

**PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN  
INOVASI PROSES DAN PRODUK DI WIJAYA MART DI DESA SUNGAI KUNING  
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**Febriana Wahyu Setyaningrum**

**2121 31742**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2025**

## TUGAS AKHIR

### PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN

#### INOVASI PROSES DAN PRODUK DI WIJAYA MART DI DESA SUNGAI KUNING KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**FEBRIANA WAHYU SETYANINGRUM**

**Nomor Induk Mahasiswa: 212131742**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 8 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Maria Pampa Kumalaningrum, Dr., SE., M.Si.

Penguji

Rudy Badrudin, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 21 Januari 2025  
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



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

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Laporan kewirausahaan ini menjelaskan mengenai sebuah usaha ritel Wijaya Mart yang merupakan minimarket yang terletak di lokasi strategis di Desa Sungai Kuning yang melayani kebutuhan sehari – hari masyarakat sekitar. Minimarket ini telah mengadopsi berbagai inovasi, seperti layanan pengantaran barang dan sistem pembayaran digital berbasis *Qris* untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan konsumen. Melalui strategi promosi berupa diskon dan program loyalitas, Wijaya Mart berhasil meningkatkan daya tarik konsumen sekaligus meningkatkan penjualan. Dukungan terhadap pelaku UMKM lokal melalui sistem titip penjualan memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat perekonomian. Dengan fokus pada kepuasan konsumen, pengelolaan sumber daya manusia yang optimal serta kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi Wijaya Mart mampu mempertahankan daya saing di pasar ritel yang kompetitif. Upaya ini menjadi inspirasi bagi usaha kecil lainnya untuk terus berkembang dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik.

**Kata kunci:** Wijaya Mart, minimarket, UMKM, bisnis ritel, pengantaran barang, promosi, pembayaran digital.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## LATAR BELAKANG

Dalam era digital yang semakin pesat, industri ritel mengalami transformasi yang signifikan. Persaingan yang semakin ketat di antara berbagai jenis toko, baik konvensional maupun online, menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Salah satu sektor ritel yang masih memiliki potensi besar adalah minimarket tradisional. Minimarket tradisional, dengan jangkauannya yang luas dan kemudahan aksesnya, menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari.

Salah satu inovasi yang direncanakan Wijaya Mart adalah menyediakan layanan pengiriman produk langsung ke rumah konsumen. Layanan ini bertujuan untuk memberikan layanan bagi konsumen yang tidak dapat langsung ke minimarket atau yang memiliki keterbatasan waktu dan memberikan layanan kepada konsumen yang pengantaran langsung setelah berbelanja banyak di minimarket. Dengan sistem pengiriman seperti ini, minimarket dapat menjangkau lebih banyak konsumen termasuk konsumen yang tinggal lebih jauh dari Lokasi minimarket. Menurut Sudirman (2019), layanan pengiriman menjadi semakin populer dalam sektor ritel terutama era sekarang, dimana banyak konsumen lebih memilih berbelanja secara online. Berdasarkan laporan AC Nielsen tentang Sikap Konsumen Global terhadap Belanja Online (2007:1), lebih dari 627 juta orang telah melakukan belanja secara online. Dengan menambahkan layanan ini, minimarket dapat menawarkan kenyamanan lebih kepada konsumen yang memiliki keterbatasan waktu untuk berbelanja langsung.

Di era digital saat ini, kemudahan bertransaksi menjadi salah satu kunci untuk memikat pelanggan. Oleh karena itu, Wijaya Mart berencana menyediakan pembayaran berbasis online, seperti menggunakan qris dan transfer bank. Menurut McKinsey & Company (2021), pembayaran digital telah mengalami peningkatan pesat dengan banyaknya konsumen yang beralih ke metode non-tunai demi kenyamanan dan keamanan. Fasilitas ini diharapkan dapat memudahkan pelanggan dalam memberikan kemudahan bagi konsumen untuk bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai. Dengan adanya sistem pembayaran digital, Wijaya Mart juga dapat mempercepat proses transaksi di kasir, mengurangi antrian, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Adanya konteks pasar ritel yang sangat kompetitif, Wijaya Mart memberikan inovasi melalui pengadaan promo menarik untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Dengan tawaran promo seperti diskon, beli satu gratis satu, atau cashback dapat menjadikan insentif yang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Dengan memanfaatkan media sosial (whatsapp, facebook, dll), Wijaya Mart dapat menjangkau masyarakat yang lebih

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

luas terutama kalangan yang lebih muda. Menurut Suyanto (2020), strategi promo yang tepat dapat meningkatkan minat beli konsumen dan menciptakan *buzz positif* tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan mengadakan berbagai promo yang menarik, Wijaya Mart tidak hanya dapat meningkatkan daya saingnya tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menarik bagi konsumen.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kuat, inovasi -inovasi ini dapat menjadi Langkah penting bagi Wijaya Mart untuk mempertahankan statusnya sebagai minimarket di Desa Sungai Kuning. Desa ini sedang berkembang, namun akses ke layanan modern seperti pengiriman barang dan pembayaran digital masih terbatas. Oleh sebab itu, rencana Wijaya Mart untuk mengintegrasikan layanan pengiriman dan opsi pembayaran digital sangat sesuai dengan kebutuhan Masyarakat lokal yang mulai menggunakan teknologi dalam sehari – hari. Selain itu, dengan mengadakan promosi menarik, Wijaya Mart berharap dapat meningkatkan performa bisnis serta memberikan layanan yang lebih baik bagi Masyarakat yang semakin beragam kebutuhannya.

## BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

### PRODUK

#### Sembako

Sembako adalah singkatan dari “Sembilan Bahan Pokok”, yang mengacu pada sembilan jenis bahan pokok yang dijual secara rutin untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumen dalam kehidupan sehari – hari. Barang – barang ini termasuk beras, gula, minyak goreng, garam, tepung terigu, telur, susu, daging dan kopi. Istilah sembako digunakan untuk menggambarkan pentingnya bahan makanan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan pangan.



Gambar Sembako Terigu & Gula

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Makanan Ringan

Makanan ringan atau camilan adalah makanan yang dikonsumsi di luar waktu makan utama, biasanya memiliki kalori yang lebih rendah dibandingkan makanan utama. Produk makanan ringan memiliki beragam jenis mulai dari keripik, biskuit, coklat, hingga minuman ringan, dan sering menjadi pilihan untuk dinikmati oleh konsumen yang menginginkan kepraktisan. Banyak sekali makanan ringan yang dijual di Wijaya Mart dan banyak peminatnya, karena tempatnya dekat area sekolah (TK, SD, dan SMP).



Gambar Makanan Ringan

## Alat Tulis

Alat tulis mencakup peralatan yang digunakan untuk menulis, menggambar, atau membuat catatan. Alat tulis dasarnya seperti pensil, pulpen, buku catatan, penghapus, spidol, dan penggaris. Meskipun teknologi semakin berkembang penggunaan alat tulis tetap tinggi masih banyak orang yang menggunakan terutama di sekolah dan perkantoran.



Gambar Alat Tulis

## Kebutuhan Rumah Tangga

Kebutuhan rumah tangga mencakup berbagai macam produk yang dibutuhkan untuk melengkapi kebutuhan rumah tangga dan aktivitas sehari – hari dalam lingkup rumah, seperti alat mandi, peralatan dapur, dan peralatan rumah tangga lainnya.

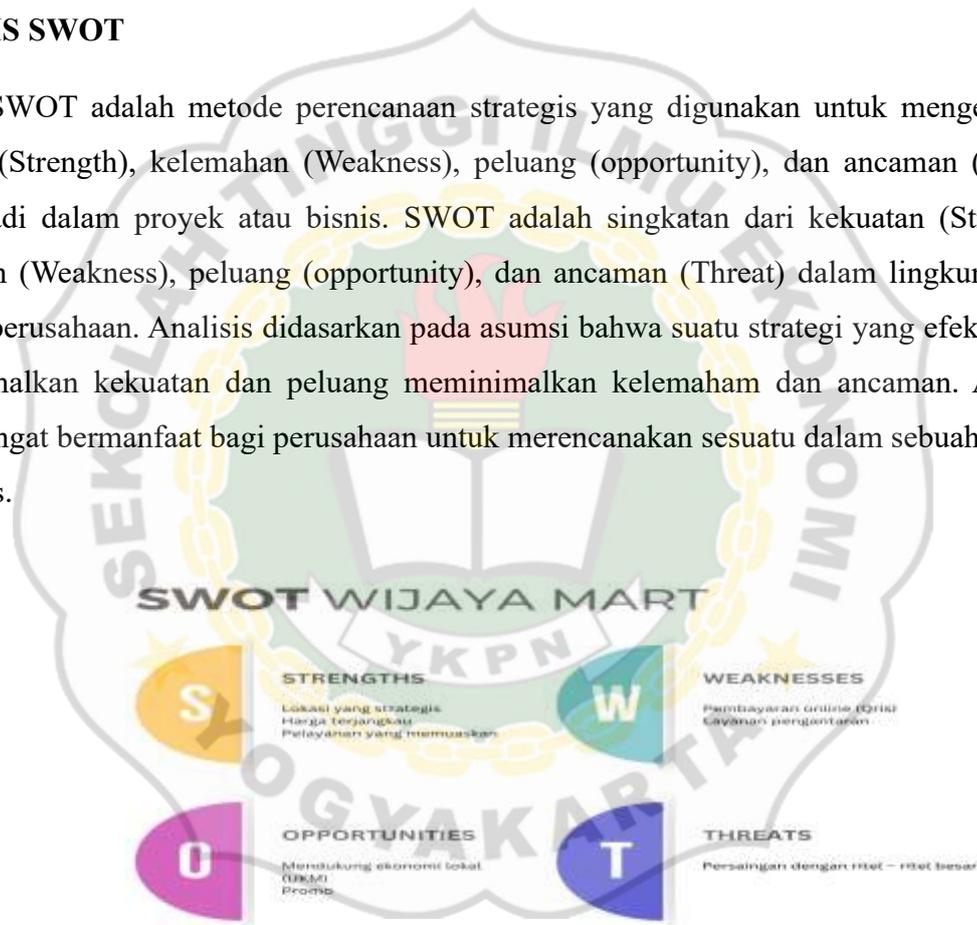
# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar Produk Kebutuhan Rumah Tangga

## ANALISIS SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau bisnis. SWOT adalah singkatan dari kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (Threat) dalam lingkup yang dihadapi perusahaan. Analisis didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk merencanakan sesuatu dalam sebuah proyek atau bisnis.



Gambar Analisis SWOT

### ***Strength (Kekuatan)***

- Lokasi yang strategis:

Wijaya Mart memiliki keunggulan dari segi Lokasi karena terletak di kawasan yang ramai, khususnya dekat dengan sekolah – sekolah didesa Sungai Kuning. Posisi ini memudahkan diakses oleh pelajar, guru, dan Masyarakat sekitar yang sering membutuhkan kebutuhan sehari – hari, makanan ringan, atau perlengkapan sekolah.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

➤ Harga terjangkau:

Wijaya Mart menawarkan produk dengan harga yang terjangkau yang membuat menarik bagi Masyarakat sekitar, terutama pelajar yang umumnya sensitive terhadap harga. Hal ini memberikan keunggulan dalam persaingan dengan menarik konsumen yang mencari opsi ekonomi untuk kebutuhan sehari – hari.

➤ Pelayanan yang memuaskan:

Layanan yang ramah dan cepat menjadi salah satu aspek yang membedakan Wijaya Mart dari ritel besar. Dengan pendekatan yang lebih personal terhadap konsumen, seperti membantu konsumen menemukan produk atau memberikan saran yang sesuai, membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, menciptakan loyalitas dan pengalaman berbelanja yang positif.

***Weaknesses (Kelemahan)***

➤ Pembayaran online (Qris):

Wijaya Mart menerapkan pembayaran digital melalui Qris untuk meningkatkan konsumen dalam bertransaksi, hal ini belum menjadi keunggulan yang signifikan, karena banyak ritel besar juga sudah menyediakan layanan serupa. Selain itu, di beberapa wilayah Masyarakat mungkin masih lebih memilih pembayaran tunai sehingga Wijaya Mart perlu berupaya memperkenalkan dan mempromosikan metode ini kepada konsumen agar memudahkan transaksi jika tidak membawa uang tunai saat berbelanja.

➤ Layanan penganataran:

Wijaya Mart menyediakan layanan pengantaran barang, tetapi jika tidak dikelola dengan baik atau biaya pengantarannya dianggap terlalu tinggi, hal ini bisa menjadi kelemahan. Banyak ritel besar yang menawarkan pengantaran gratis atau dengan biaya rendah jika konsumen membeli dalam jumlah tertentu sehingga Wijaya Mart perlu memastikan bahwa layanan pengantarannya lebih efisien dan menarik bagi konsumen. Wijaya Mart menawarkan gratis pengantaran produk kepada konsumen yang melakukan pembelian online mau pun langsung di Wijaya Mart dengan minimal Rp200.000 pengantaran akan dilakukan oleh karyawan Wijaya mart.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## *Opportunities (Peluang)*

### ➤ Mendukung ekonomi lokal (UKM):

Wijaya Mart mendukung penjualan produk UKM lokal melalui sistem titip penjualan ditoko. Wijaya Mart tidak hanya menawarkan produk dengan harga yang terjangkau tetapi juga turut mendukung perkembangan UKM lokal. Cara ini membuat produk – produk UKM lokal lebih dikenal dan diminati oleh Masyarakat sekitar.

### ➤ Program promo:

Wijaya Mart dapat menggunakan promosi sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan dan membangun loyalitas konsumen. Berbagai program promo, seperti diskon *bundling* atau diskon potongan harga belanja untuk konsumen setia dapat menarik konsumen untuk berbelanja kembali khususnya para ibu – ibu yang sering mencari produk dengan harga lebih terjangkau untuk kebutuhan sehari – hari.

## *Threats (Ancaman)*

### ➤ Persaingan dengan ritel – ritel besar:

Persaingan dengan ritel – ritel besar seperti Alfamart dan Indomaret merupakan ancaman yang nyata, mengingat keduanya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar untuk menawarkan harga lebih murah dan promosi yang lebih sering. Selain itu, ritel besar biasanya memiliki program loyalitas yang lebih terstruktur. Untuk menghadapi ancaman ini, Wijaya Mart perlu terus mengedepankan kelebihanannya, seperti Lokasi yang mudah diakses atau strategis, layanan pelanggan yang ramah, serat produk – produk lokal yang tidak selalu tersedia di ritel besar.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 2.1 Strategi SWOT

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p><b>Strength (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis</li> <li>2. Harga terjangkau</li> <li>3. Pelayanan yang memuaskan</li> </ol>	<p><b>Weaknesses (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembayaran online (Qris)</li> <li>2. Layanan pengantaran</li> </ol>
<p><b>Oppurtunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendukung ekonomi lokal (UKM)</li> <li>2. Promo menarik</li> </ol>	<p><b>Strategi (S-O)</b></p> <p>Lokasi strategis dan harga yang terjangkau Wijaya Mart dapat memperluas peran sebagai pendukung UKM lokal. Dan memberikan pelayanan yang baik dapat memaksimalkan dengan menggunakan promo untuk menarik banyak konsumen dari komunitas lokal.</p>	<p><b>Strategi (W-O)</b></p> <p>Menerapkan pembayaran online (Qris) agar transaksi lebih mudah serta mendukung UKM lokal dan menyediakan layanan pengantaran barang untuk menjangkau lebih banyak konsumen terutama saat ada promo.</p>
<p><b>Threats (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dengan ritel – ritel besar</li> </ol>	<p><b>Strategi (S-T)</b></p> <p>Memanfaatkan lokasi yang strategis dan harga terjangkau untuk bersaing dengan ritel besar dan meningkatkan pelayanan yang memuaskan agar konsumen tetap setia walau ada persaingan dari ritel besar.</p>	<p><b>Strategi (W-T)</b></p> <p>Menyediakan pembayaran online dan layanan pengiriman untuk menarik konsumen agar dapat bersaing dengan ritel besar.</p>

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

### Inovasi Produk

Inovasi adalah proses adaptasi yang melibatkan pengembangan produk, layanan, ide – ide, atau metode yang telah ada baik di dalam maupun di luar organisasi. Hal ini dapat diartikan sebagai upaya menciptakan produk baru yang berasal dari pengembangan produk yang sudah ada sebelumnya. Inovasi produk bertujuan untuk menciptakan barang atau jasa baru yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mendorong minat beli terhadap produk tersebut. Dengan adanya bisnis ritel yang dikenal sebagai sektor ekonomi yang sangat dinamis dan penuh kompetisi. Pelaku usaha di sektor ini dihadapkan pada tantangan yang terus berubah – berubah akibat pergeseran perilaku konsumen, perkembangan teknologi, serta persaingan yang semakin intens. Kondisi ini mendorong pelaku bisnis untuk terus melakukan inovasi dalam menciptakan dan mengembangkan produk.

Inovasi produk menjadi faktor utama untuk memenangkan persaingan dengan mengingat konsumen saat ini semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk. Dengan mengadopsi inovasi, baik dalam aspek desain, fitur, teknologi, maupun strategi pemasaran. Bisnis ritel dapat mempertahankan posisinya dipasar yang semakin kompetitif sekaligus memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah – berubah. Kemampuan membaca tren konsumen, merespons cepat terhadap kemajuan teknologi, dan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar adalah elemen penting untuk meraih kesuksesan di tengah dinamika pasar yang semakin penuh perubahan.

Wijaya Mart terus berusaha meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik bagi konsumen. Salah satu inovasi utamanya adalah menyediakan layanan pengantaran langsung ke rumah yang dirancang untuk memudahkan konsumen yang tidak memiliki waktu berkunjung ke toko atau yang membeli dalam jumlah besar. Selain itu, penerapan sistem pembayaran berbasis Qris menawarkan kemudahan transaksi non-tunai yang lebih efisien dan juga meluncurkan berbagai promo menarik, seperti bundling produk dan program loyalitas konsumen untuk meningkatkan minat konsumen. Strategi ini diharapkan dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan relevan dengan kebutuhan konsumen sekaligus menjaga keunggulan kompetitif di pasar.

Hasil dari kebijakan ini telah memberikan dampak yang signifikan. Dalam tiga bulan terakhir, jumlah konsumen meningkat kurang lebih 20% - 25%. Layanan pengantaran telah melayani rata – rata 10 konsumen per hari yang Sebagian besar dari konsumen rumah tangga

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan pembeli dalam skala besar. Program loyalitas berhasil menjaring lebih dari 100 konsumen tetap yang berbelanja secara rutin setiap minggunya. Inovasi – inovasi ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan konsumen tetapi juga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis Wijaya Mart.

## Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran dalam bisnis ritel memiliki peran utama dalam memastikan keberhasilan operasional dan meningkatkan daya saing perusahaan. Proses ini mencakup langkah-langkah seperti mengidentifikasi, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menarik, menjaga loyalitas, serta memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan menerapkan konsep *omnichannel* dan personalisasi menjadi semakin signifikan, integrasi antara toko fisik dan belanja online memberikan pengalaman belanja yang lebih lancar dan nyaman bagi konsumen. Mengukur kinerja pemasaran dan pengumpulan umpan balik dari konsumen menjadi aspek penting untuk mengevaluasi keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan. Langkah - langkah ini membantu memastikan strategi selaras dengan tujuan perusahaan sekaligus memungkinkan penyesuaian untuk memperkuat daya saing di tengah pasar bisnis ritel yang terus berkembang pesat.

Wijaya Mart berupaya mencari solusi dengan aktif melakukan promosi melalui channel utamanya, yaitu Facebook dan WhatsApp. Salah satu strategi pemasaran yang sering dilakukan adalah memanfaatkan Facebook dan WhatsApp sebagai media promosi utamanya. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang lebih sering berinteraksi dan memberikan respon melalui Facebook dan WhatsApp, sehingga promosi yang intensif melalui media tersebut menjadi pilihan efektif bagi Wijaya Mart untuk menyampaikan promosi kepada konsumen.

Promosi yang telah dilakukan memberikan dampak yang signifikan terhadap daya tarik konsumen untuk berbelanja di Wijaya Mart. Data penjualan dalam tiga bulan terakhir menunjukkan peningkatan konsumen aktif hingga 20% berkat promosi melalui Facebook dan WhatsApp dan berhasil menarik rata – rata 50 konsumen baru setiap minggunya. Strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan konsumen tetapi juga mempererat hubungan dengan konsumen, memperkuat loyalitas, dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## RANTAI PASOK



*Gambar Alur Rantai Pasok Wijaya Mart*

Gambar di atas menggambarkan alur rantai pasok untuk penjualan produk Wijaya Mart. Proses dimulai dengan penerimaan barang dari vendor, diikuti dengan penyimpanan dan penataan barang yang ada di toko, dan berakhir pada tahap penjualan kepada konsumen serta transaksi pembelian barang. Alur rantai pasok yang digambarkan disini adalah versi sederhananya. Pada tahap transaksi lengkap ketika stok barang habis terdapat dua opsi yang tersedia, yaitu opsi pertama, Wijaya Mart langsung melakukan pemesanan kepada vendor secara online melalui agen yang telah dipercaya dan vendor akan segera memproses pesanan tersebut. Sedangkan opsi kedua, agen datang ke Wijaya Mart untuk memeriksa stok barang – barang yang kosong dan vendor yang dimaksud adalah agen langsung dari pabrik.

Setelah barang diterima, akan ada transaksi antara Wijaya Mart dan vendor. Setelah transaksi selesai, Wijaya Mart menerima barang beserta tanda terima dalam bentuk nota dari vendor. Tahap berikutnya adalah penyimpanan barang digudang dimana barang akan dimasukkan ke dalam sistem untuk menambahkan stok barang. Setelah itu, memastikan bahwa jumlah barang sesuai dengan data yang tercatat di nota dan sistem. Dan setelah terdaftar dalam sistem dan barang telah tertata rapi di tempatnya barulah barang siap dijual. Konsumen kemudian memilih barang yang ingin dibeli dan dilanjutkan transaksi di kasir antara pembeli dan kasir. Tahap terakhir adalah pembayaran yang dilakukan oleh pembeli.

### **Manajemen Sumber Daya Manusia**

Wijaya Mart memiliki total 4 SDM yang bertugas setiap harinya (senin – minggu) untuk mengelola toko, dengan pembagian tugas menjadi dua shift. Shift pagi dijalankan oleh 2 orang dari jam 07.00 -14.00, sementara shift malam dijaga oleh 2 orang lagi dari jam 15.00 -21.00. Pembagian shift ini memastikan operasional toko tetap berjalan dengan lancar. Karyawan dapat

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengajukan perizinan sehari sebelumnya untuk mengambil waktu libur, agar pergantian jadwal tetap berjalan dengan baik.

Satu orang bertanggung jawab atas pengecekan barang yang masuk dan akan dijual, memastikan barang tetap terjaga dengan baik dan melakukan quality control. Peningkatan manajemen sumber daya manusia perlu dilakukan agar karyawan di Wijaya Mart dapat berkomunikasi dengan baik dengan konsumen di toko. Selain itu, karyawan juga diharapkan mampu menyelesaikan masalah jika terjadi kesalahan yang terkait dengan konsumen. Hal ini akan membantu meningkatkan ulasan positif dari konsumen, berkat pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan professional.

## Manajemen Keuangan

### Modal

Tabel Modal Wijaya Mart

Nama Barang	Quantity	Satuan	Harga Satuan	Total
Komputer	1	pcs		Rp 5,000,000
Kulkas ice cream	2	pcs	Pinjaman	
kulkas Minuman	1	pcs	Pinjaman	
Kulkas Yakult	1	pcs	Pinjaman	
Trolley Belanja	2	pcs	Rp 800,000.00	Rp 1,600,000
Tas Belanja	5	pcs	Rp 150,000.00	Rp 750,000
Barang Belanja	1	pack		Rp 100,000,000
Rak Rokok	1	pack	Pinjaman	
Rak	1	pack		Rp 100,000,000
TOTAL				Rp 207,350,000

Keterangan:

- Modal yang dibutuhkan untuk menjalankan awal bisnis Wijaya Mart sebesar Rp 207.350.000.,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Modal Kerja

Tabel Laporan Modal Kerja

Bulan September 2024			
<b>Biaya Bahan Baku</b>			
Belanja Minggu 1	Rp	19,593,000	1 Minggu Rp 19,593,000
Belanja Minggu 2	Rp	22,083,560	1 Minggu Rp 22,083,560
Belanja Minggu 3	Rp	25,945,820	1 Minggu Rp 25,945,820
Belanja Minggu 4	Rp	18,303,600	1 Minggu Rp 18,303,600
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>			<b>Rp 85,925,980</b>
<b>Biaya Bahan Penolong</b>			
Plastik Kresek 1kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000
Plastik Kresek 2kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000
Plastik Kresek 3kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000
Plastik Kresek 5kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000
Plastik Kresek 10kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000
<b>Total Biaya Bahan Penolong</b>			<b>Rp 200,000</b>
<b>Biaya Overhead</b>			
Gaji Karyawan	Rp	1,500,000.00	4 orang Rp 6,000,000
Listrik, Air, dan Wifi	Rp	1,000,000.00	1 bulan Rp 1,000,000
<b>Total Biaya Overhead</b>			<b>Rp 7,000,000</b>
<b>Sub Total Modal Kerja Bulan September 2024</b>			<b>Rp 93,125,980</b>
Bulan Oktober 2024			
<b>Biaya Bahan Baku</b>			
Belanja Minggu 1	Rp	19,572,600	1 Minggu Rp 19,572,600
Belanja Minggu 2	Rp	22,401,840	1 Minggu Rp 22,401,840
Belanja Minggu 3	Rp	20,185,300	1 Minggu Rp 20,185,300
Belanja Minggu 4	Rp	13,631,530	1 Minggu Rp 13,631,530
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>			<b>Rp 75,791,270</b>
<b>Biaya Bahan Penolong</b>			
Plastik Kresek 1kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000.0
Plastik Kresek 2kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000.0
Plastik Kresek 3kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000.0
Plastik Kresek 5kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000.0
Plastik Kresek 10kg	Rp	10,000	4 pack Rp 40,000.0
<b>Total Biaya Bahan Penolong</b>			<b>Rp 200,000.000</b>
<b>Biaya Overhead</b>			
Gaji Karyawan	Rp	1,500,000.00	4 orang Rp 6,000,000
Listrik, Air, dan Wifi	Rp	1,000,000.00	1 bulan Rp 1,000,000
<b>Total Biaya Overhead</b>			<b>Rp 7,000,000</b>
<b>Sub Total Modal Kerja Bulan Oktober 2024</b>			<b>Rp 82,991,270</b>

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Bulan November 2024			
<b>Biaya Bahan Baku</b>			
Belanja Minggu 1	Rp 19,749,000	1 Minggu	Rp 19,749,000
Belanja Minggu 2	Rp 22,951,000	1 Minggu	Rp 22,951,000
Belanja Minggu 3	Rp 22,864,000	1 Minggu	Rp 22,864,000
Belanja Minggu 4	Rp 24,972,600	1 Minggu	Rp 24,972,600
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>			<b>Rp 90,536,600</b>
<b>Biaya Bahan Penolong</b>			
Plastik Kresek 1kg	Rp 10,000	4 pack	Rp 40,000
Plastik Kresek 2kg	Rp 10,000	4 pack	Rp 40,000
Plastik Kresek 3kg	Rp 10,000	4 pack	Rp 40,000
Plastik Kresek 5kg	Rp 10,000	4 pack	Rp 40,000
Plastik Kresek 10kg	Rp 10,000	4 pack	Rp 40,000
<b>Total Biaya Bahan Penolong</b>			<b>Rp 200,000</b>
<b>Biaya Overhead</b>			
Gaji Karyawan	Rp 1,500,000.00	4 orang	Rp 6,000,000
Listrik, Air, dan Wifi	Rp 1,000,000.00	1 bulan	Rp 1,000,000
<b>Total Biaya Overhead</b>			<b>Rp 7,000,000</b>
<b>Sub Total Modal Kerja Bulan November 2024</b>			<b>Rp 97,736,600</b>
<b>Sub Total Modal kerja 3 Bulan</b>			<b>Rp 273,853,850</b>

Keterangan:

- Biaya modal kerja merupakan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha Wijaya Mart. Modal kerja yang dikelola dalam 3 bulan sebesar Rp 273.853.850

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Pendapatan Penjualan

Tabel Laporan Pendapatan Penjualan

KOMPONEN	TOTAL
Minggu 1	Rp 26,812,000
Minggu 2	Rp 28,291,000
Minggu 3	Rp 33,213,000
Minggu 4	Rp 25,379,000
<b>Total Bulan September</b>	<b>Rp 113,695,000</b>
Minggu 1	Rp 28,234,750
Minggu 2	Rp 30,676,750
Minggu 3	Rp 27,650,750
Minggu 4	Rp 23,622,550
<b>Total Bulan Oktober</b>	<b>Rp 110,184,800</b>
Minggu 1	Rp 27,326,000
Minggu 2	Rp 28,884,000
Minggu 3	Rp 30,788,000
Minggu 4	Rp 31,130,000
<b>Total Bulan November</b>	<b>Rp 118,128,000</b>
<b>Total Pendapatan 3 Bulan</b>	<b>Rp 342,007,800</b>

Keterangan:

- Perhitungan penjualan produk dengan maksimal supaya mendapatkan laba yang telah ditentukan. Pendapatan Wijaya Mart selama 3 bulan sebesar Rp 342.007.800

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Harga Pokok Penjualan (HPP)

Tabel Laporan Harga Pokok Penjualan

KOMPENEN	TOTAL
<b>Bulan September</b>	
Biaya Bahan Baku	Rp 85,925,980
Biaya Bahan Penolong	Rp 200,000
Biaya Operasional	Rp 7,000,000
<b>Total HPP Bulan September</b>	<b>Rp 93,125,980</b>
<b>Bulan Oktober</b>	
Biaya Bahan Baku	Rp 75,791,270
Biaya Bahan Penolong	Rp 200,000
Biaya Operasional	Rp 7,000,000
<b>Total HPP Bulan Oktober</b>	<b>Rp 82,991,270</b>
<b>Bulan September</b>	
Biaya Bahan Baku	Rp 90,536,600
Biaya Bahan Penolong	Rp 200,000
Biaya Operasional	Rp 7,000,000
<b>Total HPP Bulan November</b>	<b>Rp 97,736,600</b>
<b>Total HPP 3 Bulan</b>	<b>Rp 273,853,850</b>

Keterangan:

- Biaya Harga Pokok Penjualan yang dikeluarkan Wijaya Mart selama 3 bulan sebesar Rp 273.853.850

## Laba Rugi

Tabel Laporan Laba/Rugi

KOMPONEN	BULAN		
	September	Oktober	November
Pendapatan Penjualan	Rp 106,570,000	Rp 110,184,800	Rp 118,128,000
HPP	Rp 93,025,980	Rp 82,891,270	Rp 97,636,600
<b>Laba Operasi</b>	<b>Rp 13,544,020</b>	<b>Rp 27,293,530</b>	<b>Rp 20,491,400</b>
	<b>Rp61,328,950</b>		

Keterangan:

- Laporan ini bersumber dari (total pendapatan – total hpp produk per bulan). Laba operasi yang didapatkan pada bulan September sebesar Rp 13.544.020, bulan Oktober sebesar Rp 27.293.530, dan bulan November sebesar Rp 20.491.400. jadi pendapatan bersih selama 3 bulan sebesar Rp 61.328.950.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Struktur Permodalan

Tabel Laporan Struktur Permodalan

KOMPONEN	JUMLAH
Modal Investasi	Rp 207,350,000
Modal Kerja	Rp 273,853,850
<b>Total</b>	<b>Rp 481,203,850</b>
Modal Sendiri	100% Modal Pemilik

Keterangan:

- Struktur permodalan dalam menjalankan Wijaya Mart tentang modal kerja sebesar Rp 481.203.850 merupakan modal kerja selama 3 bulan menjalankan kewirausahaan Wijaya Mart.

## *Payback Period*

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Arus Kas}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Rp } 481.203.850}{\text{Rp } 61.328.950} \times 1 \text{ tahun}$$

$$\text{Payback Period} = 7,8 \times 1 \text{ tahun}$$

$$\text{Payback Period} = \mathbf{7 \text{ bulan } 8 \text{ hari}}$$

Keterangan:

- Wijaya mart membutuhkan 7 bulan 8 hari untuk mendapatkan kembali investasi awalnya

## NPV

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{Rt}{(1+i)^t}$$

Gambar Rumus NPV

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keterangan:

- $R_t$  = Arus kas pada tahun ke-t
- $r$  = Tingkat diskonto atau tingkat pengembalian yang diharapkan
- $t$  = Jumlah periode waktu
- $C_0$  = Investasi awal atau biaya yang modal di awal

Tabel Laporan NPV

Discount Rate	10%		
KOMPONEN	JUMLAH	PVIF	PV
Investasi Awal	Rp207,350,000		
September	Rp13,544,020	0.91	Rp12,312,745
Oktober	Rp27,293,530	0.83	Rp22,556,636
November	Rp20,491,400	0.75	Rp15,395,492
			<b>Rp50,264,874</b>
<b>Net Present Value</b>	=	Hasil PV - Investasi Awal	
	=		<b>-Rp157,085,126</b>

Keterangan:

Dengan investasi awal Rp 207.350.000 dan arus kas pada bulan September Rp 13.544.020, bulan Oktober Rp 27.293.530, dan bulan November Rp 20.491.400. Kemudian yang dilakukan terlebih dahulu adalah menghitung *present value* (PV) dari setiap arus kas. Dengan substitusikan nilai arus kas dan *discount rate* yang relevan ke dalam rumus dan hitungan *present value* (PV).

$$PV \text{ September} = Rp 13.544.020 / (1 + 0,10)^1 = Rp 12.312.745$$

$$PV \text{ Oktober} = Rp 27.293.530 / (1 + 0,10)^2 = Rp22.556.636$$

$$PV \text{ November} = Rp 20.491.400 / (1 + 0,10)^3 = Rp15.395.492$$

Total PV (nilai sekarang dari seluruh arus kas) sebesar Rp 50.264.874. Perhitungan NPV saat ini menunjukkan negative sebesar -Rp 157.085.126 karena proyek baru berjalan selama tiga bulan sehingga pendapatan yang diperoleh belum mampu menutupi modal awal. Dengan demikian, proyek ini memiliki potensi keuntungan jika berjalan hingga satu tahun penuh, karena arus kas diperkirakan meningkat di bulan – bulan berikutnya. Dengan pengelolaan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang tepat, proyek ini memiliki prospek yang baik untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang.

## **Manajemen Perubahan Dan Inovasi**

Wijaya Mart pada masa yang akan datang akan terus berupaya melakukan inovasi yang berkelanjutan seperti pengurangan penggunaan plastik dengan menyediakan kemasan ramah lingkungan (paper bag) atau mendorong konsumen untuk membawa tas belanja sendiri. Perubahan dan inovasi ini menjadi faktor penting untuk mendukung kelangsungan bisnis yang berkelanjutan. Konsumen tidak akan pernah merasa puas sepenuhnya dengan apa yang ada, hal ini memotivasi kami sebagai pemilik untuk terus berkembang agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen untuk kedepannya.

Inovasi dalam usaha ritel dapat menghadirkan variasi produk dan hal – hal baru yang dapat mengatasi kejenuhan konsumen yang merasa yang ada itu – itu saja. Dengan memperkenalkan nilai tambah dan berkembang secara inovatif. Apalagi dengan adanya metode pengantaran barang dan pembayaran yang semakin canggih, hal ini akan memberikan dampak positif bagi Wijaya Mart. Penerapan inovasi dapat memperluas pasar, menciptakan peluang pertumbuhan, meningkatkan daya saing, dan memenuhi permintaan pasar. Inovasi juga berpotensi menciptakan nilai tambah bagi konsumen, memperkuat branding perusahaan, serta meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Dalam bisnis ritel yang dinamis, inovasi dari berbagai sektor menjadi kunci untuk tetap fleksibel dan mencapai kesuksesan jangka panjang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Wijaya Mart adalah minimarket yang terletak di Desa Sungai Kuning, menawarkan berbagai macam produk dengan keunggulan lokasi yang strategis, beragam produk dagangan, dan layanan konsumen yang ramah. Minimarket ini fokus pada memenuhi kebutuhan masyarakat setempat terutama siswa sekolah dan keluarga dengan menyediakan produk seperti sembako, makanan ringan, alat tulis, serta perlengkapan rumah tangga. Produk – produk tersebut diperoleh dari distributor besar dan pemasok lokal untuk memastikan ketersediaan produk yang berkualitas.

Untuk menghadapi persaingan yang ketat di industry ritel, Wijaya Mart berinovasi dengan menyediakan layanan pengiriman barang dan pembayaran digital berbasis Qris.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Langkah ini memberikan kenyamanan tambahan bagi konsumen yang tidak dapat langsung berbelanja di toko. Selain itu, strategi promosi seperti diskon dan program loyalitas pelanggan diterapkan untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan serta menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan.

Pengelolaan sumber daya manusia menjadi salah satu prioritas utamanya Wijaya Mart dengan memastikan seluruh karyawan dilatih untuk memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien kepada konsumen saat berbelanja. Dukungan teknologi dalam pengelolaan stok dan transaksi turut meningkatkan efektivitas operasional toko. Pendekatan ini menjadikan Wijaya Mart sebagai minimarket yang dapat bersaing dengan ritel besar sekaligus mempertahankan hubungan baik dengan Masyarakat sekitar.

Wijaya Mart mendukung produk lokal melalui sistem titip penjualan bagi UMKM setempat. Langkah ini tidak hanya memperkuat perekonomian lokal tetapi juga memperkenalkan produk – produk UMKM kepada konsumen yang lebih luas. Melalui kolaborasi ini, Wijaya Mart menjadi mitra yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi komunitas lokal. Dengan terus berinovasi dan menyesuaikan diri terhadap kebutuhan pasar, Wijaya Mart optimis bisa dapat terus mempertahankan posisinya sebagai pilihan utama Masyarakat saat berbelanja.

Proyek Wijaya Mart dengan investasi awal sebesar Rp 207.350.000 dengan total nilai arus selama tiga bulan sebesar Rp 50.264.874. Perhitungan NPV saat ini menunjukkan negative sebesar -Rp 157.085.126 karena proyek baru berjalan selama tiga bulan sehingga pendapatan yang diperoleh belum mampu menutupi modal awal. Dengan demikian, proyek ini memiliki potensi keuntungan jika berjalan hingga satu tahun penuh, karena arus kas diperkirakan meningkat di bulan – bulan berikutnya. Dengan pengelolaan yang tepat, proyek ini memiliki prospek yang baik untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Langkah – Langkah ini tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat Desa Sungai Kuning dengan mendukung produk lokal dan menyediakan layanan modern yang relevan dengan kebutuhan konsumen saat ini.

## Saran

Proyek kewirausahaan dirancang untuk mahasiswa tingkat akhir yang akan menyelesaikan studinya. Proyek ini dapat berfungsi sebagai media untuk menerapkan teori yang dipelajari di kelas menjadi sesuatu yang lebih nyata. Bagi saudara – saudara yang bercita – cita menjadi

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengusaha, proyek ini bisa menjadi langkah awal yang berharga sebelum melanjutkan ke tahap yang lebih profesional.

Kegiatan kewirausahaan akan lebih optimal jika didukung dengan pebgelolaan yang baik dibalik layer. Manajemen yang efektif, baik dalam aspek keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, maupun inovasi berperan penting dalam mendukung kelangsungan bisnis. Selain itu, penulis juga menemukan bebebrapa saran tambahan, antara lain:

1. Pengembangan Inovasi: Wijaya Mart menyarankan untuk terus menghadirkan inovasi dalam produk dan layanan serta memahami kebutuhan dan tren pasar yang berkembang.
2. Pemasaran Berbasis Multikanal: Mengoptimalkan pemasaran melalui sosial media untuk mencapai konsumen lebih luas. Langkah ini membantu menjangkau lebih banyak potensi konsumen sekaligus meningkatkan penjualan.
3. Efisiensi Operasional: Memastikan pengelolaan stok barang agar tetap efisien dan menghindari risiko kekurangan atau kelebihan stok. Manajemen operasional yang baik akan memastikan ketersediaan produk selalu terjaga dengan optimal.
4. Pengembangan SDM: Memberikan pelatihan kepada karyawan, seperti kemampuan memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman belanja yang positif bagi konsumen.
5. Pengelolaan Keuangan yang Baik: Menyusun pencatatan keuangan yang sistematis, termasuk laporan arus kas dan laba rugi. Evaluasi keuangan secara berkala penting untuk memastikan efisiensi pengeluaran dan memaksimalkan keuntungan.
6. Adaptasi terhadap Perubahan: Wijaya Mart perlu memfokuskan tanggap terhadap perkembangan tren pasar dan teknologi, seperti memperluas penggunaan pembayaran digital dan mendukung pengurangan penggunaan plastic dengan menyediakan tas belanja ramah lingkungan.
7. Mendukung untuk Produk Lokal: Menerapkan kerja sama dengan UMKM lokal melalui sistem titip penjualan, sehingga tidak hanya mendukung ekonomi Masyarakat sekitar tetapi juga memberikan variasi produk menarik bagi konsumen.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

8. Fokus pada kepuasan Pelanggan: Mendengarkan umpan balik dari konsumen dan terus memperbaiki layanan berdasarkan masukan tersebut. Hal ini dapat menciptakan loyalitas konsumen serta menarik konsumen baru.

Dengan menerapkan saran – saran ini, Wijaya Mart dapat mempertahankan daya saing dan pertumbuhan bisnis dengan posisinya sebagai minimarket pilihan di Desa Sungai Kuning serta mendorong pertumbuhan pasar ritel yang semakin kompetitif.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, A. L. (2009). Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas dan Kinerja Karyawan GIANT Pulosari Malang. *Ilmiah Mahasiswa FEB*, 677, 1–15.
- Heldanita. (2018). Pengembangan Kreativitas Melalui Eksplorasi. *Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, 3(1), 53–64.
- Jaya, A., Kuswandi, S., Prasetyandari, C. W., Baidlowi, I., Mardiana, Ardana, Y., Sunandes, A., Nurlina, Panus, & Muchsidin, M. (2023). *Manajemen keuangan* (Fachrurazi (ed.); pertama). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Lantip, S. M., & Daljono. (2023). PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 12, 1–11.
- Rosnaeni, Y., Hayadi, H., & Yusuf, furtasan ali. (2024). Manajemen perubahan, dan faktor-faktor penyebab dalam perubahan organisasi. *Jurnal Manajemen Strategis*, 1(2), 111–118.
- Rusdiana. (2014). *Manajemen operasi* (beni A. Saebani (ed.); Pertama). CV PUSTAKA SETIA.
- Setyaningsih, F. (2013). Jurnal Manajemen Bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 221–230.
- Wicaksono, T., Wiraguna, S. A., Violin, V., Sudirman, A., Nugroho, L., Rizkiawan, Krisnanik, E., & Djumrianti, D. (2024). *No Title* (A. Masruroh (ed.); Pertama). Widina Media Utama.