

LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

SALSABILAH SNACK AND RICE BOX



Disusun Oleh:

YADITH ERA LD DHIYA'ULHAQ

2120 31194

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN SALSABILAH *SNACK AND RICE BOX*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

YADITH ERALD DHIYA 'ULHAQ

Nomor Induk Mahasiswa: 212031194

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 20 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Bianka Andriyani, SE., MM.

Penguji



Conny Tjandra Raharja, Dra., MM.

Yogyakarta, 20 Juni 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

UMKM dapat menciptakan kreativitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan tradisi serta kebudayaan masyarakat setempat terutama dalam bidang kuliner. Pada era globalisasi dan teknologi informasi yang semakin maju, konsumsi rapat telah mengalami perubahan signifikan. Keterbukaan terhadap budaya baru, variasi makanan, dan adaptasi terhadap preferensi individu menjadi ciri khas dari konsumsi rapat modern. Namun, di balik kemajuan ini, terdapat tantangan yang perlu dihadapi, seperti masalah keberlanjutan lingkungan, pola konsumsi yang tidak sehat, dan ketidaksetaraan akses terhadap makanan yang layak. Maka hasil dari rencana inovasi yang dikembangkan oleh Salsabilah *Snack and Rice Box* menghadirkan variasi menu *snack box* dan *rice box* bagi mereka yang ingin menjaga pola makan seimbang (diet), adanya menu yang beragam yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen, serta bekerja sama dengan kantor-kantor untuk kegiatan penyediaan konsumsi dan berkolaborasi dengan pemasok atau distributor pilihan yang menghasilkan kualitas produk terbaik. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta mampu menjadikan usaha ini lebih besar dari sebelumnya.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Manajemen Rantai Pasok, Salsabilah Snack and Rice Box, Produk Inovasi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

MSMEs can create creativity in line with efforts to maintain and develop the traditions and culture of the local community, especially in the culinary sector. In the era of globalization and increasingly advanced information technology, meeting consumption has undergone significant changes. Openness to new cultures, variety of food, and adaptation to individual preferences are characteristic of modern meeting consumption. However, behind this progress, there are challenges that need to be faced, such as environmental sustainability issues, unhealthy consumption patterns, and inequality of access to adequate food. So the result of the innovation plan developed by Salsabilah Snack and Rice Box presents a variety of snack box and rice box menus for those who want to maintain a balanced diet (diet), the existence of a diverse menu that can be tailored to consumer tastes, as well as collaborating with offices for consumption provision activities and collaborating with suppliers choices that produce the best product quality. This innovation is expected to increase sales and be able to make this business bigger than before.

Keywords: Entrepreneurship, Supply Chain Management, Salsabilah Snack and Rice Box, Product Innovation.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan arus globalisasi di Indonesia Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) terus berkembang pesat terutama dalam bidang kuliner. Kehadiran UMKM saat ini tidak bisa dihindari dari kebutuhan masyarakat saat ini, karena keberadaan UMKM ini dapat menambah pendapatan pada lingkup industri kecil rumahan di tengah-tengah masyarakat. Selain itu juga UMKM dapat menghasilkan kreativitas yang sejajar dengan usaha agar bisa mempertahankan dan mengembangkan tradisi serta kebudayaan masyarakat terutama dalam hal kuliner. Oleh karena itu, usaha Salsabilah *Snack and Rice Box* melihat sebuah peluang terkait dengan bisnis kuliner.

Bentuk penyediaan konsumsi rapat, konsumsi rapat merupakan fenomena yang tidak ada batasannya dalam masyarakat kontemporer. Dari pertemuan bisnis hingga acara keluarga, rapat telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Konsumsi rapat tidak hanya mencakup aspek materi seperti makanan dan minuman yang disajikan, tetapi juga menyangkut berbagai dimensi sosial, budaya, dan psikologis. Pada era globalisasi dan teknologi informasi yang semakin maju, konsumsi rapat telah mengalami perubahan signifikan. Keterbukaan terhadap budaya baru, variasi makanan, dan adaptasi terhadap preferensi individu menjadi ciri khas dari konsumsi rapat modern.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Kontribusi usaha *reseller* dalam hal penyediaan konsumsi rapat ini dalam dunia bisnis merupakan layanan penyedia jasa konsumsi yang menawarkan kemudahan kepada konsumen dilingkungan perkantoran pada saat melakukan acara kegiatan di instansi mereka. Dalam dunia bisnis, layanan *reseller* penyediaan jasa konsumsi ini merupakan peluang usaha baru dimana bisa berperan penting karena dapat menciptakan serta memperluas lapangan pekerjaan terutama dalam hal penyediaan konsumsi.

Layanan *reseller* dalam hal penyediaan jasa konsumsi rapat ini menurut penulis merupakan peluang usaha baru yang sangat menguntungkan dimana banyaknya permintaan penyediaan konsumsi rapat dilingkungan perkantoran agar terpenuhi dengan mudah dan cepat. Proyek kewirausahaan ini dapat menjadi referensi dalam menyusun dan merancang praktik kewirausahaan berikutnya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

Produk Pasar

Algifari (2002) Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. pasar didefinisikan sebagai “tempat” di mana penjual dan pembeli bertemu, pasar sebagai “penawaran serta permintaan” tempat terjadinya sebuah transaksi jual beli, serta pasar sebagai sekumpulan orang yang berusaha mendapatkan barang atau jasa tetapi juga memiliki kemampuan untuk membeli barang tertentu. Pasar sangat memiliki peran yang signifikan dalam membentuk strategi dan operasional dalam usaha *reseller* konsumsi seperti Salsabilah *Snack and Rice Box*.

Analisis SWOT

Menurut Darmawan (2024) Analisis SWOT adalah alat yang umum digunakan dalam perencanaan bisnis untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh suatu organisasi. Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi atau proyek.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan (*Strenght*) merupakan kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan berupa kompetisi, kapabilitas, sumber daya yang dimiliki, yang dapat digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman (Andriyanto, 2017). Salsabilah *Snack and Rice Box* memiliki modal awal yang cukup rendah, menu yang beragam dan menghadirkan menu bagi konsumen yang ingin menjaga pola makan sehat yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen, bahan baku berkualitas tinggi dan segar, pelayanan yang cepat dan efisien, harga yang terjangkau dengan porsi yang cukup besar, makanan yang higienis, penyajian yang praktis dan mudah dibawa, terdapat variasi pilihan lauk-pauk yang menarik, komunikasi yang efektif dengan pelanggan melalui sosial media, pembayaran melalui transfer, makanan yang bisa diantar ke lokasi konsumen, bisa menerima pesanan secara mendadak meskipun dalam jumlah terbatas, dan memiliki beberapa jaringan supplier untuk memenuhi kebutuhan Salsabilah *Snack and Rice Box*.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan (*Weaknesses*) merupakan kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi seperti kompetisi, kapabilitas, sumber daya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman (Andriyanto, 2017). Kelemahan yang dimiliki Salsabilah *Snack and Rice Box* adalah ketergantungan pada pemasok bahan baku tertentu,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kurangnya tenaga kerja pada jam sibuk, kurangnya promosi yang efektif, margin keuntungan yang rendah, tidak memiliki kontrol penuh atas produk, terkadang ada beberapa produk yang kurang baik ketika diterima konsumen. Dengan adanya kelemahan ini Salsabilah *Snack and Rice Box* terus mempelajari dan berupaya serta terus berinovasi agar selalu memberikan pelayanan terbaik.

3. Peluang (Opportunities)

Peluang (*Opportunities*) adalah sebagai situasi lingkungan eksternal yang menguntungkan bagi sebuah lembaga seperti perubahan dalam persaingan, hubungan dengan para pengguna atau pelanggan (Rochman, 2019). Salsabilah *Snack and Rice Box* memunculkan ide bisnis dengan peluang yang sangat menjanjikan karena seperti yang kita ketahui makanan merupakan kebutuhan primer setiap orang sehingga akan selalu diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Salsabilah *Snack and Rice Box* bekerja sama dengan kantor-kantor yang memiliki banyak kegiatan seperti rapat untuk kegiatan *reseller* konsumsi, berkolaborasi dengan pemasok makanan jadi untuk mendorong pengembangan usaha, banyaknya kegiatan pemerintah atau perusahaan seperti rapat, dan banyaknya sosial media yang mampu memperluas jaringan usaha. Dengan kehadiran jasa *reseller* konsumsi, dapat memudahkan karyawan kantor dan acara-acara kantor untuk memesan secara mobile dan mengonsumsi makanan tanpa harus keluar kantor serta menghadirkan solusi yang praktis.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu bisnis seperti masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, perubahan teknologi serta peraturan baru dapat menjadi ancaman untuk keberhasilan perusahaan (Rochman, 2019). Ancaman yang Salsabilah *Snack and Rice Box* hadapi yaitu adanya persaingan bisnis kuliner yang semakin banyak, risiko kehilangan pelanggan akibat kualitas produk yang menurun, perubahan tren dan selera masyarakat yang bisa berubah-ubah dengan cepat dan ketidakstabilan harga bahan baku yang dapat mempengaruhi harga jual, serta ketidaktepatan pengiriman yang terkadang terlambat pada saat jam-jam tertentu karena padatnya lalu lintas. Namun, Salsabilah *Snack and Rice Box* harus terus berinovasi dan menjaga kualitas makanan, selain itu masalah logistik bisa menjadi kendala terutama dalam pengantaran yang tepat waktu agar makanan tetap segar sampai ke tangan konsumen. Bisnis ini harus terus beradaptasi dengan perkembangan tersebut dari aspek rasa, harga, dan kepraktisan serta variasi menu menjadi keunggulan. Peluang dan Ancaman yang dihadapi menjadi pemicu bagi para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan serta tetap menjadi pilihan menarik bagi masyarakat yang ingin menikmati hidangan lezat yang praktis dalam kemasan kotak.

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
a. Supplier jajan pasar b. Supplier nasi box c. Supplier buah d. Supplier box (kemasan) e. Supplier solasi f. Supplier kantong plastik g. Percetakan stiker	a. Belanja box buah dan box snack b. Mencari supplier yang menjamin kualitas produk c. Melakukan kemas ulang produk sesuai dengan pesanan d. Mengantar pesanan ke lokasi konsumen	a. Memberikan rasa yang berkualitas b. Kualitas kemasan yang rapi dan aman	a. Pelayanan pelanggan yang ramah b. Program loyalitas bonus untuk pelanggan berulang	a. Instansi kantor b. Institusi pendidikan

	Key Resources		Channel
	<ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan freelance b. Teknologi: media sosial dan pembayaran elektronik (Transfer) 		<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat offline di jakarta b. Layanan pesan antar
Cost Structure			Revenue Stream
<ul style="list-style-type: none"> a. Gaji karyawan freelance b. Biaya operasional c. Pembelian produk, box buah dan snack 			<ul style="list-style-type: none"> a. Keuntungan yang diperoleh dari penjualan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

Inovasi Produk

Inovasi produk adalah proses yang berkonsentrasi pada peningkatan posisi strategis dan kemampuan penyampaian produk suatu organisasi melalui kreativitas dan kepemimpinan (Wibisono, 2022).. Tujuan utama dari inovasi produk ini untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan meningkatkan daya saing terhadap usaha lainnya serta menciptakan diferensiasi di pasar.

Kelebihan produk yang dimiliki Salsabilah *Snack and Rice Box* ialah menawarkan kue-kue tradisional yang jarang ditawarkan oleh konsumsi yang serupa, harga yang relatif terjangkau, produk yang diambil melalui industri rumahan atau UMKM yang memiliki kualitas produk yang baik, bahan kemasan yang ramah lingkungan dan dapat dipakai berulang kali atau cepat terdaur ulang, produk yang memiliki ukuran dan porsi yang besar, menyediakan menu diet dan sehat.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang didesain untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional atau tujuan-tujuan perusahaan (Fai, 2023). Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, juga menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan dari nilai pelanggan yang unggul (Miguna & Agni, 2020).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kendala yang dialami Salsabilah *Snack and Rice Box* ialah persaingan yang semakin banyak, perubahan selera dan preferensi konsumen, keterbatasan sumber daya, ketergantungan pada distribusi dan rantai pasokan. Dengan adanya hal itu, Salsabilah *Snack and Rice Box* menyelesaikan dengan menciptakan nilai tambah seperti menjaga kualitas dan konsistensi terhadap produk, komunikasi dan umpan balik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan adanya pendanaan yang kurang memadai sehingga Salsabilah *Snack and Rice Box* memfokuskan untuk meningkatkan efisiensi yang ada, memilih beberapa pemasok dan distributor untuk mengurangi risiko dan kegagalan.

Manajemen Produksi

Manajemen produksi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan, secara efektif dan efisien, untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa (Mochtar, 2022).

Kegiatan produksi pada usaha Salsabilah *Snack and Rice Box* adalah melakukan kemas ulang dengan menggabungkan produk yang dipesan oleh konsumen di satu tempat (Box). Proses ini memerlukan waktu sekitar 30 s/d 60 menit untuk 1 kali kemas, waktu tersebut tergantung pada jumlah pesanan yang dipesan oleh konsumen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok atau SCM merupakan manajemen dari jaringan bisnis mulai dari proses produksi, barang jadi atau setengah jadi sampai barang atau jasa dapat didistribusikan ke konsumen (Adi Kurniawan, 2022).. Hal ini, Salsabilah *Snack and Rice Box* menerapkan manajemen rantai pasok untuk meningkatkan produktivitasnya.

Manajemen Keuangan

Dalam mengelola keuangan usaha *reseller* konsumsi Salsabilah *Snack and Rice Box* secara keseluruhan dikendalikan oleh pemilik. Sejak awal usaha ini dibangun, pemilik sama sekali tidak menggunakan dana pinjaman melainkan menggunakan dana pribadi sebagai modal usaha.

Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa modal keseluruhan digunakan untuk keperluan perlengkapan, pengadaan dan operasional. Berikut perhitungan biaya investasi dan laba rugi di bulan Februari 2024.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4. 1 Biaya Investasi Salsabilah *Snack and Rice Box*

Nama	Harga	Jumlah	Total
Gunting	Rp 14.000	2	Rp 28.000
Pisau	Rp 22.500	2	Rp 45.000
Kipas Angin	Rp 240.000	1	Rp 240.000
Box Kontainer	Rp 80.000	1	Rp 80.000
Handphone	Rp 1.200.000	1	Rp 1.200.000
Motor	Rp 13.450.000	1	Rp 13.450.000
Staples	Rp 10.000	1	Rp 10.000
Ballpoint	Rp 3.000	2	Rp 6.000
Total			Rp 15.059.000

Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan sebagai modal awal usaha agar dapat mempermudah pekerjaan dalam jangka waktu lama. Adapun modal yang dikeluarkan untuk memulai bisnis Salsabilah *Snack and Rice Box* yaitu Gunting, Pisau, Kipas Angin, Boks Kontainer, Handphone, Transportasi, Staples dan Ballpoint. Total modal awal yang dikeluarkan untuk usaha ini sebesar Rp 15.059.000

Tabel 4. 2 Biaya Modal Kerja Salsabilah *Snack and Rice Box*

PRODUK	HARGA	JUMLAH	TOTAL
Biaya Modal Kerja Bulan Januari 2024			
Biaya Bahan Baku			

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Paket Jajanan Pasar	Rp 8.200	345 pcs	Rp 2.829.000
Paket Buah Segar	Rp 10.000	372 pcs	Rp 3.693.000
Paket Nasi Box	Rp 29.500	353 pcs	Rp 10.413.500
Box Snack	Rp 60.000	4 pack	Rp 240.000
Box Buah	Rp 33.000	15 pack	Rp 495.000
Tisu	Rp 3.000	8 pack	Rp 24.000
Total Biaya Bahan Baku			Rp 17.694.000
Biaya Bahan Penolong			
Plastik Kresek	Rp 32.000	1 pack	Rp 32.000
Lakban	Rp 34.000	1 pcs	Rp 34.000
Isi Staples	Rp 3.000	1 pcs	Rp 3.000
Buku Nota	Rp 22.000	1 pcs	Rp 22.000
Total Biaya Bahan Penolong			Rp 91.000
Biaya Overhead			
Biaya Listrik, Air, Internet	Rp 950.000	1 Bulan	Rp 950.000
Biaya Sampah	Rp 100.000	1 Bulan	Rp 100.000
Total Biaya Overhead			Rp 1.050.000
Biaya Kirim			
Gosend & Lalamove	Rp 46.500	6 kali	Rp 297.000
Total Biaya Kirim			Rp 297.000
Sub Total Modal Kerja Bulan Januari 2024			Rp 19.132.000
Biaya Modal Kerja Bulan Februari 2024			
Biaya Bahan Baku			
Paket Jajanan Pasar	Rp 8.500	123 pcs	Rp 1.045.500
Paket Buah Segar	Rp 10.500	530 pcs	Rp 5.565.000
Paket Nasi Box	Rp 27.000	155 pcs	Rp 4.185.000
Box Snack	Rp 60.000	2 pack	Rp 120.000
Box Buah	Rp 33.000	22 pack	Rp 726.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tisu	Rp 3.000	7 pack	Rp 21.000
Total Biaya Bahan Baku			Rp 11.662.500
Biaya Bahan Penolong			
Isi Staples	Rp 3.000	1 pcs	Rp 3.000
Buku Nota	Rp 22.000	1 pcs	Rp 22.000
Total Biaya Bahan Penolong			Rp 25.000
Biaya Overhead			
Biaya Listrik, Air, Internet	Rp 950.000	1 bulan	Rp 950.000
Biaya Sampah	Rp 100.000	1 bulan	Rp 100.000
Total Biaya Overhead			Rp 1.050.000
Biaya Kirim			
Gosend & Lalamove	Rp 47.700	5 kali	Rp 238.500
Total Biaya Kirim			Rp 238.500
Sub Total Modal Kerja Bulan Februari 2024			Rp 12.976.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya Modal Kerja Bulan Mei 2024			
Biaya Bahan Baku			
Paket Jajan Pasar	Rp 10.000	717 pcs	Rp 7.170.000
Paket Buah Segar	Rp 13.000	210 pcs	Rp 2.730.000
Paket Nasi Box	Rp 25.500	237 pcs	Rp 6.043.500
Box Snack	Rp 60.000	8 pack	Rp 480.000
Box Buah	Rp 33.000	9 pack	Rp 297.000
Tisu	Rp 3.000	10 pack	Rp 30.000
Total Biaya Bahan Baku			Rp 16.750.500
Biaya Bahan Penolong			
Isi Staples	Rp 3.000	2 pcs	Rp 6.000
Buku Nota	Rp 22.000	1 pcs	Rp 22.000
Total Biaya Bahan Penolong			Rp 28.000
Biaya Overhead			
Biaya Listrik, Air, Internet	Rp 950.000	1 Bulan	Rp 950.000
Sampah	Rp 100.000	1 Bulan	Rp 100.000
Total Biaya Overhead			Rp 1.050.000
Biaya Kirim			
Gosend & Lalamove	Rp 48.000	5 kali	Rp 240.000
Total Biaya Kirim			Rp 240.000
Sub Total Modal Kerja Bulan Mei 2024			Rp 18.068.500
Sub Total Modal Kerja 3 Bulan			Rp 50.176.500

Biaya modal kerja merupakan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha Salsabilah *Snack and Rice Box*. Modal kerja yang dikelola dalam 3 bulan berjumlah Rp 50.176.500

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4. 3 Pendapatan Penjualan Per Bulan Salsabilah *Snack and Rice Box*

PRODUK	HARGA	JUMLAH	TOTAL
Pendapatan Bulan Januari			
Snack Box	Rp 21.400	345 pcs	Rp 7.383.000
Nasi Box	Rp 39.500	353 pcs	Rp 13.943.500
Buah	Rp 24.500	372 pcs	Rp 9.114.000
Total Penjualan			Rp 30.440.000
Pendapatan Bulan Februari			
Snack Box	Rp 18.500	123 pcs	Rp 2.275.500
Nasi Box	Rp 37.000	155 pcs	Rp 5.735.000
Buah	Rp 20.500	530 pcs	Rp 10.865.000
Total Penjualan			Rp 18.875.500
Pendapatan Bulan Mei			
Snack Box	Rp 20.000	717 pcs	Rp 14.340.000
Nasi Box	Rp 35.700	237 pcs	Rp 8.460.900
Buah	Rp 23.000	210 pcs	Rp 4.830.000
Total Penjualan			Rp 27.630.900
Total Penjualan 3 Bulan			Rp 76.946.400

Perhitungan penjualan produk dihitung dengan maksimal agar mendapatkan laba yang telah ditentukan. Pendapatan Salsabilah *Snack and Rice Box* selama 3 bulan sebesar Rp 76.946.400

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4. 4 Harga Pokok Penjualan Salsabilah *Snack and Rice Box*

PRODUK	TOTAL
Bulan Januari	
Biaya Bahan Baku	Rp 17.694.000
Biaya Bahan Penolong	Rp 91.000
Biaya Operasional	Rp 1.050.000
Total HPP Bulan Januari	Rp 18.835.000
Bulan Februari	
Biaya Bahan Baku	Rp 11.662.500
Biaya Bahan Penolong	Rp 25.000
Biaya Operasional	Rp 1.050.000
Total HPP Bulan Februari	Rp 12.737.500
Bulan Mei	
Biaya Bahan Baku	Rp 16.750.500
Biaya Bahan Penolong	Rp 28.000
Biaya Operasional	Rp 1.050.000
Total HPP Bulan Mei	Rp 17.828.500
Total HPP 3 Bulan	Rp 49.401.500

Biaya Harga Pokok Penjualan yang dikeluarkan Salsabilah *Snack and Rice Box* selama bulan Februari sebesar Rp 49.401.500

Tabel 4. 5 Laporan Laba Rugi Salsabilah *Snack and Rice Box*

KOMPONEN	TOTAL
----------	-------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Januari	Februari	Mei
Pendapatan Penjualan	Rp 30.440.000	Rp 18.875.500	Rp 27.630.900
HPP dan Biaya			
HPP	Rp 18.835.000	Rp 12.737.500	Rp 17.828.500
Biaya Kirim	Rp 297.000	Rp 238.500	Rp 240.000
Laba Operasi	Rp 11.308.000	Rp 5.899.500	Rp 9.562.400

Dalam menjalankan usaha Salsabilah *Snack and Rice Box*, penulis melaporkan laba yang didapatkan. Laporan ini bersumber dari (Total pendapatan penjualan – (Total HPP produk per bulan + Biaya Kirim). Laba Operasi pada bulan Januari sebesar Rp 11.308.000, bulan Februari sebesar Rp 5.899.500, bulan Mei sebesar Rp 9.562.400. jadi pendapatan bersih selama 3 bulan sebesar Rp 26.769.900

Tabel 4. 6 Struktur Permodalan Salsabilah *Snack and Rice Box*

KOMPONEN	JUMLAH
Modal Investasi	Rp 15.059.000
Modal Kerja	Rp 50.176.500
Total	Rp 65.235.500

Struktur permodalan dalam menjalankan usaha Salsabilah *Snack and Rice Box* menggunakan modal pribadi. Penjelasan tentang modal kerja sebesar Rp 65.235.500 merupakan modal kerja selama 3 bulan menjalankan usaha *reseller* konsumsi.

Payback Period

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$$\text{Payback period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Arus Kas}} \times 1 \text{ Tahun}$$

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Rp } 65.235.500}{\text{Rp } 26.769.900} \times 1 \text{ Tahun}$$

$$\text{Payback Period} = 2,43 \times 1 \text{ Tahun}$$

Payback Period = 2 tahun 4 bulan 3 hari

Salsabilah *Snack and Rice Box* membutuhkan waktu 2 tahun 4 bulan 3 hari untuk mendapatkan kembali investasi awalnya.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Satyaningrum & Fitriani (2018) Inovasi berkelanjutan merupakan interaksi yang berlangsung diantara operasional, peningkatan bertahap (*incremental improvement*), pembelajaran (*learning*), dan inovasi radikal (*radikal innovation*) yang bertujuan secara efektif menggabungkan efektivitas operasional dan kebijakan strategis yang fleksibel (Munthe & Harahap, 2023). Inovasi yang akan diterapkan dalam usaha *reseller* konsumsi ini adalah menyediakan parcel buah, catering prasmanan, kue tampah dan hampers, manajemen waktu pengiriman yang lebih ditingkatkan agar tidak ada keterlambatan, menjangkau calon konsumen baru, membuat sosial media lainnya seperti Instagram dan Tiktok.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kurniawan, T. R. (2022). *Manajemen Rantai Pasok pada PT. Unilever Indonesia, TBK*. Serayu News. <https://serayunews.com/manajemen-rantai-pasok-pada-pt-unilever-indonesia-tbk>
- Algifari. (2002). *EKONOMI MIKRO TEORI DAN KASUS* (kesatu). STIE YKPN.
- Andriyanto, istiqomah dan irsad. (2017). ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS studi pada sentra jenang di desa wisata kaliputu kodus. *Ekonomi Islam & Syariah*, 5.
- Arifin, Z., & Vanessa, I. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis.*, 51(1), 44–48.
- Aulia, N., Nissi, T., Saputra, D. B., Zidhan, M., Adevia, F. N., Latifah, W. N., Humairah, S., Arifia, W. N., Guseinnova, P. M., Fajri, E. N., Bakhri, Y., & Rahayu, D. P. (2023). *MENUJU DESA CEMERLANG: Implementasi SDGs Desa Melalui Sembilan Pembelajaran Pojok Literasi*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- BPK. (2008). *Undang-Undang UMKM nomor 20 tahun 2008*. 2008. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Candrawardhani, S. (2024). *Apa Itu Segmentasi Pasar? Ini Manfaat, Ciri-Ciri, dan Jenisnya*.
- Darmawan. (2024). *Perencanaan Bisnis* (A. Ulinuha (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Dewi, K., Yaspita, H., & Yulianda, A. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish Publisher.
- Fai. (2023). *Pengertian Manajemen Pemasaran*. UMSU.Ac.Id. <https://umsu.ac.id/berita/manajemen-pemasaran-pengertian/>
- Farizi, H. (2022). *Pengantar Kewirausahaan*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). *STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN LUSCIOUS CHOCOLATE POTATO SNACK*. 1(April).
- Helmi, H. (2023). *Proses Manajemen Perubahan Dan Tujuannya Bagi Perusahaan*. 1(2).
- Miguna, A., & Agni, A. Ri. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. DEEPUBLISH.
- Mochtar, K. (2022). *Manajemen Produksi Konstruksi Indonesia*. Uwais Inspirasi Indonesia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Munthe, Y. N., & Harahap, R. D. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Inovasi Berkelanjutan UMKM Mumubutikue Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 6(2), 118–132.
- Nasution, M. A. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. DYZA SEJAHTERA MEDAN. *Warta Edisi*:59.
- Ramadhika Dwi Poetra. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Riris Khuzaemah. (2019). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan* (S. P. Tomi Rianto (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Rochman, I. (2019). Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta). *Al Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 3(1), 36–52.
- Rondo, M. R., Palandeng, I. D., Sumarauw, J. S. B., Chain, S., Krisan, B., Kelurahan, D. I., Ii, K., Palandeng, I. D., Rondo, M. R., Palandeng, I. D., & Sumarauw, J. S. B. (2022). *CHRYSANTHEMUM SUPPLY CHAIN IN KAKASKASEN II VILLAGE Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 Januari 2022 , Hal . 1995-202 TUINJAUAN PUSTAKA Manajemen Operasional Supply Chain Management (Rantai Pasok) Strategi Supply Chain*. 10(1), 1995–2002.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Suwandi, A. (2019). Modul 5 Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran. *Modul Analisis Perancangan Perusahaan, Tkt 304*, 16.
- Wibisono, D. (2022). *Entrepreneur Innovation Product*. PT Nasya Expanding Management.
- Yanti, N., & Ridayanti. (2022). Jurnal Ilmu Kompuer, Ekonomi dan Manajemen. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1272–1281.
- Yuliyanti, T., & Priyanto, E. (2019). *MODEL PROSES INOVASI PEMBANGUNAN*. 17(2), 1–10.