

LAPORAN PRAKTEK KEWIRAUSAHAAN
FRIUT CASSAVA
PERUSAHAAN NDANG TUKU



Laporan Ini Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Praktik Kewirausahaan yang
Diampu Oleh Tri Kuat M.Pd

Disusun oleh:

1. Rizki Nur Azizah (A210130080)
2. Julia Indah Puspita Sari (A210130086)
3. Annisa Rahmah (A210130085)
4. Fareza Cahya Saputra (A210130089)
5. Tika Widiarsih (A210130094)

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2016

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya yang masih bisa kami rasakan sampai saat ini. Segala kemudahan dalam setiap langkah terutama dalam penyusunan laporan bisnis ini.

Tujuan mahasiswa guna menggali ilmu sampai pada jenjang kuliah untuk mendapatkan pekerjaan baik bekerja di instansi pemerintahan maupun swasta. Mencari pekerjaan di Indonesia sekarang ini merupakan hal yang cukup sulit, hal ini dikarenakan kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia saat ini. Sehingga menyebabkan jumlah pengangguran semakin banyak. Dilihat dari segi ekonomi individual tentu saja pengangguran itu sangat merugikan karena manusia mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas. Oleh karena itu sebagai calon tenaga kerja kita harus mampu berfikir kreatif dan inovatif yang mampu membaca peluang serta pandai memanfaatkan peluang tersebut sesuai dengan kemampuan yang dimiliki dan tidak terfokus hanya pada satu jenis pekerjaan saja.

Dalam laporan bisnis ini menjelaskan tentang suatu inovasi yang dapat diaplikasikan dalam perencanaan bisnis yang mana akan mengulas tentang pengaturan serta perencanaan pembuatan bisnis. Kami sebagai pihak pengelola perusahaan berusaha menguraikan segala aspek utama dan aspek pendukung dalam pendirian perusahaan *Ndang Tuku* yang memiliki produk berupa variasi makanan basah ringan yang sebagian besar berbahan ubi ungu yakni "*Fruit Cassava*". Segala hal mulai dari bentuk makanan apa yang akan kami buat, aspek perencanaan permodalan, teknik pemasaran dan teknik pemilihan total kuantiti sangatlah kami pikirkan dan hal tersebut akan terlampir dalam laporan bisnis ini .

Kami telah berupaya semaksimal mungkin untuk membuat laporan bisnis ini. Namun, karena masih adanya keterbatasan pada kami, apabila ada kesalahan baik dalam penulisan maupun ulasannya kami selaku penulis memohon maaf. Semoga laporan ini juga nantinya akan berguna bagi pembacanya .

Walaupun masih terdapat kekurangan didalam laporan bisnis kami, tetapi haruslah kami ucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang senantiasa memberi kami perlindungan.
2. Dra.Titik Asmawati, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi.
3. Bapak Tri Kuat M.Pd selaku Dosen Pembimbing Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan.
4. Rekan-rekan kelas E praktek kewirausahaan Pendidikan Akuntansi angkatan 2015 yang selalu memberikan motivasi serta semangat.

Terima kasih atas perhatiannya, semoga laporan yang kami buat dapat bermanfaat dan dapat dijadikan inspirasi bagi pembaca.

Surakarta, 11 Juli 2016

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....
Kata Pengantar.....
Daftar Isi.....
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....
B. Tujuan.....
C. Manfaat.....
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kewirausahaan.....
B. Produksi.....
C. Pemasaran.....
D. Distribusi.....
BAB III PELAKSANAAN KEGIATAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Kegiatan.....
B. Proses Produksi.....
C. Pemasaran.....
D. Hasil Kegiatan.....
E. Penjualan.....
F. Laporan Keuangan.....
G. Pembahasan.....
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....
B. Saran.....

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan “*Ndang Tuku*” merupakan perusahaan (*home industry*) yang bergerak pada bidang pengolahan makanan (makanan ringan) yang dibentuk pada tanggal 01 Maret 2016. Perusahaan “*Ndang Tuku*” yang bergerak di bidang makanan ringan yang berbahan dasar ubi ungu dan divariasikan menjadi lumpia dan kroket.

Awal mula terbentuknya perusahaan ini, didasari oleh tugas mata kuliah praktek kewirausahaan dan didalam tugas tersebut dibentuk beberapa kelompok, setiap kelompok beranggotakan kurang lebih 3 sampai 5 orang. Setiap kelompok diwajibkan untuk membuat suatu *bussnies plan* bisa berupa produk maupun jasa. Sesuai kesepakatan kelompok kami, yakni perusahaan “*Ndang Tuku*” kami membuat *bussnies plan* yang menghasilkan sebuah produk. Produk disini berupa olahan makanan ringan yang berbahan dasar ubi ungu. Dari situ kami memiliki keinginan yang sama untuk terus mengembangkan produk tersebut. Produk kami diberi nama “*Fruit Cassava*”.

Kami mengambil nama “*Fruit Cassava*” dari arti Buah-Ubi. Karena kami merencanakan sebuah produk dari bahan utama ubi. Yang berisikan buah nanas, buah pisang dengan penambahan rasa yang disukai oleh semua kalangan yaitu meses dan keju.

Alasan kami menawarkan produk ini adalah karena saat ini semakin banyak masyarakat yang menderita kolesterol, kolesterol merupakan salah satu penyebab kematian terbesar saat ini. Oleh karena itu masyarakat beralih pada makanan yang rendah kolesterol seperti umbi-umbian. Namun masyarakat memandang umbi-umbian itu sebagai makanan yang tidak menarik dari rasa maupun bentuknya. Padahal, begitu banyak manfaat yang dikandung oleh umbi-umbian seperti menghambat proses penuaan dini, mengandung

protein nabati, dan mencegah kanker payudara. Disini kami membantu masyarakat untuk mencegah maupun meminimalisir resiko penyakit kolesterol.

Dari berbagai pedagang kami telah mensurvey bahwa lumpia dan kroket umumnya berasa gurih dan asin karena isinya yaitu berupa sayur-sayuran. Maka dari itu kami ingin membuka usaha dengan menginovasikan jenis lumpia dan kroket menjadi makanan yang manis namun tetap sehat untuk tubuh. Selain itu juga bahan baku untuk pembuatan *fruit cassava* banyak tersedia disekitar kita, harganya juga terjangkau oleh semua kalangan masyarakat dan mudah untuk memperolehnya.

B. Tujuan

Pelaksanaan penjualan produk dilakukan demi mencapai sebuah tujuan tertentu. Tujuan diselenggarakannya bazar ini adalah untuk mengajarkan mahasiswa bagaimana caranya bersaing dalam dunia usaha serta untuk mendapatkan nilai mata kuliah praktek kewirausahaan. Disamping itu juga dapat memberikan pengalaman dalam berniaga di dunia nyata. Sehingga menjadi pengalaman yang sangat berharga untuk mahasiswa yang memulai dengan berniaga tingkat mikro.

C. Manfaat

Berbagai hikmah yang dapat kami ambil dari pelaksanaan penjualan ini adalah cara memasarkan produk dengan budget yang minim dan dengan hasil yang maksimal serta masih berpacu pada syariat Islam. Sehingga kecil kemungkinan untuk mendapatkan penghasilan yang haram. Dengan penghasilan dari kerja kita sendiri akan membuat kita lebih sadar untuk hidup hemat karena bukan cara yang mudah untuk mendapatkan uang. Manfaat diselenggarakannya bazar ini adalah untuk mengajarkan mahasiswa bagaimana caranya bersaing dalam dunia usaha serta untuk mendapatkan nilai mata kuliah praktik kewirausahaan dan mendapat pengalaman dalam berwirausaha.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovasi, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidak pastian.

Wirausaha secara historis sudah dikenal sejak diperkenalkan oleh Richard Castillon pada tahun 1755. Beberapa istilah wirausaha seperti di Belanda dikenal dengan *onder nemer*, di Jerman dikenal dengan *unternehmer*. Pendidikan kewirausahaan mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika, dan Kanada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan kewirausahaan atau manajemen usaha kecil. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan kewirausahaan. Di Indonesia, kewirausahaan dipelajari baru terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Sejalan dengan perkembangan dan tantangan seperti adanya krisis ekonomi, pemahaman kewirausahaan baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan di segala lapisan masyarakat kewirausahaan menjadi berkembang.

Orang yang melakukan kegiatan kewirausahaan disebut wirausahawan. Muncul pertanyaan mengapa seorang wirausahawan (*entrepreneur*) mempunyai cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya. Mereka mempunyai motivasi, panggilan jiwa, persepsi dan emosi yang sangat terkait dengan nilai nilai, sikap dan perilaku sebagai manusia unggul.

B. Teori Produksi

“Proses adalah suatu cara, metode maupun teknik untuk penyelenggaraan atau pelaksanaan dari suatu hal tertentu” (Agus Ahyari, 2002: 65). Sedangkan produksi adalah: “Kegiatan untuk mengetahui penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi yang bermanfaat bagi pemenuhan konsumen” (Sukanto Reksohadiprodjo, 2000: 1).

Dari uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mengenai proses produksi, yang dimaksud dengan proses produksi adalah: “Suatu cara, metode maupun teknik bagaimana penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan konsumen.

Dari pengertian di atas, dapat kita lihat proses produksi merupakan kegiatan atau rangkaian yang saling berkaitan untuk memberikan nilai atau menambah nilai kegunaan terhadap suatu barang. Suatu proses produksi yang bertujuan memberi nilai suatu barang dapat dilihat pada proses produksi yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Sedangkan proses produksi yang bertujuan untuk menambah nilai atau kegunaan suatu barang atau jasa dapat dilihat pada proses produksi yang merubah barang setengah jadi menjadi barang jadi.

Adapun produksi disini adalah transformasi dari faktor-faktor produksi (bahan mentah, tenaga kerja, modal, serta teknologi) menjadi hasil produksi atau produk. Agar tujuan berproduksi yaitu memperoleh jumlah barang atau produk (termasuk jenis produk), dengan harga dalam waktu serta kualitas yang diharapkan oleh konsumen, maka proses produksi perlu diatur dengan baik.

C. Teori Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan

pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Definisi pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Swasta dan Handoko (2000: 4). Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2000: 19) : “adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu system untuk menghasilkan laba. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Terdapat falsafah dalam pemasaran yang disebut sebagai konsep pemasaran. Basu Swastha dan Hani Handoko (2000: 6) mendefinisikan konsep pemasaran sebagai berikut : “Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan”.

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dari konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran tersebut dapat dicapai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memenuhi

keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan keadaan konsumen.

D. Teori Distribusi

Distribusi merupakan proses pemindahan barang-barang dari tempat produksi ke berbagai tempat atau daerah yang membutuhkan. Kotler (2005) mendefinisikan bahwa distribusi akan mencakup perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan arus bahan dengan memperoleh produk akhir dari tempat produksi dengan memperoleh keuntungan. Sebagian besar perusahaan menyatakan bahwa tujuan distribusi adalah membawa barang dalam jumlah tepat, pada waktu yang tepat, dan dengan biaya serendah mungkin.

Aspek terpenting dari distribusi suatu produk adalah biaya pengangkutan sedangkan biaya pengangkutan sangat dipengaruhi oleh tarif angkut. Dengan demikian, tingginya biaya pengangkutan akan mempersempit wilayah pemasaran suatu produk. Panjang pendeknya distribusi pemasaran tergantung beberapa faktor antara lain :

1. Jarak antara produsen dan konsumen, artinya semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen maka biasanya semakin panjang saluran yang akan ditempuh oleh produk.
2. Cepat tidaknya produk rusak, artinya produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen, dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
3. Skala produksi, artinya bila produksi berlangsung dalam ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan dalam ukuran kecil pula, sehingga tidak akan menguntungkan jika produsen menjualnya langsung ke pasar. Dalam kondisi demikian kehadiran pedagang perantara diharapkan, agar saluran yang dilalui produk cenderung panjang.

4. Posisi keuangan perusahaan. Produsen yang kondisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran tataniaga. Agar efektif, pengoperasian aset sehari-hari harus mengimplementasikan strategi-strategi yang telah dikembangkan berdasarkan struktur dan otomatisasi rantai pasokan. Proses yang dijalankan adalah bagaimana membawa produk yang benar ke *outlet* yang benar dan pelanggan yang tepat pada waktu yang tepat pula.

Ada kemungkinan kesalahan apabila sasarannya tidak memenuhi tuntutan pelanggan 100 persen. Persediaan harus tersedia di tempat yang tepat pada waktu yang tepat setiap hari tanpa ada yang gagal. Tanpa adanya persediaan yang tepat, proses distribusi lainnya tidak akan dapat beroperasi. Pengiriman kilat merupakan pengecualian yang jarang dilakukan. Pada prinsipnya, agar dapat beroperasi setiap hari, persediaan harus ada di tempat yang benar pada waktu yang tepat.

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Kegiatan

Hari, Tanggal : Kamis, 26 Mei 2016
Tempat : Taman FKIP UMS
Pelaksana bazar : Mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan

B. Proses Produksi

- Bahan yang digunakan :
 1. Ubi ungu
 2. Keju
 3. Coklat
 4. Pisang
 5. Nanas
 6. Telur
 7. Tepung beras
 8. Tepung panir
 9. Air
 10. Minyak
 11. Gula
 12. Kulit Lumpia
- Proses produksi atau proses pembuatan :
 1. Kupas ubi ungu terlebih dahulu
 2. Kemudian potong ubi ungu yang telah dikupas menjadi bagian-bagian yang kecil
 3. Cuci ubi yang telah dipotong hingga bersih (sampai hilang getahnya)
 4. Kukus ubi ungu yang telah dicuci selama kurang lebih 15 menit
 5. Angkat ubi yang telah masak kemudian tiriskan hingga ubi dingin
 6. Kemudian haluskan ubi yang telah di kukus, hingga benar-benar halus
 7. Siapkan kulit lumpia beserta bahan pelengkap lainnya

8. Ambil sedikit ubi yang telah dihaluskan kurang lebih sebanyak satu sendok makan
 9. Kemudian masukkan isi yang diinginkan
 10. Lipat kulit lumpia sampai membentuk lumpia yang diinginkan
 11. Ambil sedikit ubi yang telah halus kurang lebih sebanyak satu setengah sendok makan
 12. Kemudian masukkan isi yang diinginkan
 13. Bentuk kroket menjadi benar-benar bulat
 14. Buat adonan perekat (tepung beras ditambah air dan gula secukupnya)
 15. Siapkan tepung panir dan putih telur
 16. Masukkan kroket ke dalam adonan perekat, lalu di masukkan ke dalam tepung panir kemudian masukkan kroket ke dalam putih telur setelah itu masukkan kroket ke dalam panir lagi.
 17. Goreng kroket dan lumpia sampai berwarna kecoklatan
 18. Kroket dan lumpia siap untuk dihidangkan
- Modal yang dimiliki :

Setoran Modal	Jumlah
1. Modal Rizki	Rp 20.000,-
2. Modal Annisa	Rp 20.000,-
3. Modal Julia	Rp 20.000,-
4. Modal Fareza	Rp 20.000,-
5. Modal Tika	Rp 20.000,-
Jumlah	Rp 100.000,-

C. Pemasaran

- Pada acara bazar kemarin, strategi pemasaran yang kami gunakan, yaitu :
 1. Menunggu di stand
 2. Keliling di sekitar kampus untuk menawarkan produk kepada konsumen
- Sedangkan untuk sasaran pemasaran, yaitu :
 1. Peserta seminar nasional dan peserta olimpiade
 2. Mahasiswa UMS
 3. Orang yang sedang menunggu pendaftaran di UMS

D. Hasil Penjualan

PENJUALAN PERTAMA

- Produk yang dibuat :
 1. Lumpia 50 biji x @ Rp 1.200,00 = Rp 60.000,00
 2. Krokot 70 biji x @ Rp 1.500,00 = Rp 105.000,00 +

TOTAL = Rp 165.000,00
- Produk yang telah terjual :
 1. Lumpia 50 biji x @ Rp 1.200,00 = Rp 60.000,00
 2. Krokot 70 biji x @ Rp 1.500,00 = Rp 105.000,00 +

TOTAL = Rp 165.000,00 –
- Peluang Laba = 0

PENJUALAN KEDUA

- Produk yang dibuat :
 3. Lumpia 60 biji x @ Rp 2.000,00 = Rp 120.000,00
 4. Krokot 150 biji x @ Rp 1.000,00 = Rp 150.000,00 +

TOTAL = Rp 270.000,00
- Produk yang telah terjual :
 1. Lumpia 60 biji x @ Rp 2.000,00 = Rp 120.000,00
 2. Krokot 135 biji x @ Rp 1.000,00 = Rp 135.000,00 +

TOTAL	= Rp 255.000,00 -
• Peluang Laba	= Rp 15.000,00

E. Laporan Keuangan

PENJUALAN PERTAMA

3 APRIL 2016

	<u>Banyaknya</u>	<u>Harga</u>	<u>Total</u>
PEMASUKAN			
1. Modal Rizki		20.000	
2. Modal Tika		20.000	
3. Modal Julia		20.000	
4. Modal Fareza		20.000	
5. Modal Annisa		20.000	
TOTAL PEMASUKAN			100.000
PENGELUARAN			
BAHAN BAKU			
1. Ubi ungu	2 kg X @4.000	8.000	
2. Meses	1 bgks	10.000	
3. Kulit lumpia	1 bgks isi 50	12.000	
4. Keju	1 bgks	10.500	
5. Pisang	1 sisir	6.000	
6. Tepung panir	¼ kg	2.000	
7. Telur	¼ kg	6.000	
8. Minyak goreng	1 liter	12.000	
9. Tape	0,25 kg	8.000	
10. Nanas	1 buah	5.000	
11. Gula pasir	1 kg	11.000	
BAHAN PEMBANTU			
1. Gas	3 kg	20.000	
2. Mika	50 buah x @250	12.500	
TOTAL PENGELUARAN			123.000
SALDO			-23.000

PENJUALAN 1			
1. Lumpia	50 biji x @1.200	60.000	
2. Krokot	70 biji x @1.500	105.000	
TOTAL			165.000

LABA	165.000 – 123.000 =	42.000
KEKURANGAN MODAL		(23.000)
LABA BERSIH PENJUALAN 1		19.000

PENJUALAN KEDUA

26 MEI 2016

	<u>Banyaknya</u>	<u>Harga</u>	<u>Total</u>
PEMASUKAN			
1. Modal Rizki		20.000	
2. Modal Tika		20.000	
3. Modal Julia		20.000	
4. Modal Fareza		20.000	
5. Modal Annisa		20.000	
TOTAL PEMASUKAN			100.000
PENGELUARAN			
BAHAN BAKU			
1. Ubi ungu	4 kg X @4.000	16.000	
2. Meses	1 bgks	5.000	
3. Kulit lumpia	5 bgks isi 15 x @3.000	15.000	
4. Pisang	1 sisir	6.000	
5. Tepung panir	¼ kg	2.000	
6. Telur	¼ kg	6.000	
7. Minyak goreng	1 liter	12.000	
8. Nanas	1 buah	5.000	
9. Gula pasir	1 kg	11.000	
10. Tepung terigu	¼ kg	2.000	
BAHAN PEMBANTU			
1. Mika	80 buah x @250	20.000	
TOTAL PENGELUARAN			100.000
SALDO			0

PENJUALAN 2			
1. Lumpia	60 biji x @ 2.000,00	120.000	
2. Krokot	135 biji x @ 1.000,00	135.000	
TOTAL			255.000
LABA	255.000 – 100.000 =		155.000
LABA PENJUALAN 1			19.000
LABA BERSIH PENJUALAN 2			174.000

F. Pembahasan

Pada penjualan yang pertama, produk yang kami hasilkan adalah kroket dan lumpia sesuai dengan rencana yang telah kita ditetapkan sebelumnya. Dari bentuk yang dihasilkan adalah lumpia yang ukurannya kecil, jadi harganya kami buat Rp 1.200,00 per biji. Untuk kroket bentuk yang kami hasilkan bermacam-macam, ada yang berbentuk bulat bola, oval bola, dan kotak dengan harga Rp 1.500,00 per biji.

Penjualan pertama kami dapat menghabiskan seluruh barang dagang atau produk yang kami buat yaitu kroket dan lumpia, tanpa ada sisa dan mendapat laba bersih sebesar Rp 19.000,00 setelah dikurangi dengan kekurangan modal yang kami alami sebesar Rp 23.000,00.

Kekurangan yang kami alami pada saat penjualan pertama menjadi bahan evaluasi untuk pembuatan produk serta strategi pemasaran yang kami terapkan. Perubahan demi perubahan kami terapkan perlahan-lahan untuk mendapatkan hasil yang maksimal

Pertama, kami memperbaiki dari segi kemasan yang kurang menarik. Hal itu disebabkan karena tidak adanya label pada produk kami. Karena sebuah label adalah hal yang penting untuk mengenal produk dari perusahaan mana, dan apabila memungkinkan ada label halal yang telah ditetapkan oleh MUI. Namun karena untuk latihan berniaga, kami belum sanggup untuk melakukan pelabelan halal dari MUI. Untuk itu, kami melakukan pembuatan label dengan menempeli stiker di atas mika kemasan kami seperti gambar dibawah ini.



Kedua, perbaikan bentuk produk. Penjualan pertama kami membentuk kroket dengan macam-macam bentuk, hal itu dievaluasi dari para pembeli untuk membentuknya menjadi bulat kecil-kecil sehingga bisa sekali gigitan. Untuk lumpia, kami memilih ukuran kulit lumpia yang besar agar cukup untuk isi yang bervariasi.

Ketiga adalah strategi pemasaran yang kami lakukan yaitu dengan memperluas penyebaran pasar di sekitar kampus UMS. Hal itu dikarenakan adanya peluang penjualan untuk calon mahasiswa baru yang sedang mendaftar. Kemudian sasaran pembeli kami utamakan kepada orangtua yang mayoritas suka dengan ketela, apalagi dengan inovasi yang baru, banyak konsumen yang penasaran dengan produk yang kami buat, biasanya kroket dan lumpia berisikan sayur-sayuran dan mempunyai rasa gurih dan asin, tetapi kroket dan lumpia yang kami buat berasa manis karena kami membuatnya dengan bahan baku ubi ungu. Hal lain yang kami perbaiki untuk penjualan kedua yaitu bentuk *stand* dan gaya penjual yang menarik dengan menghias stand kami dengan pernik pernik dan ada tulisan-tulisan yang menarik konsumen untuk datang dan membeli produk yang kami buat yaitu kroket dan lumpia ubi ungu, dan kami juga memakai *dresscode* yang unik dan kreatif untuk menambah menarik minat pembeli untuk datang ke stand kami.

Beberapa evaluasi yang kami terapkan untuk penjualan kedua berjalan dengan lancar. Namun masih ada kendala yang kami hadapi ketika menjual produk yaitu saingan yang begitu banyak dan produk yang dijual pesaing juga tidak kalah menariknya. Sehingga produk yang pada penjualan pertama habis tanpa sisa tidak terjadi pada penjualan produk kedua. Penjualan kedua mengalami kualahan dalam hal pemasaran sehingga produk kami sisa. Meskipun sisa laba yang kami dapatkan lumayan lebih banyak dari penjualan pertama. Karena ada beberapa sisa bahan pada pembuatan produk pertama seperti keju, meses, mika, dan gas yang dapat digunakan kembali untuk pembuatan produk kedua. Namun kami juga mengecek untuk bahan yang telah membusuk. Hal itu yang membuat pembelian bahan baku dan bahan pembantu produk kedua tidak begitu banyak mengeluarkan uang.

Telah dijelaskan dari laporan keuangan pada sub bab sebelumnya bahwa penjualan kedua mengalami untung sebesar Rp 174.000,00. Sisa ini kami bagikan secara merata tiap-tiap anggota yaitu Rp 34.800,00. Artinya per anggota telah kembali modal Rp 20.000,00 dan laba Rp 14.800,00.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perusahaan *Ndang Tuku* telah melaksanakan praktik kewirausahaan dengan seoptimal mungkin dan berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil penjualan kami kembali modal dan mendapat laba yang kemudian kami bagi rata tidak memandang jabatan mana yang lebih tinggi. Hal itu dikarenakan kami bekerjasama dengan tingkat kerja keras yang sama.

Segala hal yang bersifat positif dari pelaksanaan praktik kewirausahaan kami ambil sebagai contoh untuk dijadikan motivasi lebih giat lagi dalam berniaga. Karena berniaga menjadikan kita pribadi yang jujur, aktif, dan dapat berfikir lebih dalam lagi untuk berikir prospek dalam praktik ini. Ada hal baik pasti juga ada hal yang kurang/tidak baik. Hal yang kurang baik kami buang jauh-jauh dari bahan motivasi dalam berniaga.

B. Saran

1. Gunakan berbagai macam strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan atau pembeli
2. Pilih tempat yang strategis dalam melakukan penjualan, agar mendorong kegiatan jual beli yang dilakukan
3. Buatlah stand yang semenarik mungkin agar para pelanggan atau pembeli tertarik untuk datang ke stand kita
4. Pilihlah Bahan Baku dengan kualitas yang baik
5. Untuk Dosen, sebaiknya lebih dikoordinasi dengan pihak jurusan dalam menentukan jadwal praktek kewirausahaan yang tepat
6. Untuk jurusan, sebaiknya menyediakan sarana dan prasarana yang baik agar kegiatan praktek kewirausahaan berjalan lebih lancar

LAMPIRAN



Foto dengan pelanggan.



Stand Perusahaan Nandang Tuku



Anggota perusahaan *Nandang Tuku*.