

**LAPORAN HASIL**  
**PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN**

Disusun untuk memenuhi Ulangan Akhir Semester mata kuliah Kewirausahaan



**Disusun Oleh:**

XXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXX

Susilo Surya Pradana

XXXXXXXXXXXX

**JURUSAN ILMU KOMPUTER**  
**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN**  
**ALAM**  
**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

## **A. Rencana Pemasaran**

Pada awalnya, kami memiliki sistem penjualan yang melibatkan pengambilan stok produk sebelum memasarkannya. Strategi pemasaran yang kami gunakan adalah metode offline, di mana kami menawarkan produk langsung kepada teman, kerabat, dan relasi lainnya. Meskipun strategi ini berhasil menarik beberapa konsumen, namun terdapat beberapa kelemahan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah keterbatasan waktu dan jangkauan pasar yang dapat dicapai melalui pemasaran langsung, serta kebutuhan untuk lebih banyak upaya dalam menjalankannya.

Oleh karena itu, setelah Ujian Tengah Semester (UTS) hingga Ujian Akhir Semester (UAS), kami memutuskan untuk beralih ke pemasaran online guna mengatasi keterbatasan yang kami hadapi dalam pemasaran offline. Kami melihat pemasaran online sebagai solusi yang tepat untuk memperluas jangkauan pasar dan mempermudah proses transaksi. Dengan mengadopsi strategi pemasaran baru ini, kami juga memperkenalkan sistem pre-order.

Dalam sistem pre-order ini, kami tidak lagi mengambil stok produk terlebih dahulu sebelum ada pesanan. Sebaliknya, kami mencatat dan mendata pesanan yang masuk, dan baru kemudian mengambil stok produk yang sesuai dengan pesanan tersebut. Pendekatan ini memberikan beberapa keuntungan bagi bisnis kami. Pertama, kami dapat mengurangi risiko kerugian akibat penumpukan stok yang tidak terjual. Kedua, kami dapat memanfaatkan permintaan pelanggan secara lebih efisien dengan hanya memproduksi atau membeli produk setelah ada pesanan yang telah dikonfirmasi. Selain itu, sistem pre-order juga memberikan fleksibilitas kepada pelanggan karena mereka dapat memesan produk yang sedang tidak tersedia dan menunggu hingga produk tersebut tersedia kembali.

Dengan mengadopsi strategi pemasaran online dan sistem pre-order, kami berharap dapat mengoptimalkan penjualan produk kami. Kami percaya bahwa perubahan ini akan membantu kami mencapai lebih banyak konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional dalam pengelolaan stok produk.

## B. Analisis Hasil Penjualan

Berdasarkan data penjualan selama periode sebelum dan sesudah UTS, kami melakukan analisis terhadap hasil penjualan yang kami peroleh. Dalam tabel penjualan di bawah, dapat dilihat bahwa ada beberapa produk yang berhasil terjual dengan baik. Produk-produk tersebut antara lain bungkus Hania Realco Latte sebanyak 1 buah, Deodorant Roll On Men sebanyak 1 buah, dan Sari Kurma sebanyak 2 buah. Total pendapatan yang kami dapatkan dari penjualan tersebut mencapai Rp. 159.500 (Seratus Lima Puluh Sembilan Ribu Lima Ratus Rupiah).

No.	Tanggal	Nama Produk	Harga Konsumen	Jumlah yang terjual	Pendapatan
1	2/3/2023	HANIA REALCO LATTE	Rp130,000	0.25	Rp32,500
2		DEODORANT ROLL ON MEN	Rp27,000	1	Rp27,000
3		Sari Kurma	Rp50,000	1	Rp50,000
4	6/3/2023	Sari Kurma	Rp50,000	1	Rp50,000
				<b>Total</b>	<b>Rp159,500</b>

Namun, perlu dicatat bahwa total penjualan yang tercatat dalam tabel merupakan hasil penjualan yang telah terjadi sebelum UTS. Setelah UTS, kami tidak mencatat adanya penjualan baru yang terjadi. Hal ini mungkin disebabkan oleh perubahan strategi pemasaran kami, dimana kami beralih fokus untuk melakukan pemasaran online daripada pemasaran offline seperti sebelumnya.

Kami menyadari bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terhambatnya penjualan kami. Pertama, persaingan yang ketat dengan pesaing-pesaing yang juga memasarkan produk-produk serupa dan memiliki target pasar yang sama. Hal awalnya membuat kami perlu berinovasi dan mencari keunggulan kompetitif untuk menarik minat konsumen. Kedua, kesibukan anggota-anggota dalam kelompok kami juga mempengaruhi upaya pemasaran dan penjualan. Terakhir, kami menyadari bahwa beberapa strategi pemasaran yang telah kami rencanakan sebelumnya masih perlu ditingkatkan agar dapat mencapai hasil yang lebih baik. Meskipun kami tidak mendapatkan penjualan baru setelah

UTS, kami merasa cukup puas dengan hasil penjualan yang telah kami capai karena telah terlaksananya strategi-strategi yang sudah direncanakan sebelumnya.

### C. Analisis Hasil Rugi-Laba

Tabel berikut merupakan analisis hasil rugi-laba dari hasil penjualan yang telah kami lakukan:

No.	Nama Produk	Harga Pokok	Harga Konsumen	Jumlah yang terjual	Pendapatan	Keuntungan Total	Uang yang diserahkan	Keuntungan Kelompok
1	HANIA REALCO LATTE	Rp110,000	Rp130,000	0.25	Rp32,500	Rp5,000	Rp29,500	Rp3,000
2	DEODORANT ROLL ON MEN	Rp24,000	Rp27,000	1	Rp27,000	Rp3,000	Rp25,200	Rp1,800
3	Sari Kurma	Rp45,000	Rp50,000	1	Rp50,000	Rp5,000	Rp47,000	Rp3,000
4	Sari Kurma	Rp45,000	Rp50,000	1	Rp50,000	Rp5,000	Rp47,000	Rp3,000
						<b>Total</b>	<b>Rp148,700</b>	<b>Rp10,800</b>

Setelah melakukan analisis mendalam terhadap penjualan yang telah kami lakukan, kami dapat menyimpulkan bahwa kelompok kami berhasil memperoleh keuntungan sebesar Rp. 10.800 (Sepuluh Ribu Delapan Ratus Rupiah).. Keuntungan ini merupakan selisih antara pendapatan dari penjualan produk dengan biaya akuisisi produk yang telah dijual.

#### **D. Analisis Break Even Point**

Pengertian BEP atau Break Even Point adalah titik di mana pendapatan dan pengeluaran pada suatu usaha berada di posisi yang sama. Sederhananya, BEP atau Break Even Point adalah kondisi jumlah total pendapatan sama dengan jumlah total pengeluaran untuk keperluan produksi pada jangka waktu tertentu.

Dalam kondisi ini, suatu usaha sedang berada di titik BEP. Arti titik BEP adalah total pendapatan dan kerugian berada di posisi 0 atau kondisi suatu usaha yang tidak mengalami kerugian dan juga keuntungan. Untuk mencapai titik BEP, suatu usaha harus dapat memperkirakan besaran pendapatan atau besaran produksi yang harus mereka raih. Nantinya, pendapatan yang dihasilkan harus dapat menutupi biaya tetap dan biaya variabel dalam usaha tersebut.

Berikut merupakan Analisis Break Even Point pada praktikum kelompok kami:

*Fixed Cost = Rp. 148700*

*Variable Cost = Rp. 15000*

*Harga Jual = Rp. 159500*

Pada awalnya kami menentukan Fixed Cost, Variable Cost, dan Harga Jual. Fixed Cost adalah jumlah uang yang akan kami serahkan, sementara Variable Cost diambil dari modal yang kami keluarkan yaitu sebagai berikut:

*Bensin = Rp. 10000*

*Kuota = Rp. 5000*

*Total Modal = Bensin + Kuota = Rp. 10000 + Rp. 5000 = Rp. 15000*

Melalui penghitungan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa total modal yang kami keluarkan adalah sebanyak Rp. 15.000 (Lima Belas Ribu Rupiah). nilai tersebut kemudian dipakai sebagai nilai Variable Cost dalam proses penghitungan BEP. Kemudian Harga Jual diambil dari harga jual barang yang kami pasarkan.

BEP sendiri dibagi menjadi 2, yaitu BEP Unit dan BEP Rupiah. Berikut merupakan rumus untuk menghitung masing-masing BEP tersebut:

Rumus menghitung BEP Unit:

$$BEP\ Unit = \frac{Fixed\ Cost}{(Harga\ Jual - Variable\ Cost)}$$

Rumus menghitung BEP Rupiah:

$$BEP\ Rupiah = \left( \frac{Fixed\ Cost}{(Harga\ Jual - Variable\ Cost)} \right) \times Harga\ Jual$$

atau bisa juga dituliskan seperti berikut:

$$BEP\ Rupiah = BEP\ Unit \times Harga\ Jual$$

Dengan rumus di atas, kami akan menghitung BEP kelompok kami.

$$BEP\ Unit = \frac{Fixed\ Cost}{(Harga\ Jual - Variable\ Cost)}$$

$$BEP\ Unit = \frac{Rp.\ 148700}{(Rp.\ 159500 - Rp.\ 15000)}$$

$$BEP\ Unit = \frac{Rp.\ 148700}{Rp.\ 144500}$$

$$BEP\ Unit = 1.02906574$$

Melalui penghitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa BEP Unit kelompok kami adalah sebesar 1.02906574

$$BEP\ Rupiah = \left( \frac{Fixed\ Cost}{(Harga\ Jual - Variable\ Cost)} \right) \times Harga\ Jual$$

$$BEP\ Rupiah = \frac{Rp.\ 148700}{(Rp.\ 159500 - Rp.\ 15000)} \times Rp.\ 159500$$

$$BEP\ Rupiah = \frac{Rp.\ 148700}{Rp.\ 144500} \times Rp.\ 159500$$

$$BEP\ Rupiah = 1.02906574 \times Rp.\ 159500$$

$$BEP\ Rupiah = Rp.\ 164135.98553$$

Kemudian melalui penghitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa BEP  
Rupiah kelompok kami adalah sebesar *Rp.* 164.135,98553