karyawan, kemudian melakukan wawancara setelah itu tahap *training* selama satu minggu.

5. Manajemen Keuangan

Modal finansial mengacu pada sumber daya dalam bentuk uang yang dipakai untuk membeli keperluan bahan baku yang dapat menghasilkan produk. Dalam implementasi manajemen keuangan pada bisnis *waffle* ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

a. Anggaran Biaya

Anggaran biaya merupakan rencana biaya yang akan dikeluarkan perusahaan, berikut ini adalah tabel anggaran biaya yang dikeluarkan WAFFLE TIME dengan hitungan untuk membuat satu booth atau satu outlet. Biaya investasi atau biaya *booth* yang dikeluarkan Waffle Time untuk membuat satu *booth* dengan jumlah sebesar Rp28.550.000, biaya peralatan dalam kebutuhan produksi yang dikeluarkan sebesar Rp3.663.500, biaya perlengkapan dalam kebutuhan *booth* yang dikeluarkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebesar Rp13.550.900, biaya habis pakai dalam kebutuhan produksi yang dikeluarkan sebesar Rp2.938.450 serta biaya lain-lain sebesar Rp1.000.000. Total anggaran biaya yang dikeluarkan Waffle Time untuk buat 1sebesar Rp49.702.850.

b. Biaya Kerja

Biaya modal kerja bulanan adalah biaya yang dikeluarkan oleh WAFFLE TIME untuk membeli barang yang diperlukan. Total biaya modal kerja selama 7 bulan sebesar Rp22.774.450,-.

c. Pendapatan Penjualan Per Bulan

Perhitungan penjualan produk perbulan dihitung dengan maksimal supaya mendapatkan laba yang telah ditentukan, pendapatan produk usaha Waffle Time selama tujuh bulan sebesar Rp114.904.000,-.

d. Biaya Operasional

Biaya operasional yang dikeluarkan pada usaha Waffle Time yang berlangsung selama 7 bulan sebesar Rp79.044.650,-.

e. Laporan Laba Rugi Bulan Maret-September 2023

Tabel 4.1 Laporan Laba Rugi

LAPORAN LABA RUGI WAFFLE TIME MARET-SEPTEMBER 2023			
NAMA AKUN			TOTAL
PENDAPATAN			
Pendapatan Penjualan			Rp 114.904.000
Pendapatan Lain			
TOTAL PENDAPATAN			Rp 114.904.000
HARGA POKOK PENJUALAN			
Persediaan Awal			
Pembelian:			
Bahan Baku			
Premik Kering	Rp	5.391.000	
Premik Basah	Rp	525.000	
Susu	Rp	3.909.800	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Telur	Rp 3.018.600		
Toping	Rp 7.229.800		
Ice Cream	Rp 1.200.000		
Kemasan			
Paper Bag	Rp 446.200		
Paper Cup	Rp 344.050		
TOTAL BARANG TERSEDIA UNTUK DIJUAL	Rp 22.064.450		
Persediaan Akhir			
TOTAL HARGA POKOK PENJUALAN		Rp 22.064.450	
LABA (RUGI) KOTOR			Rp 92.839.550
BIAYA OPERASIONAL			
Bahan Habis Pakai	Rp 1.667.500		
Biaya Administrasi	Rp 132.500		
Biaya BBM	Rp 250.000		
Biaya Kirim	Rp 216.000		
Biaya Sewa	Rp 59.500.000		
Biaya TK	Rp 12.950.000		
Biaya Listrik	Rp 4.328.650		
TOTAL BIAYA OPERASIONAL			Rp 79.044.650
BIAYA NON OPERASIONAL			
Jasa Investor	Rp 11.490.400		
Pajak	Rp 120.000		
Biaya Lain	Rp 65.700		
TOTAL BIAYA NON OPERASIONAL			Rp 11.676.100
LABA (RUGI) BERSIH			Rp 2.118.800

Selama tujuh bulan operasi, Waffle Time melaporkan laba rugi sebesar Rp2.118.800,-.

6. Manajemen Inovasi dan Perubahan

Manajemen perubahan dan inovasi yang dilakukan penulis terhadap usaha waffle yang mereka buat, termasuk perubahan terhadap keunggulan pasar dengan menambahkan berbagai rasa waffle serta waffle dengan dasar adonan berasa asin gurih sebagai usaha dalam pembuatan *waffle* dan membuat varian baru *waffle* dalam bentuk cetakan seperti ikan yang mana nantinya menjadi sebuah ciri khas pada produk *waffle time* ini sehingga dapat memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan penjualan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

E. SIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Penulis dapat menerapkan pengetahuan berwirausaha dengan merencanakan, membuat, dan memasarkan produk waffle berdasarkan aktivitas yang telah dilakukan selama kurang lebih 7 bulan. Inti dari pekerjaan adalah mengolah atau memproduksi bahan baku tepung dan lainnya yang sudah menjadi adonan mempunyai masa penyimpanan yang cukup lama. Dimulai dengan membeli bahan baku, membuat adonan waffle, mengemas, dan memasarkan dan mengiklankan produk. Penulis juga dapat memberikan serta mengembangkan inovasi terbaru dari sebuah makanan ringan *waffle* dengan memberikan beragam topping dan cara menikmati makanan tersebut bisa dengan menggunakan *ice cream* agar terasa lebih segar dan nikmat, Penulis dapat memperluas dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang cara berwirausaha yang baik dengan proyek kewirausahaan ini. Sasaran konsumen dari produk waffle time adalah penduduk lokal, siswa sekolah, dan pengguna media sosial yang aktif.

2. Saran

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat memberikan saran kepada pembaca bahwa dalam memulai suatu usaha dibutuhkan perencanaan dan dibutuhkan juga keberanian mengambil resiko dalam menjalankan usaha atau bisnisnya. Oleh karena itu jika mengalami kendala dalam berbisnis, maka harus terus berusaha memecahkan permasalahan yang ada dan lebih berinovasi untuk menghasilkan produk baru yang baik serta berkualitas.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2023, Oktober 20). *Regulasi aslah Peraturan untuk Mengendalikan, Kenali Jenis-jenisnya*. Diambil kembali dari Hot Liputan 6: <https://hot.liputan6.com/read/4550678/regulasi-adalah-peraturanuntuk-mengendalikan-kenali-jenis-jenisnya>
- Assuari. (2011). *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi 2008*. Jakarta: Indeks.
- Bintoro, & Daryanto. (2017). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Gava Media.
- DH, Irawan, & Swastha. (1990). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty.
- Dhewanto, dkk. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Ekawatiningsih, Prihastuti; dkk. (2008). *Restoran Jilid 1*. Yogyakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengan Kejuruan.
- Enawarti. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Faridah. (2008). *Bahan Dasar Cake and Cookies*. Yogyakarta: Yudistira.
- Fred. (2011). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
- Gobe. (2005). *Emotional Branding; Paradigma Baru untuk Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hartono. (2021, Mei 5). *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. Diambil kembali dari ekon.go.id: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Haryanti, A. D. (2011). Tesis. Dalam A. D. Haryanti, *Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Perlengkapan Kunci di PT. Kenani Djaja Prima Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendrasty. (2013). *Bahan Produk Bakery*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hocman, K. (2009, September Selasa). *Waffle History*. Diambil kembali dari thenibble: www.thenibble.com
- id.wikipedia.org. (2023, Januari 5). *WIKIPEDIA*. Diambil kembali dari Waffle: <https://id.wikipedia.org/wiki/Waffle>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Keegan, & Green. (2015). *Global Marketing*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, & Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler;. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, Jilid Kedua*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler; Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Sembilan*. Jakarta: Erlangga.
- M. Anwar. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Miftah. (2006). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Nurnida, & Hasnatika. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM "Duren Kamu Pasti Kembali. *Duren Kamu Pasti Kembali*, h.3.
- Philip Kotler; Grey Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Sembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Pigneur, & Osterwalder. (2015). *Business Model Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Purba, & Dewi Suryani. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Yayasan Kita Menulis.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robinson, P. (2013). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Roosmawarni, A., & Firmansyah, A. M. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Semiawan. (2009). *Kreativitas dan Keberkatan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Siagani;. (2004). *Manajemen Strategi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sudarmo. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFPE.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sutomo. (2012). *Rahasia Sukses Membuat Cake, Roti, Kue Kering dan Jajanan Pasar*. Jakarta: nsbooks.
- Swasta, Basu; , Kholis;. (1995). *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta: Liberty.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Swastha. (1984). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Syarbini. (2013). Referensi Komplet A-Z Bakery Fungsi Bahan, Proses Pembuatan Roti, Panduan Menjadi Bakepreneur. Dalam Syarbini, *Cetakan ke 1* (hal. 15). Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Tamamudin. (2012). Studi Kasus Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina. Dalam *Analisa Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi, Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen* (hal. 283-300).
- Tjiptono. (1999). Strategi Pemasaran Edisi II. Dalam F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi II* (hal. 116). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi III. Dalam F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III* (hal. 95). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibowo. (2011). *Pendidikan Kewirausahaan (konsep dan strategy)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Perubahan Edisi 3*. Jakarta: Rajawali Pers.
- William J Stanton. (1996). Prinsip Pemasaran. Dalam Y. Lamarto, *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Buku Satu*. Jakarta: Erlangga.
- www.finansialku.com. (2022, Agustus 10). *Kisah sukses Franchise Waffelicious dan Potensi Bisnisnya*. Diambil kembali dari finansialku: <https://www.finansialku.com/yuk-mengenal-waffelicious-waffle-bergaya-hongkong/>