

# PROJEK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN SMK Kelas XI

Kompetensi Keahlian Bisnis Daring Pemasaran, Akuntansi  
Keuangan Lembaga, Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran

Lailatul Qodriyah  
Mohammad Ilham Prasetyo  
Rahma Amalia  
Revalina Putri Pratami  
Ulfa Dilah

**Editor:**

Badrus Sholeh, S.Pd., M.Pd.



2026

# **PROJEK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN SMK Kelas XI**

**Kompetensi Keahlian Bisnis Daring Pemasaran, Akuntansi  
Keuangan Lembaga, Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran**

**Penulis:**

Lailatul Qodriyah  
Mohammad Ilham Prasetyo  
Rahma Amalia  
Revalina Putri Pratami  
Ulfa Dilah

**Editor:**

Badrus Sholeh, S.Pd.,M.Pd

**ISBN:**

978-634-247-238-5

**Desain sampul:**

Rahma Amalia

**Diterbitkan Oleh :**

PT MEDIA PUSTAKA INDO

Jl. Merdeka RT4/RW2 Binangun, Kab. Cilacap, Jawa Tengah

Website: [www.mediapustakaindo.com](http://www.mediapustakaindo.com)

E-mail: [mediapustakaindo@gmail.com](mailto:mediapustakaindo@gmail.com)

Anggota IKAPI: 263/JTE/2023

**Cetakan Pertama : 2026**

**Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.** Dilarang memperbanyak sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis.

# KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang telah tercurah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan bahan ajar ini dengan baik dan tepat waktu.

Bahan Ajar “Projek Kreatif dan Kewirausahaan SMK Kelas XI Kompetensi Keahlian Bisnis Daring Pemasaran, Akuntansi Keuangan Lembaga, Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran” merupakan salah satu sumber belajar yang membahas tentang pengembangan ide, inovasi, serta penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam kegiatan proyek. Melalui bahan ajar ini, diharapkan siswa mampu memahami konsep dasar kewirausahaan, menggali potensi kreatif, serta membangun sikap mandiri, disiplin, dan bertanggung jawab dalam merancang serta melaksanakan ide usaha sederhana.

Saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan bahan ajar ini di masa mendatang. Semoga bahan ajar ini dapat memberikan manfaat bagi guru dan peserta didik dalam mendukung proses pembelajaran pada mata pelajaran Projek Kreatif dan Kewirausahaan.

Tangerang Selatan, 04 Oktober 2025

Lailatul Qodriyah  
Mohammad Ilham Prasetyo  
Rahma Amalia  
Revalina Putri Pratami  
Ulfa Dilah

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
BAB I PELUANG USAHA .....	1
A. Capaian Pembelajaran .....	1
B. Materi .....	1
1. Konsep Peluang Usaha .....	1
2. Faktor Internal dan Eksternal.....	2
3. Menentukan Jenis Usaha .....	4
C. Latihan .....	8
D. Penilaian .....	10
E. Referensi .....	11
BAB II PROPOSAL USAHA ( <i>BUSINESS PLAN</i> ) .....	13
A. Capaian Pembelajaran .....	13
B. Materi .....	13
1. Konsep Proposal Usaha .....	13
2. Analisis Finansial dalam Proposal Usaha .....	14
3. Penyusunan Proposal Usaha.....	17
C. Latihan .....	21
D. Penilaian .....	23
E. Referensi .....	24
BAB III RENCANA PRODUKSI & PROTOTIPE .....	25
A. Capaian Pembelajaran .....	25
B. Materi .....	25
1. Perencanaan Produksi.....	25
2. Perancangan Produk .....	26
3. Pembuatan Prototipe.....	28
C. Latihan .....	32
D. Penilaian .....	34
E. Referensi .....	35
BAB IV STRATEGI PRODUKSI & STANDAR KUALITAS .....	36
A. Capaian Pembelajaran .....	36
B. Materi .....	36
1. Konsep Produksi.....	36
2. Biaya Produksi .....	37

3. Rencana Produksi Lanjutan .....	39
C. Latihan.....	44
D. Penilaian.....	46
E. Referensi.....	47
BAB V <u>P</u> RODUKSI & <u>P</u> ENGENDALIAN MUTU .....	48
A. Capaian Pembelajaran.....	48
B. Materi.....	48
1. Konsep Produksi dan Mutu .....	48
2. Pelaksanaan Produksi.....	49
3. Pengendalian Mutu .....	51
C. Latihan.....	54
D. Penilaian.....	56
E. Referensi.....	57
BAB VI <u>D</u> ESAIN <u>K</u> EMASAN & <u>P</u> ENGEMASAN PRODUK .....	59
A. Capaian Pembelajaran.....	59
B. Materi.....	59
1. Konsep Kemasan Produk .....	59
2. Desain Kemasan .....	63
3. Pengemasan Produk .....	67
C. Latihan.....	71
D. Penilaian.....	73
E. Referensi.....	74
BAB VII <u>P</u> EMASARAN, <u>D</u> ISTRIBUSI & <u>L</u> AYANAN PELANGGAN .....	75
A. Capaian Pembelajaran.....	75
B. Materi.....	75
1. Konsep Pemasaran Produk .....	75
2. Strategi Pemasaran .....	76
3. Distribusi Produk .....	78
4. Layanan Pelanggan .....	79
C. Latihan.....	81
D. Penilaian.....	83
E. Referensi.....	84
BAB VIII <u>H</u> AK ATAS <u>K</u> EKAYAAN INTELEKTUAL .....	85
A. Capaian Pembelajaran.....	85
B. Materi.....	85
1. Konsep HAKI.....	85

2. Aturan HAKI dalam Usaha .....	86
C. Latihan .....	89
D. Penilaian .....	92
E. Referensi .....	93
BAB IX MENGELOLA LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA ....	94
A. Capaian Pembelajaran .....	94
B. Materi .....	94
1. Konsep Laporan Keuangan Usaha .....	94
2. Fungsi Laporan Keuangan Usaha .....	95
3. Laporan Keuangan Utama.....	95
4. Laporan Tambahan.....	99
C. Latihan .....	100
D. Penilaian .....	102
E. Referensi .....	103
GLOSARIUM .....	104
PROFIL PENULIS .....	106

# BAB I

## PELUANG USAHA

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik diharapkan mampu mengidentifikasi peluang bisnis melalui pemanfaatan potensi yang terdapat pada lingkungan internal maupun eksternal, kemudian menentukan jenis usaha yang paling tepat untuk dikembangkan.

### B. Materi

#### 1. Konsep Peluang Usaha

##### a. Pengertian Peluang Usaha

Peluang usaha adalah kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk menjalankan kegiatan bisnis dengan kemungkinan berhasil atau gagal di masa depan. Peluang usaha bukan hanya harapan, tetapi merupakan prospek yang dapat diukur melalui perkiraan produksi, penjualan, dan keuntungan. Oleh karena itu, peluang usaha perlu dikenali dan dimanfaatkan secara optimal untuk mencapai tujuan bisnis, khususnya memperoleh keuntungan dan keberlangsungan usaha (Nurjaman et al., 2024).

##### b. Tujuan Peluang Usaha

Berikut ini adalah tujuan yang menjadi pondasi bagaimana seseorang atau perusahaan mencari dan mengembangkan peluang usaha, selain hanya untuk membuat hal baru :

- 1) **Menghasilkan Keuntungan Finansial dan Nonfinansial**, seperti laba, reputasi, dan kepuasan pribadi (Darwanto, 2013).
- 2) **Menciptakan Barang atau Jasa dengan Inovatif**, agar mampu bersaing di pasar (Darwanto, 2013).
- 3) **Membuka Lapangan Pekerjaan**, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Darwanto, 2013).
- 4) **Mengembangkan Bisnis atau Mencegah Kebangkrutan**, melalui penyesuaian terhadap perubahan (Darwanto, 2013).

- 5) **Menunjukkan Reputasi dan Eksistensi Bisnis di Pasar,** membangun citra dan kesadaran publik yang kuat. Perusahaan juga perlu memastikan bahwa produk di kenal luas di segmen pasar yang ditargetkan (Darwanto, 2013).

**c. Manfaat Peluang Usaha**

Selain tujuan peluang usaha pun memiliki manfaat yang sangat positif bagi individu maupun lingkungan sekitar, diantaranya :

- 1) **Melatih Kemandirian dan Mengasah Potensi Diri:** melalui kegiatan usaha, seseorang belajar mengambil keputusan, bertanggung jawab, serta meningkatkan kreativitas dan keterampilan dalam mengelola bisnis (Van Praag & Versloot, 2008).
- 2) **Potensi Keuntungan Finansial yang Tinggi:** usaha memberikan kesempatan memperoleh pendapatan yang tidak terbatas, tergantung pada kemampuan, strategi, dan kerja keras pelaku usaha (Van Praag & Versloot, 2008).
- 3) **Membuka Lapangan Pekerjaan:** usaha yang berkembang membutuhkan tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar (Van Praag & Versloot, 2008).
- 4) **Memperluas dan Mengembangkan Relasi Sosial:** kegiatan usaha melibatkan banyak pihak, seperti konsumen, pemasok, dan mitra kerja, sehingga membantu membangun hubungan dan kerja sama yang bermanfaat untuk pengembangan usaha (Van Praag & Versloot, 2008).

**2. Faktor Internal dan Eksternal**

Minat berwirausaha bukanlah bakat alami, melainkan karakteristik yang tumbuh dan berkembang seiring dengan pengaruh dari berbagai faktor.

#### a. Faktor Internal

Faktor internal berasal dari dalam diri pelaku usaha dan dapat dikendalikan. Faktor internal dibagi menjadi dua bagian utama :

- 1) **Kekuatan (*Strengths*):** keunggulan usaha seperti kualitas produk, modal, lokasi strategis, dan tenaga kerja berpengalaman (Julius F. & Suhartatik, 2019).
- 2) **Kelemahan (*Weaknesses*):** yaitu keterbatasan usaha seperti modal terbatas, peralatan sederhana, promosi kurang maksimal, dan pencatatan keuangan yang belum rapi (Julius F. & Suhartatik, 2019).

#### b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari luar usaha dan berada di luar kendali pelaku usaha. Faktor eksternal dibagi menjadi dua bagian :

- 1) **Peluang (*Opportunities*):** kondisi yang menguntungkan seperti perkembangan teknologi dan tren pasar (Julius F. & Suhartatik, 2019).
- 2) **Ancaman (*Threats*):** kondisi yang dapat merugikan usaha, seperti persaingan ketat, perubahan selera konsumen, dan kenaikan biaya produksi (Julius F. & Suhartatik, 2019).

#### c. Hubungan Faktor Internal dan Eksternal dalam Menentukan Peluang Usaha

Hubungan faktor internal dan faktor eksternal sangat berpengaruh dalam menentukan peluang usaha. Kedua faktor ini saling berkaitan dan harus dianalisis secara bersama-sama agar usaha dapat berkembang dengan baik, digunakan analisis SWOT, yaitu model yang mengidentifikasi empat komponen utama :

- 1) ***Strengths* (Kekuatan):** keunggulan yang dimiliki usaha, seperti kualitas produk, keterampilan sumber daya manusia, modal, dan lokasi usaha (Nidya Maharani et al., 2024).
- 2) ***Weakness* (Kelemahan):** merupakan keterbatasan yang ada dalam usaha, seperti modal terbatas, peralatan

sederhana, kurangnya promosi, dan manajemen yang belum optimal (Nidya Maharani et al., 2024).

- 3) **Opportunities (Peluang):** kondisi dari lingkungan luar perusahaan yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha, seperti kebutuhan pasar, perkembangan teknologi, dan tren masyarakat. (Nidya Maharani et al., 2024)
- 4) **Threats (Ancaman):** kondisi dari lingkungan luar perusahaan yang dapat menghambat jalannya usaha, seperti persaingan usaha, perubahan selera konsumen, dan kenaikan harga bahan baku (Nidya Maharani et al., 2024).

### 3. Menentukan Jenis Usaha

#### a. Kriteria Pemilihan Jenis Usaha

Menentukan jenis usaha merupakan langkah penting dalam kegiatan kewirausahaan. Pemilihan usaha harus dilakukan secara tepat agar usaha yang dijalankan mampu berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, calon wirausahawan perlu mempertimbangkan beberapa aspek sebelum menetapkan jenis usaha yang akan dijalankan.

Dalam menentukan jenis usaha, terdapat beberapa kriteria yang perlu diperhatikan, yaitu :

- 1) **Kelayakan Pasar (*Market Feasibility*)**, yaitu adanya kebutuhan dan permintaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Bimo Sentiago & Amir Hidayatulloh, 2019).
- 2) **Kesesuaian dengan Kemampuan dan Minat (*Personal Fit*)**, agar usaha dapat dijalankan secara konsisten dan optimal (Bimo Sentiago & Amir Hidayatulloh, 2019).
- 3) **Ketersediaan Modal dan Sumber Daya (*Financial & Resource Feasibility*)**, baik modal finansial maupun sumber daya manusia (Bimo Sentiago & Amir Hidayatulloh, 2019).

- 4) **Potensi Keuntungan (*Profitability*)**, yaitu kemampuan usaha dalam menghasilkan laba (Bimo Santiago & Amir Hidayatulloh, 2019).
- 5) **Risiko Usaha (*Business Risk*)**, yaitu kemungkinan kerugian yang dapat terjadi dan cara mengantisipasinya (Bimo Santiago & Amir Hidayatulloh, 2019).
- 6) **Keberlanjutan dan Dampak Sosial (*Sustainability & Social Impact*)**, yaitu kemampuan usaha untuk bertahan lama dan memberi manfaat bagi lingkungan sekitar (Bimo Santiago & Amir Hidayatulloh, 2019).

**b. Membandingkan Alternatif Jenis Usaha**

Setelah menentukan beberapa pilihan usaha maka, langkah selanjutnya adalah membandingkan alternatif jenis usaha yang tersedia. Perbandingan ini dilakukan untuk mengetahui usaha yang paling sesuai dengan kemampuan dan usaha yang memiliki peluang keberhasilan yang lebih besar.

Adapun perbandingan alternatif jenis usaha dilakukan berdasarkan beberapa aspek berikut :

- 1) **Perhatikan peluang pasar**, yaitu tingkat kebutuhan dan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Ningrum, 2022).
- 2) **Melihat Modal Usaha**, baik modal awal maupun modal operasional (Ningrum, 2022).
- 3) **Mempertimbangkan Dari Segi Potensi Keuntungan**, yaitu kemampuan usaha dalam menghasilkan laba (Ningrum, 2022).
- 4) **Memikirkan Risiko Usaha**, yaitu kemungkinan terjadinya kerugian dalam menjalankan usaha (Ningrum, 2022).
- 5) **Memastikan Usaha yang dipilih Sesuai dengan kemampuan dan minat**, agar usaha dapat dijalankan secara optimal (Ningrum, 2022).
- 6) **Mempertimbangkan Segala Faktor Keberlanjutan Usaha**, yaitu kemampuan usaha untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (Ningrum, 2022).

### c. Menentukan Jenis Usaha Sesuai Jenis Lingkungan

Dalam menentukan jenis usaha, pelaku usaha perlu menyesuaikannya dengan kondisi lingkungan agar usaha yang dijalankan dapat diterima dan berkembang dengan baik. Lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan suatu usaha.

Penentuan jenis usaha berdasarkan jenis lingkungan meliputi :

- 1) **Lingkungan Sosial**, yaitu kebiasaan, budaya, dan kebutuhan masyarakat sekitar yang menjadi sasaran usaha.
- 2) **Lingkungan Ekonomi**, yaitu tingkat pendapatan dan daya beli masyarakat yang memengaruhi jenis produk atau jasa yang ditawarkan.
- 3) **Lingkungan Alam atau Geografis**, yaitu kondisi wilayah, iklim, serta ketersediaan sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan.
- 4) **Lingkungan Persaingan**, yaitu jumlah pesaing dan tingkat persaingan usaha di wilayah tersebut (Danang Sunyoto et al., 2024).

### d. Alasan Logis atas Pemilihan Jenis Usaha

Pemilihan jenis usaha harus didasarkan pada alasan yang logis dan rasional agar usaha dapat dijalankan secara efektif serta meminimalkan risiko kerugian. Alasan logis ini menjadi dasar dalam menentukan kelayakan suatu usaha.

Alasan logis dalam pemilihan jenis usaha meliputi :

- 1) **Minat dan Keahlian**, sehingga usaha dapat dijalankan dengan lebih optimal dan berkelanjutan.
- 2) **Modal yang Dimiliki**, baik modal awal maupun modal operasional.
- 3) **Peluang dan Kebutuhan Pasar**, yaitu adanya permintaan dari konsumen terhadap produk atau jasa.
- 4) **Lokasi dan Bahan Baku**, agar proses produksi dan distribusi berjalan lancar.
- 5) **Persaingan Usaha**, sehingga pelaku usaha dapat menentukan strategi yang tepat.

- 6) **Risiko dan Keberlanjutan Usaha**, yaitu kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang.
- 7) **Regulasi dan Izin Usaha**, agar usaha dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Hanggita, 2018).

### C. Latihan

**Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Jelaskan bagaimana kebutuhan manusia mendorong munculnya peluang usaha!
2. Analisis perbedaan antara sumber peluang usaha internal dan eksternal!
3. Jelaskan mengapa Kelayakan Pasar (*Market Feasibility*) menjadi kriteria awal yang wajib dipertimbangkan saat memilih jenis usaha?
4. Mengapa alasan logis atas pemilihan jenis usaha sangat penting? Jelaskan fungsi utama alasan logis ini dalam meminimalisir risiko kerugian.
5. Buat contoh ide peluang usaha yang berasal dari perkembangan teknologi !

**Kunci Jawaban :**

1. Kebutuhan manusia yang terus berkembang mendorong munculnya peluang usaha karena kebutuhan yang belum terpenuhi dapat dijadikan dasar untuk menciptakan produk atau jasa yang bernilai ekonomi.
2. Sumber peluang usaha internal berasal dari dalam diri individu, seperti keterampilan, hobi, pengalaman, dan pengetahuan. Sementara itu, sumber peluang usaha eksternal berasal dari luar individu, seperti perubahan tren pasar, perkembangan teknologi, lingkungan sosial, dan kebijakan pemerintah.
3. Kelayakan pasar menjadi kriteria awal karena menunjukkan peluang produk atau jasa untuk diterima oleh konsumen. Analisis pasar membantu pelaku usaha menilai potensi keuntungan dan mengurangi risiko kerugian.
4. Alasan logis dalam pemilihan jenis usaha penting karena membantu wirausahawan menentukan usaha yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan pasar, sehingga dapat meminimalkan risiko kesalahan perencanaan dan kerugian.
5. Contoh peluang usaha berbasis perkembangan teknologi antara lain jasa pembuatan konten digital, penjualan melalui marketplace online, kursus daring, serta pengembangan aplikasi atau perangkat lunak sederhana.

#### **D. Penilaian**

- 1. Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
- 2. Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
- 3. Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0–20 sesuai ketepatan jawaban. (0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
- 4. Rumus Penilaian :**  
Nilai Akhir = Skor Diperoleh / Skor Maksimal × 100

## E. Referensi

- Bimo Sentiago, and Amir Hidayatulloh. 2019. "Analisis Faktor Eksternal Terhadap Faktor Internal Dan Dampaknya Terhadap Kinerja UKM Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 8(2): 123-34.
- Danang Sunyoto, Magister Alfatah Kalijaga, and Melniya Rahma Sari. 2024. "Pengaruh Perubahan Lingkungan Bisnis Terhadap Adaptasi Perilaku Pedagang Pasar Karangpandan Karanganyar Di Jawa Tengah." *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 2(4): 240-58.  
doi:10.59603/ppiman.v2i4.561.
- Darwanto. 2013. "Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas)." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 20(2): 142-49.
- Hanggita, Ariffa Tio. 2018. "Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran." *Manajemen Bisnis* 8(2): 167-76. doi:10.22219/jmb.v8i2.7069.
- Julius F., Nagel P., and Ani Suhartatik. 2019. "Faktor Internal Dan Eksternal Minat Berwirausaha Dan Keberhasilan Usaha Pada UMKM Di Surabaya." *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 15(1): 53. doi:10.35384/jkp.v15i1.164.
- Nidya Maharani, Rizka, Muhamad Khoirun Nasihin, Agustin Azizatus Zahro, and Vicky F Sanjaya. 2024. "Al-A'Mal ANALISIS SWOT DALAM PENGELOLAAN STRATEGI BISNIS: STUDI KASUS RUMAH MAKAN PINDANG SEHAT DI BANDAR LAMPUNG." *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1: 88-99.
- Ningrum, Dwi. 2022. "JURNAL KEWIRAUSAHAAN VOL. 8 No. 4, Juni 2022." *Jurnal Kewirausahaan* 8(4): 262-72.
- Nurjaman, Ujang, Asri Khoirunnisa, Desi Safitri, Ari Daryani, and Ahsyaf Muzakki. 2024. "Identifikasi Peluang Usaha." *Journal on Education* 7(01): 1305-16.

Van Praag, C. Mirjam, and Peter H. Versloot. 2008. "The Economic Benefits and Costs of Entrepreneurship: A Review of the Research." *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 4(2): 65-154. doi:10.1561/0300000012.

## BAB II

# PROPOSAL USAHA (BUSINESS PLAN)

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu menyusun proposal usaha (*business plan*) yang mencakup perencanaan bisnis, perhitungan biaya produksi, analisis titik impas (*Break Even Point*), serta pengukuran tingkat pengembalian investasi (*Return On Investment/ROI*).

### B. Materi

#### 1. Konsep Proposal Usaha



Gambar 1: Research Dokumen Usaha

Sumber: <https://idn.freepik.com/search>

#### a. Pengertian Proposal Usaha

Proposal usaha merupakan dokumen perencanaan tertulis yang disusun secara sistematis untuk menjelaskan ide, tujuan, dan strategi bisnis kepada pihak terkait, baik internal maupun eksternal. Dokumen ini berfungsi sebagai pedoman pelaksanaan usaha sekaligus sarana untuk menyampaikan kelayakan bisnis kepada calon mitra atau investor. Penyusunan proposal sebaiknya dilakukan sejak tahap awal perencanaan agar arah usaha lebih jelas dan terukur (Abdullah, 2020).

## b. Komponen Proposal Usaha

Unsur-unsur yang termasuk kedalam komponen proposal usaha adalah :

- 1) **Deskripsi Usaha:** berisi gambaran singkat mengenai latar belakang, visi, dan misi usaha.
- 2) **Produk atau Jasa:** menjelaskan jenis produk, proses pembuatan produk, serta keunggulannya dibanding pesaing.
- 3) **Lokasi Usaha:** berkaitan dengan akses bahan baku, pasar, dan biaya operasional.
- 4) **Target Usaha:** meliputi segmentasi, sasaran konsumen, dan strategi pemasaran.
- 5) **Persaingan Usaha:** menjelaskan posisi usaha di tengah kompetitor dan strategi bersaing.
- 6) **Laporan Keuangan:** memuat kebutuhan modal, perhitungan biaya, serta estimasi laba.
- 7) **Manajemen Usaha:** menjelaskan struktur organisasi dan bentuk badan usaha.
- 8) **Lampiran:** berisi dokumen pendukung seperti perizinan atau data tambahan.

## c. Fungsi Proposal Usaha

Proposal usaha berfungsi sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan bisnis, alat untuk meyakinkan pihak luar, sarana evaluasi dan pengendalian usaha, media komunikasi dan promosi, serta dasar pengambilan keputusan. Dalam pembelajaran, proposal usaha juga melatih kemampuan berpikir kritis dan sistematis peserta didik (Indriasari & Fatma, 2022).

## 2. Analisis Finansial dalam Proposal Usaha

### a. Biaya Produksi

Dalam menjalankan suatu usaha, pelaku usaha harus mengetahui seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Biaya produksi adalah seluruh pengeluaran yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa. Biaya ini terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap

merupakan biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun jumlah produksi berbeda, sedangkan biaya variabel berubah sesuai dengan volume produksi. Untuk mengetahui total biaya yang dikeluarkan, diperlukan perhitungan biaya produksi secara sistematis (Wawolangi et al., n.d.).

### **Rumus dan Contoh Soal Biaya Produksi**

$$\text{Biaya Total} = \text{Biaya Tetap} + (\text{Biaya Variabel} \times \text{Jumlah Produksi})$$

#### **1) Contoh Soal**

Sebuah usaha memiliki biaya tetap sebesar Rp2.000.000 per bulan dan biaya variabel Rp5.000 per unit. Jika jumlah produksi sebanyak 500 unit, tentukan biaya total produksinya.

#### **2) Pembahasan**

Diketahui :

Biaya tetap = 2.000.000

Biaya variabel = 5.000 per unit

Jumlah produksi = 500 unit

Maka,

Biaya Total = Biaya Tetap + (Biaya Variabel x Jumlah Produksi)

Biaya Total = 2.000.000 + (5.000 x 500)

Biaya Total = 4.500.000

Jadi, biaya total produksi pada usaha tersebut adalah sebesar Rp4.500.000.

#### **b. Break Event Point (BEP)**

Setelah mengetahui besarnya biaya produksi, pelaku usaha perlu mengetahui jumlah penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian. Dalam praktik usaha, tidak semua penjualan langsung menghasilkan keuntungan. Ada suatu kondisi di mana pendapatan yang diperoleh hanya cukup untuk menutup seluruh biaya yang dikeluarkan.

Kondisi inilah yang disebut sebagai titik impas atau *Break Even Point* (BEP). Dengan mengetahui BEP, pelaku usaha dapat menetapkan target penjualan yang realistis serta merencanakan strategi pemasaran yang tepat agar usaha tidak merugi (Zakia Harun et al., 2023).

#### **Rumus Break Event Point (Unit)**

$$\text{BEP} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel})$$

#### **1) Contoh Soal**

Sebuah usaha menjual produk dengan harga Rp20.000 per unit. Biaya variabel sebesar Rp12.000 per unit dan biaya tetap Rp4.000.000 per bulan. Hitung BEP usaha tersebut.

#### **2) Pembahasan**

Diketahui :

Harga jual = 20.000

Biaya variabel = 12.000

Biaya tetap = 4.000.000

Maka,

$\text{BEP} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel})$

$\text{BEP} = 4.000.000 / (20.000 - 12.000)$

$\text{BEP} = 4.000.000 / 8.000$

$\text{BEP} = 500 \text{ unit}$

Artinya, usaha harus menjual minimal 500 unit agar berada pada kondisi tidak untung dan tidak rugi.

#### **c. Return On Investment (ROI)**

Selain mengetahui batas minimal penjualan, pelaku usaha juga perlu menilai seberapa besar keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan modal yang telah ditanamkan. Penilaian ini penting untuk mengetahui apakah usaha yang dijalankan memberikan hasil yang sebanding dengan modal yang dikeluarkan.

Salah satu cara yang digunakan untuk menilai hal tersebut adalah dengan menghitung *Return On Investment*

(ROI). ROI menunjukkan tingkat pengembalian modal dari suatu usaha dan sering digunakan sebagai indikator kelayakan usaha (Dennis & Smith, 2024).

**Rumus Return On Investment (ROI)**

$$\text{ROI} = (\text{Laba Bersih} / \text{Modal}) \times 100\%$$

### 1) Contoh Soal

Seorang wirausaha menanamkan modal sebesar Rp10.000.000 dan memperoleh laba bersih Rp2.500.000. Hitung nilai ROI usaha tersebut.

### 2) Pembahasan

Diketahui :

Modal = 10.000.000

Laba bersih = 2.500.000

Maka,

$\text{ROI} = (\text{Laba Bersih} / \text{Modal}) \times 100\%$

$\text{ROI} = (2.500.000 / 10.000.000) \times 100\%$

ROI = 25%

Jadi, nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha mampu memberikan pengembalian modal sebesar 25%.

## 3. Penyusunan Proposal Usaha

### a. Pengertian Penyusunan Proposal Usaha

Penyusunan proposal usaha adalah proses merancang dan menuliskan rencana usaha secara sistematis agar ide usaha yang dimiliki dapat dijalankan secara terarah. Proposal usaha disusun sebagai pedoman pelaksanaan usaha sekaligus sebagai bahan pertimbangan bagi pihak lain yang berkepentingan, seperti investor atau mitra usaha (Indriasari & Fatma, 2022).

### b. Tujuan Penyusunan Proposal Usaha

Penyusunan proposal usaha memiliki beberapa tujuan utama, antara lain :

- 1) **Meyakinkan pihak eksternal**, seperti calon investor atau pihak bank, untuk memberikan dukungan pendanaan.
- 2) **Menjelaskan ide dan strategi bisnis** secara terperinci agar dapat dipahami dengan mudah.
- 3) **Menjadi acuan dalam menjalankan usaha**, agar kegiatan bisnis berjalan sesuai rencana.
- 4) **Sebagai bahan evaluasi** untuk menilai apakah ide usaha tersebut layak dijalankan atau perlu diperbaiki. (Indriasari & Fatma, 2022)

c. **Struktur Proposal Usaha**

Agar proposal usaha mudah dipahami, penyusunannya harus mengikuti struktur yang sistematis dan logis. Secara umum, susunannya terdiri dari :

- 1) **Halaman Judul:** Memuat nama usaha, logo (bila ada), nama penyusun, dan tahun pembuatan.
- 2) **Kata Pengantar:** Berisi penjelasan singkat tentang maksud dan tujuan pembuatan proposal.
- 3) **Daftar Isi**
- 4) **Bab I (Pendahuluan):** Menjelaskan latar belakang usaha, tujuan, dan keuntungan yang ingin di peroleh.
- 5) **Bab II (Profil Usaha):** Memaparkan nama, bentuk badan usaha, lokasi, deskripsi produk atau jasa, serta keunggulannya.
- 6) **Bab III (Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran):** Menguraikan target pasar, strategi promosi dan distribusi, serta analisis terhadap pesaing.
- 7) **Bab IV (Aspek Produksi atau Operasional):** Menjelaskan proses pembuatan produk, peralatan yang digunakan, bahan baku, dan tata letak tempat usaha.
- 8) **Bab V (Sumber Daya Manusia dan Manajemen):** Memuat struktur organisasi dan pembagian tugas masing-masing anggota.
- 9) **Bab VI (Aspek Keuangan):** Menjelaskan kebutuhan modal, sumber pembiayaan, dan estimasi laba rugi.

10) **Bab VII (Penutup):** Berisi kesimpulan singkat dan harapan penyusun terhadap pihak pembaca proposal. (Indriasari & Fatma, 2022)

**d. Langkah - Langkah Menyusun Proposal Usaha**

Agar proposal usaha tersusun dengan baik dan menarik, berikut beberapa tahapan yang bisa dilakukan :

- 1) **Menentukan ide usaha** yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan kemampuan pelaku usaha.
- 2) **Mengumpulkan informasi pendukung**, seperti data pasar, bahan baku, dan modal yang dibutuhkan.
- 3) **Membuat kerangka proposal** berdasarkan struktur umum yang telah ditetapkan.
- 4) **Menulis isi proposal** dengan bahasa yang jelas, teratur, dan bersifat meyakinkan.
- 5) **Menyertakan data dan perhitungan keuangan yang akurat** agar proposal lebih realistis.
- 6) **Melakukan revisi akhir** untuk memastikan isi proposal sudah rapi dan profesional.

**e. Menyajikan Proposal Usaha Secara Runtut dan Meyakinkan**

Proposal usaha perlu disajikan dengan bahasa yang sopan, lugas, dan mudah dipahami agar menarik bagi pembaca. Informasi dan perhitungan yang disampaikan harus berdasarkan data yang nyata dan realistis. Untuk meningkatkan daya tarik, proposal dapat dilengkapi dengan elemen visual seperti tabel, grafik, atau gambar produk.

Selain itu, isi proposal perlu disusun secara logis, mulai dari ide usaha hingga rencana pelaksanaannya, serta ditutup dengan ajakan kerja sama atau harapan dukungan dari pembaca (Indriasari & Fatma, 2022).

**f. Contoh Singkat Draft Proposal Usaha**

- 1) **Judul: Proposal Usaha Minuman Kekinian “Bananine: Pisang Nugget Kekinian”**
- 2) **Isi singkat :**
  - a) *Latar Belakang:* Tren makanan ringan modern semakin digemari masyarakat, terutama produk

berbahan dasar pisang yang diolah secara kreatif. Melihat peluang tersebut, usaha Bananine hadir untuk menghadirkan camilan pisang nugget dengan berbagai varian rasa dan topping menarik.

- b) **Produk:** Pisang nugget yang dilapisi tepung renyah dan disajikan dengan pilihan rasa coklat, keju, matcha, dan karamel.
- c) **Lokasi:** Sekitar area sekolah dan kampus.
- d) **Target Pasar:** Pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum usia 15-35 tahun.
- e) **Strategi Promosi:** Promosi melalui media sosial (Instagram dan TikTok), program diskon pembukaan, serta kemasan yang estetik untuk menarik pembeli.
- f) **Modal Awal:** Rp5.000.000,-
- g) **PerkiraanKeuntungan:** Rp2.000.000,- per bulan pada tiga bulan pertama.

### C. Latihan

#### Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat

1. Jelaskan secara rinci komponen utama dalam proposal usaha yang wajib dicantumkan oleh sebuah bisnis rintisan seperti kedai kopi lokal !
2. Sinta menjalankan usaha keripik pisang. Biaya tetap yang harus dibayarnya setiap bulan adalah :
  - a. Sewa tempat: Rp500.000,
  - b. Gaji karyawan: Rp1.000.000,
  - c. Listrik dan air: Rp200.000,Biaya variabel per bungkus keripik adalah Rp4.000, dan harga jualnya Rp7.000. Hitunglah Break Even Point (BEP) dalam unit (berapa bungkus harus terjual agar impas)?
3. Berikan contoh penggunaan ROI dalam pengambilan keputusan investasi pada usaha franchise makanan cepat saji!
4. Buatlah kerangka proposal usaha digital printing yang akan diajukan kepada investor !
5. Jika Anda menjadi seorang investor, komponen apa yang akan Anda perhatikan terlebih dahulu dalam proposal usaha? Jelaskan alasannya.

**Kunci Jawaban :**

1. Proposal usaha perlu memuat komponen utama berupa halaman judul dan ringkasan eksekutif, latar belakang dan tujuan usaha, profil usaha dan tim, analisis pasar dan pesaing, rencana produksi dan operasional, rencana pemasaran, rencana keuangan, serta lampiran pendukung. Komponen tersebut membantu pihak terkait memahami konsep dan kelayakan usaha.
2. Biaya tetap usaha sebesar Rp1.700.000, biaya variabel Rp4.000 per bungkus, dan harga jual Rp7.000 per bungkus.  
Maka,  
$$\text{BEP} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel})$$
$$\text{BEP} = 1.700.000 / 3.000 = 566,67$$
Artinya, usaha mencapai titik impas jika menjual minimal 567 bungkus keripik.
3. ROI digunakan untuk menilai efisiensi investasi. Contohnya, investasi franchise sebesar Rp200.000.000 dengan laba bersih Rp40.000.000 per tahun menghasilkan ROI sebesar 20%. Jika nilai ini lebih tinggi dibandingkan alternatif investasi lain, maka usaha tersebut layak dipilih.
4. Kerangka proposal usaha digital printing meliputi halaman judul, ringkasan eksekutif, latar belakang usaha, profil usaha dan manajemen, analisis pasar dan strategi pemasaran, rencana produksi dan operasional, rencana keuangan (termasuk BEP dan ROI), serta penutup dan lampiran.
5. Komponen yang paling diperhatikan investor adalah rencana keuangan karena menunjukkan potensi keuntungan, tingkat risiko, serta perkiraan waktu balik modal. Rencana keuangan yang realistis mencerminkan kesiapan dan profesionalisme pemilik usaha.

#### D. Penilaian

1. **Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
2. **Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
3. **Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0–20 sesuai ketepatan jawaban. (0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
4. **Rumus Penilaian :**  
Nilai Akhir = Skor Diperoleh / Skor Maksimal × 100

## E. Referensi

- Abdullah, Ruqayah. 2020. "Importance And Contents Of Business Plan: A Case-Based Approach." *Jurnal Manajemen Indonesia* 20(2): 164-76. doi:10.25124/jmi.v20i2.3204.
- Dennis, Everette E., and Sharon P. Smith. 2024. "Understanding Return on Investment for the MBA." *Finding the Best Business School for You* (March): 89-96. doi:10.5040/9798400651403.0010.
- Indriasari, Dewi Pratiwi, and Nur Fatma. 2022. "Pelatihan Menyusun Proposal Business Plan Pada Umkm Desa Bonto Lempangan." *Nobel Community Services Journal* 2(1): 21-28.
- Wawolangi, Jeanne Asteria, Anita Permatasari, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik, and Darma Cendika. "Pentingnya Perhitungan Biaya Produksi Untuk Penentuan Harga Jual Produk Aneka Kripik." : 62-70.
- Zakia Harun, Miranti, Hendrik Manossoh, Lady Diana Latjandu, Jurusan Akutansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, and Jl Kampus Bahu. 2023. "Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Variable Costing Dalam Menentukan Harga P." *Jurnal Riset Akuntansi* 18(2): 78-87.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/gc/article/download/49932/43516/117022>.

# BAB III

## RENCANA PRODUKSI & PROTOTIPE

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu menyusun rencana produksi dengan menetapkan jenis dan jumlah produk, desain atau rancangan produk, membuat prototipe/contoh produk, serta menghitung biaya produksi.

### B. Materi

#### 1. Perencanaan Produksi

##### a. Pengertian Rencana Produksi

Perencanaan produksi (*production planning*) merupakan seluruh persiapan dan rangkaian kegiatan dalam merancang strategi untuk menghasilkan barang atau menyediakan layanan (Setyowati & Lasiyono, 2024).

##### b. Mengidentifikasi kebutuhan rencana Produksi

Perencanaan yang baik diperlukan agar kegiatan bisnis berjalan optimal dan didukung oleh kemampuan manajerial yang efektif. Penyusunan rencana produksi melibatkan tahapan dan elemen penting agar proses produksi berjalan efektif dan efisien (Cahyo & Mundari, 2024).

Adapun kebutuhan rencana produksi adalah sebagai berikut :

- 1) **Peramalan permintaan (*Forecasting demand*):** Perusahaan harus dapat memperkirakan permintaan pasar sebagai dasar penentuan jumlah produksi (Cahyo & Mundari, 2024)
- 2) **Perencanaan kebutuhan material (*Material Requirement Planning/MRP*):** Perusahaan harus memastikan ketersediaan bahan baku yang tepat jumlah dan waktu agar proses produksi tidak terhambat (Cahyo & Mundari, 2024).

- 3) **Perencanaan kapasitas produksi (*Capacity Requirement Planning/CRP*):** Perencanaan produksi perlu menyesuaikan kapasitas fasilitas, mesin, dan tenaga kerja agar target produksi dapat tercapai secara optimal (Cahyo & Mundari, 2024).
- 4) **Perancangan alur produksi (*Routing*):** Proses ini mencakup penentuan urutan kerja produksi agar setiap tahap berjalan teratur dan efisien (Cahyo & Mundari, 2024)
- 5) **Penjadwalan produksi (*Scheduling*):** Setelah rute ditetapkan, perusahaan menyusun jadwal produksi dengan mengatur waktu kerja, mesin, dan tenaga kerja agar produksi selesai tepat waktu (Cahyo & Mundari, 2024).
- 6) **Pengendalian inventaris (*Inventory control*):** Rencana produksi harus mengatur persediaan bahan baku hingga produk jadi untuk menekan biaya penyimpanan dan menghindari kekurangan stok (Cahyo & Mundari, 2024).

## 2. Perancangan Produk

### a. Merancang desain produk sesuai target pasar



Gambar 2: Merancang Desain Produk

Sumber: <https://idn.freepik.com/search>

Perancangan produk bertujuan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen melalui pendekatan yang berorientasi pada pengguna. Kemampuan memahami preferensi konsumen serta

menciptakan produk secara efisien dengan biaya yang terkendali menjadi faktor penting bagi keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Desain produk memiliki peran strategis karena mampu memberikan nilai dan fungsi sesuai tren, sekaligus membentuk karakteristik khas yang membedakan produk dari pesaing (Global, 2025).

Beberapa indikator desain produk, antara lain :

- 1) **Bentuk/Model:** produk sering kali dibedakan berdasarkan wujud, ukuran, model, atau struktur fisiknya.
- 2) **Fitur:** Produk umumnya dapat disertai berbagai fitur tambahan yang melengkapi fungsi utama ataupun memberikan nilai tambah bagi pengguna.
- 3) **Mutu:** Mengacu pada tingkat kesesuaian setiap unit produk dengan standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan.
- 4) **Daya tahan:** kemampuan produk untuk bertahan dalam penggunaan normal maupun berat selama jangka waktu tertentu.
- 5) **Keandalan:** Menilai seberapa besar kemungkinan produk dapat berfungsi tanpa mengalami kerusakan atau kegagalan dalam periode tertentu.
- 6) **Mudah diperbaiki:** Mengukur sejauh mana produk dapat diperbaiki ketika tidak terjadi kerusakan, yang dilihat melalui biaya serta waktu perbaikan yang dibutuhkan.
- 7) **Gaya (Style):** Gaya berkaitan dengan tampilan visual yang menarik, namun hanya memengaruhi estetika, sedangkan desain mencerminkan inti produk yang berkaitan dengan fungsi dan kinerjanya.

#### **b. Menentukan jumlah produk yang akan diproduksi**

Perencanaan produksi adalah proses menentukan berapa banyak barang yang akan diproduksi, kebutuhan bahan baku, jadwal produksi, serta jumlah tenaga kerja yang diperlukan. Tujuan utama dari kegiatan ini bertujuan untuk

memastikan bahwa proses produksi berlangsung sesuai rencana, selesai tepat waktu, dan tetap sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. (Septiana et al., 2016)

Beberapa hal yang harus diperhatikan saat menyusun perencanaan produksi antara lain :

- 1) **Permintaan pasar:** Perencanaan produksi perlu didasarkan pada perkiraan permintaan pasar yang diperoleh dari analisis penjualan sebelumnya, survei pelanggan, dan metode terkait (Septiana et al., 2016).
- 2) **Keterbatasan sumber daya:** Volume produksi perlu disesuaikan dengan keterbatasan bahan baku, tenaga kerja, dan kapasitas mesin yang tersedia (Septiana et al., 2016).
- 3) **Kualitas produk:** Perencanaan produksi harus mengacu pada standar kualitas yang ditetapkan agar produk yang dihasilkan memenuhi persyaratan mutu (Septiana et al., 2016).
- 4) **Waktu produksi:** Rencana produksi harus mempertimbangkan waktu proses, pengemasan, dan pengiriman agar produk sampai tepat waktu kepada pelanggan (Septiana et al., 2016).

### 3. Pembuatan Prototipe

#### a. Membuat prototipe produk sederhana sesuai rancangan

##### 1) **Judul Produk: Prototipe Sistem Filtrasi Limbah Cair Tahu Berbasis Sensor pH dan Turbidity**

Prototipe ini berupa alat filtrasi sederhana yang dirancang untuk menyaring limbah cair tahu agar lebih jernih dan memiliki tingkat pH yang lebih aman sebelum dibuang ke lingkungan. Alat ini dikembangkan berdasarkan permasalahan umum pada industri tahu skala kecil yang menghasilkan limbah berbau, keruh, dan bersifat asam.

Oleh karena itu, dibuatlah sistem filtrasi otomatis yang dilengkapi sensor pH dan turbidity untuk mendeteksi keasaman dan kekeruhan air, serta

menampilkan hasil pengukuran secara digital melalui LCD.

Rancangan alat terdiri dari sensor pH, sensor turbidity, pompa air mini, media filtrasi (arang aktif, pasir, dan zeolit), Arduino Mega sebagai pengendali utama, serta LCD 16x2 sebagai penampil data. Prototipe ini diharapkan dapat membantu mengurangi pencemaran lingkungan sekaligus menjadi sarana pembelajaran teknologi sederhana (Kustanto et al., 2024).

**b. Melengkapi bahan dan alat untuk pembuatan prototipe**

Sebelum membuat alat, semua bahan dan alat perlu disiapkan agar proses berjalan lancar.

**1) Bahan yang digunakan :**

- a) Air limbah tahu sebagai bahan uji coba.
- b) Pasir halus, batu zeolit, dan arang aktif sebagai media filtrasi alami.
- c) Pipa paralon (PVC) untuk membuat tabung penyaring.
- d) Selang kecil untuk aliran air antar tabung.
- e) Tutup dan sambungan PVC sebagai konektor antar bagian.

**2) Komponen elektronik :**

- a) Arduino Mega 2560: pengendali sistem.
- b) Sensor pH: mendeteksi keasaman air.
- c) *Sensor turbidity* (kekeruhan): mendeteksi tingkat kebersihan air.
- d) *LCD 16x2*: menampilkan hasil pembacaan sensor.
- e) Pompa air mini (*DC 12V*): mengalirkan air limbah ke tabung filter.
- f) Adaptor daya / *power bank*: sebagai sumber energi.
- g) Kabel *jumper*, *resistor*, dan Kabel *breadboard*: untuk rangkaian sistem.

**3) Alat bantu kerja :**

- a) Obeng, cutter, tang potong, solder, lem PVC, dan wadah air.

b) Persiapan bahan dan alat dilakukan dengan memastikan semua komponen berfungsi, media filter dalam kondisi bersih, serta alat elektronik terhubung dengan baik.

**c. Langkah-langkah Membuat Prototipe**

Sebelum perakitan, seluruh bahan dan alat dipersiapkan agar proses berjalan efektif. Bahan utama yang digunakan meliputi air limbah tahu sebagai sampel uji, pasir halus, batu zeolit, dan arang aktif sebagai media filtrasi, serta pipa PVC dan selang sebagai saluran air.

Komponen elektronik yang digunakan terdiri dari Arduino Mega 2560, sensor pH, sensor turbidity, LCD 16x2, pompa air mini DC, sumber daya, serta kabel dan komponen pendukung lainnya. Alat bantu kerja seperti obeng, solder, tang, lem PVC, dan wadah air juga disiapkan dengan memastikan seluruh komponen berfungsi dengan baik.

**d. Membuat prototipe produk sesuai desain**

Tahap pertama dimulai dengan pembuatan desain dan diagram alur sistem filtrasi serta penentuan posisi sensor dan LCD. Selanjutnya, tabung filtrasi dibuat dari pipa PVC yang diisi media penyaring berlapis mulai dari batu zeolit, pasir, hingga arang aktif.

Tahap berikutnya adalah perakitan sistem elektronik dengan menghubungkan sensor ke Arduino Mega dan LCD sebagai tampilan. Setelah itu, sistem filtrasi dirangkai dengan menghubungkan pompa, selang, dan tabung filter. Tahap akhir dilakukan pengujian dan kalibrasi dengan membandingkan nilai pH dan kekeruhan air sebelum dan sesudah penyaringan (Kustanto et al., 2024).

**e. Mengecek kesesuaian prototipe dengan kriteria desain**

Tahap akhir perancangan adalah melakukan evaluasi prototipe untuk memastikan alat berfungsi sesuai rencana. Pemeriksaan dilakukan pada beberapa kriteria utama, yaitu kesesuaian fungsi alat dalam menyaring air limbah dan menampilkan hasil sensor pH serta kekeruhan, kinerja sensor yang menunjukkan kondisi air lebih netral dan jernih

setelah filtrasi, serta kondisi struktur alat yang kuat tanpa kebocoran dan aliran air yang stabil.

Selain itu, aspek tampilan dan kerapian komponen juga diperhatikan agar mudah digunakan, serta faktor keamanan dan daya tahan untuk memastikan alat aman saat dioperasikan. Apabila seluruh kriteria terpenuhi, prototipe dinyatakan berhasil. Namun, jika belum, perlu dilakukan perbaikan pada bagian yang masih bermasalah. Prototipe ini dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran (Aldy Nifratama et al., 2024).

### C. Latihan

**Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Perencanaan produksi memerlukan Peramalan permintaan (*Forecasting demand*) sebagai langkah fundamental. Evaluasilah pentingnya langkah ini dengan mempertimbangkan dua faktor perencanaan produksi lain: Keterbatasan sumber daya dan Pengendalian inventaris!
2. Jelaskan pengertian desain produk sebagai "keseluruhan fitur" dan bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian?
3. Analisislah peran Gaya (*Style*) dalam desain produk. Apakah gaya merupakan faktor penentu keberhasilan kinerja produk?
4. Jelaskan mengapa perencanaan produksi harus mempertimbangkan Keterbatasan sumber daya dan faktor apa saja yang termasuk dalam sumber daya tersebut?
5. Dalam proses perencanaan produksi, urutkan dan jelaskan secara singkat dua tahap yang berfokus pada penentuan rute dan waktu pengerjaan !

**Kunci Jawaban :**

1. Peramalan permintaan penting karena menjadi dasar penentuan volume produksi. Dengan peramalan yang tepat, perusahaan dapat menyesuaikan produksi dengan keterbatasan sumber daya serta menghindari kelebihan atau kekurangan persediaan.
2. Desain produk sebagai keseluruhan fitur mencakup tampilan, fungsi, dan kenyamanan penggunaan. Desain yang baik mampu memberikan nilai tambah dan meningkatkan minat konsumen karena produk terlihat menarik sekaligus memenuhi kebutuhan.
3. Gaya (*style*) berperan dalam menarik perhatian konsumen melalui aspek visual dan estetika. Namun, gaya bukan penentu utama kinerja produk karena tidak berpengaruh langsung pada fungsi atau kualitas produk.
4. Perencanaan produksi harus mempertimbangkan keterbatasan sumber daya agar jumlah produksi sesuai dengan kemampuan perusahaan. Sumber daya tersebut meliputi bahan baku, tenaga kerja, mesin, dan waktu produksi.
5. Tahap perencanaan produksi yang dimaksud adalah perancangan alur produksi (*routing*), yaitu penentuan urutan proses produksi, dan penjadwalan produksi (*scheduling*), yaitu pengaturan waktu pengerjaan agar produksi selesai tepat waktu.

#### **D. Penilaian**

- 1. Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
- 2. Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
- 3. Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0–20 sesuai ketepatan jawaban. (0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
- 4. Rumus Penilaian :**  
$$\text{Nilai Akhir} = \text{Skor Diperoleh} / \text{Skor Maksimal} \times 100$$

## E. Referensi

- Aldy Nifratama, Tri Suratno, and Daniel Arsa. 2024. "Analisis Dan Evaluasi Pengujian Pada Penerapan Metode Prototype Dalam Software Engineering." *Jurnal Ilmiah Media Sisfo* 18(1): 128-38. doi:10.33998/mediasisfo.2024.18.1.1649.
- Cahyo, Chandra Dwi, and Siti Mundari. 2024. "Perencanaan Kebutuhan Bahan Baku Untuk Kelancaran Produksi Guna Memenuhi Permintaan (Studi Kasus: UD. Maju Jaya)." *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi* 7(4): 2568-75. doi:10.31004/jutin.v7i4.37967.
- Global, D I Pasar. 2025. "151323-ID-Target-Pasar-Dan-Strategi-Memposisikan-P." (2): 125-36.
- Kustanto, Prio, Ramadhan Bram Khalil, and Achmad Noe'man. 2024. "Penerapan Metode Prototype Dalam Perancangan Media Pembelajaran Interaktif." *Journal of Students' Research in Computer Science* 5(1): 83-94. doi:10.31599/6x0dfz47.
- Septiana, Damar Indah, Endang Widuri Asih, and Risma A. Simanjuntak. 2016. "Penentuan Jumlah Produksi Yang Optimal Menggunakan Fuzzy Muktiobjective Optiization Untuk Penyusunan Jadwal Induk Produksi." *Jurnal REKAVASI* 4(2): 60-118.
- Setyowati, Lilis, and Untung Lasiyono. 2024. "Optimalisasi Perencanaan Dan Penjadwalan Produksi: Kunci Meningkatkan Efisiensi Operasional," No. 4, Pp. 50-56, 2024.

# BAB IV

## STRATEGI PRODUKSI & STANDAR KUALITAS

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu menghasilkan produk dengan mengikuti berbagai tahapan, mulai dari menyusun rencana dan jadwal kerja, merancang strategi produksi, hingga menentukan standar atau spesifikasi produk yang harus dipenuhi.

### B. Materi

#### 1. Konsep Produksi

##### a. Pengertian Strategi Produksi

Strategi produksi adalah rangkaian langkah yang dirancang dan diterapkan perusahaan dalam proses menghasilkan barang atau jasa untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan utama strategi ini meliputi peningkatan efisiensi, pengendalian biaya produksi, pemenuhan permintaan pelanggan secara optimal, serta pencapaian keunggulan bersaing. Dalam menghadapi persaingan usaha dari berbagai skala, perusahaan perlu menyusun strategi produksi yang tepat agar mampu beroperasi secara efektif dan berkelanjutan (Ryan et al., 2013).

Beberapa jenis strategi produksi yang umum digunakan antara lain :

- 1) **Batch production:** Produksi dilakukan secara bertahap dalam kelompok tertentu, di mana satu batch diselesaikan terlebih dahulu sebelum berlanjut ke batch berikutnya. Strategi ini umumnya digunakan oleh industri kecil dan menengah (Ryan et al., 2013).
- 2) **Job shop:** Produksi berbagai jenis produk dalam jumlah terbatas yang biasanya dikerjakan berdasarkan pesanan. Strategi ini membutuhkan peralatan yang fleksibel serta tenaga kerja yang memiliki keterampilan khusus (Ryan et al., 2013).

- 3) **Make to stock:** Produksi barang dilakukan dalam jumlah besar untuk disimpan sebagai persediaan sebelum adanya permintaan langsung dari konsumen, sehingga produk siap tersedia di pasar (Ryan et al., 2013).
- 4) **Make to order:** Produksi dilakukan sesuai dengan jumlah dan jadwal pesanan pelanggan, dengan penekanan pada ketepatan waktu dan kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen (Ryan et al., 2013).

## 2. Biaya Produksi

### a. Komponen Biaya Produksi

Komponen biaya produksi mencakup berbagai jenis Pengeluaran yang ditanggung perusahaan sebagai konsekuensi dari pelaksanaan proses produksi barang maupun jasa. Pemahaman terhadap komponen biaya produksi penting untuk pengelolaan efisiensi dan perencanaan keuangan. Salah satu komponen utama adalah:

- 1) **Biaya Tetap (*Fixed Cost*):** Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya relatif tidak berubah meskipun terjadi perubahan tingkat aktivitas atau volume produksi dalam batas tertentu. Namun, jika dihitung per unit, besarnya dapat berubah seiring naik atau turunnya jumlah produksi (Sawitri, 2019)
- 2) **Biaya Variabel (*Variable Cost*):** Biaya variabel merupakan biaya yang totalnya berubah sebanding dengan perubahan jumlah output, sementara biaya per unitnya relatif konstan dalam batas aktivitas tertentu. Biaya variabel terdiri atas :
  - a) **Biaya Variabel Teknis**, yaitu biaya yang memiliki hubungan langsung dan dapat diukur secara jelas antara penggunaan input dan jumlah *output*.
  - b) **Biaya Variabel Diskresioner**, yaitu biaya yang berkaitan dengan *output* tetapi hubungan antara biaya dan hasilnya tidak bersifat langsung atau nyata.
- 3) **Biaya Semivariabel (*Semi variabel Cost*):** Biaya semivariabel adalah biaya yang totalnya berubah, tetapi

tidak sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel, sehingga biaya per unit cenderung bergerak berlawanan dengan perubahan volume produksi (Sawitri, 2019).

**4) Biaya Bahan Baku, Tenaga Kerja, dan Biaya Overhead Pabrik:** Biaya produksi pada dasarnya terdiri dari tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

**a) Biaya Bahan Baku:** mencakup seluruh pengeluaran sejak bahan diperoleh hingga siap digunakan dalam proses produksi, termasuk harga beli, biaya pengiriman, dan biaya persiapan (Sawitri, 2019).

**b) Biaya Tenaga Kerja:** merupakan imbalan bagi pekerja pabrik yang terlibat langsung dalam proses produksi, seperti gaji dan upah tenaga kerja langsung.

**c) Biaya Overhead Pabrik:** meliputi seluruh biaya produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung, seperti bahan penolong, tenaga kerja tidak langsung, serta biaya penyusutan dan amortisasi aset tetap.

#### **b. Analisis Efisiensi Biaya Produksi**

Analisis efisiensi biaya produksi dilakukan untuk menilai efektivitas penggunaan sumber daya dan pengeluaran perusahaan dalam proses menghasilkan produk. Tujuan utamanya adalah menyesuaikan biaya dengan tingkat output agar keuntungan dapat ditingkatkan dan pemborosan dapat ditekan seminimal mungkin.

Langkah-Langkah Analisis Efisiensi Biaya Produksi :

**1) Pengumpulan data biaya produksi:** Langkah pertama dalam menganalisis efisiensi adalah mengumpulkan semua informasi mengenai komponen biaya produksi, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Kasmuddin, 2022).

**2) Menghitung total biaya produksi dan *output*:** Tahap berikutnya adalah menentukan total biaya produksi serta

jumlah output yang dihasilkan. Pertama, hitung seluruh biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selama periode tertentu (Kasmuddin, 2022).

### 3) Menghitung rasio Efisiensi

a) Gunakan rumus Efisiensi biaya produksi untuk mengukur efektivitas penggunaan biaya terhadap output yang dihasilkan

$$\text{Efisiensi Biaya Produksi} = \text{Output Aktual} / \text{Biaya Produksi}$$

Atau dalam bentuk perhitungan produktivitas,

$$\text{Produktivitas} = \text{Total Output} / \text{Total Input}$$

Semakin tinggi nilai rasio ini, semakin efisien proses produksi dijalankan oleh perusahaan (Kasmuddin, 2022).

## 3. Rencana Produksi Lanjutan

### a. Tahapan Strategi Produksi

Berikut adalah beberapa tahapan dalam strategi produksi, diantaranya :

- 1) **Chase Strategy (Strategi Pengejaran):** Menyesuaikan produksi dengan permintaan nyata, biasanya digunakan untuk produk musiman atau barang yang mudah rusak (Ryan et al., 2013).
- 2) **Make-to-Stock (Produksi untuk Stok):** Menyiapkan stok produk berdasarkan perkiraan permintaan di masa depan dan menyimpannya di gudang. Cocok untuk barang konsumsi massal seperti pakaian dan bahan makanan tertentu (Ryan et al., 2013).
- 3) **Make-to-Order (Produksi Berdasarkan Pesanan):** Produk dibuat jika ada pesanan dari pelanggan, cocok untuk produk yang membutuhkan penyesuaian khusus dan biaya produksinya tinggi, seperti pesawat dan kendaraan khusus (Ryan et al., 2013).
- 4) **Assemble-to-Order (Rakit berdasarkan Pesanan):** Menggabungkan bahan baku sebelum dikirim ke pelanggan, memungkinkan untuk perusahaan dapat

menyesuaikan produk tapi tetap efisien. Contohnya adalah pembuatan komputer dan mobil (Ryan et al., 2013).

- 5) **Tingkat Produksi:** Memproduksi jumlah yang sama setiap periode meskipun permintaan fluktuatif, biasanya untuk industri dengan permintaan musiman dan siklus tertentu, seperti tas punggung saat musim sekolah (Ryan et al., 2013).

**b. Tahapan Perencanaan Jadwal Kerja Realistis**

Beberapa hal yang harus diperhatikan saat menyusun jadwal kerja antara lain :

- 1) **Analisis kebutuhan Operasional:** Menentukan jumlah karyawan yang dibutuhkan setiap hari sesuai tugas dan volume kerja. Penting untuk memahami beban kerja agar penjadwalan tepat dan efisien (Ryan et al., 2013).
- 2) **Pertimbangan Sistem Jadwal:** Menentukan pola kerja, seperti jadwal rutin (misalnya 4 hari kerja, 2 hari libur) atau sistem shift yang sesuai dengan operasional dan aturan perusahaan (Ryan et al., 2013).
- 3) **Pemahaman Karakteristik Karyawan:** Memahami keahlian, ketersediaan waktu, dan preferensi karyawan agar penempatan kerja sesuai dengan kemampuan dan kenyamanan mereka (Ryan et al., 2013).
- 4) **Mematuhi Aturan dan Regulasi:** Memastikan jadwal kerja sesuai dengan hukum ketenagakerjaan seperti jam kerja maksimal, waktu istirahat, dan aturan lembur agar tidak melanggar regulasi (Ryan et al., 2013).
- 5) **Distribusi Beban Kerja yang Adil:** Menyebarkan tugas dan waktu kerja secara seimbang antar karyawan agar tidak ada yang kewalahan atau kurang dimanfaatkan (Ryan et al., 2013).
- 6) **Penggunaan Alat atau Software:** Memanfaatkan aplikasi seperti Excel, Google Sheets, atau software khusus HR untuk efisiensi pembuatan dan pengelolaan jadwal kerja (Ryan et al., 2013).

7) **Publikasi Jadwal Lebih Awal:** Memberikan jadwal kerja kepada karyawan jauh sebelum waktu kerja agar karyawan bisa mengatur waktu pribadinya (Ryan et al., 2013).

**c. Penentuan Standar Kualitas Produk**

Standar kualitas adalah sekumpulan pedoman, spesifikasi, atau kriteria yang dipakai untuk menilai tingkat kualitas yang diharapkan dari suatu produk, layanan, atau proses. Penerapan standar ini bertujuan agar produk atau layanan yang dihasilkan tidak hanya memenuhi, tetapi berpotensi melebihi harapan pelanggan.

**1) Hambatan Dalam Menetapkan Standar Kualitas**

Berikut adalah hambatan atau tantangan dalam menetapkan Standar Kualitas yang sering dihadapi :

- a) **Kesesuaian terhadap Perubahan Lingkungan:** Merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi dalam penerapan standar kualitas adalah memastikan kesesuaiannya (Ryan et al., 2013).
- b) **Tantangan Pengukuran Kualitas Secara Objektif:** Mengukur kualitas secara objektif sering sulit karena beberapa aspek, seperti kepuasan pelanggan atau kreativitas desain, bersifat subjektif. Hal ini menyulitkan penyusunan standar kualitas yang jelas, konsisten, dan terukur (Ryan et al., 2013).
- c) **Keterbatasan Sumber Daya:** Standar kualitas tinggi memerlukan sumber daya manusia, teknologi, dan infrastruktur yang memadai. Keterbatasan sumber daya bisa menjadi hambatan dalam penerapan dan pemeliharaan standar kualitas (Ryan et al., 2013).
- d) **Kebutuhan untuk Konsensus Stakeholder:** Menetapkan standar kualitas yang disepakati oleh semua pemangku kepentingan (manajemen, karyawan, pelanggan, pemerintah) menghadirkan tantangan, karena adanya perbedaan perspektif dan kepentingan dapat menghambat keseragaman implementasi (Ryan et al., 2013).

- e) **Kompleksitas Proses dan Produk:** Produk atau layanan yang kompleks memerlukan standar kualitas yang mempertimbangkan berbagai tahapan dan elemen agar kualitas tetap konsisten (Ryan et al., 2013).
- f) **Variabilitas Kebutuhan Pelanggan:** Kebutuhan dan ekspektasi pelanggan yang berbeda-beda membuat penyusunan standar kualitas lebih menantang, terutama di pasar heterogen. Pendekatan harus fleksibel namun tetap terukur (Ryan et al., 2013).
- g) **Perubahan Regulasi dan Kebijakan:** Perubahan hukum atau kebijakan pada industri dapat mempengaruhi standar kualitas, sehingga organisasi harus adaptif untuk menyesuaikan operasional dan produknya. (Ryan et al., 2013)
- h) **Tantangan Globalisasi:** Bisnis yang beroperasi secara global menghadapi perbedaan budaya, regulasi, dan preferensi pelanggan, sehingga menyulitkan penerapan standar kualitas yang seragam (Ryan et al., 2013).

#### d. Dokumen Rencana Produksi

Berikut adalah komponen lengkap dokumen rencana produksi :

- 1) **Judul dan Informasi Umum:** Memuat nama dokumen, periode produksi, dan pihak-pihak terkait yang menyusun rencana produksi (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 2) **Deskripsi Produk:** Penjelasan detail mengenai produk yang akan diproduksi, spesifikasi, standar kualitas, dan kuantitas target produksi (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 3) **Routing Produksi:** Menentukan alur atau urutan proses produksi dari bahan baku hingga menjadi produk jadi, termasuk penentuan penggunaan mesin, tenaga kerja, dan peralatan penunjang produksi (Eka Dian Puspita et al., 2023).

- 4) **Penjadwalan Produksi:** Jadwal waktu mulai produksi dan perkiraan selesai setiap tahapan agar tidak terjadi hambatan dalam proses produksi. Ini mencakup alokasi shift kerja, durasi proses, dan penjadwalan cadangan bila diperlukan (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 5) **Kebutuhan Bahan dan Material:** Daftar bahan baku dan material yang dibutuhkan, jumlah yang diperlukan sesuai estimasi volume produksi, serta waktu kedatangan bahan ke produksi (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 6) **Tenaga Kerja dan Peralatan:** Menentukan jumlah tenaga kerja sesuai keahlian yang dibutuhkan serta peralatan atau mesin yang akan digunakan dalam proses produksi (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 7) **Estimasi Biaya Produksi:** Memperkirakan total biaya yang diperlukan, mencakup bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead untuk periode produksi tertentu (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 8) **Kontrol Mutu dan Standar Produksi:** Penjelasan standar mutu produk dan cara pengendalian kualitas selama proses produksi untuk menjamin hasil produksi sesuai standar (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 9) **Indikator Kinerja Produksi:** Ukuran keberhasilan produksi, seperti jumlah produk jadi, tingkat cacat, waktu siklus produksi, dan pemanfaatan kapasitas produksi (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 10) **Penanganan Risiko dan Kontinjensi:** Rencana mitigasi atas kemungkinan hambatan atau gangguan dalam proses produksi, termasuk cadangan bahan dan penyesuaian jadwal produksi (Eka Dian Puspita et al., 2023).
- 11) **Penutup dan Tanda Tangan:** Bagian untuk menyetujui dan menandatangani rencana produksi oleh manajemen dan departemen terkait sebagai bentuk pengesahan dokumen (Eka Dian Puspita et al., 2023).

### C. Latihan

**Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Sebuah perusahaan menggunakan pola produksi *Make To Stock*. Berikan contoh produk yang cocok untuk strategi ini dan jelaskan mengapa strategi ini tepat untuk produk tersebut !
2. Dalam merencanakan jadwal kerja yang realistis, mengapa distribusi beban kerja yang adil harus dievaluasi sebagai hal yang wajib?
3. Sebagai bagian dari Rencana Mitigasi Risiko dan Kontinjensi (Penanganan Risiko dan Kontinjensi) untuk dokumen rencana produksi, rancanglah dua langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk memitigasi risiko gangguan pada ketersediaan tenaga kerja (misalnya karena cuti/sakit) dalam sistem produksi!
4. Rancanglah dua poin penting yang harus diuraikan dalam bagian Kebutuhan Bahan dan Material dalam Dokumen Rencana Produksi untuk produk Batch Production (produksi batch kecil atau menengah)!
5. Analisislah peran Routing Produksi (Jalur Kerja) dalam menjamin efisiensi proses produksi secara keseluruhan!

## Kunci Jawaban

1. Produk yang cocok untuk *Make to Stock* adalah barang konsumsi massal seperti pakaian atau makanan kemasan. Strategi ini tepat karena permintaan relatif stabil dan produk harus selalu tersedia, sehingga perusahaan memproduksi berdasarkan perkiraan permintaan dan menyimpannya sebagai stok.
2. Distribusi beban kerja yang adil perlu dievaluasi karena berpengaruh langsung terhadap efisiensi, kepatuhan aturan ketenagakerjaan, serta kondisi fisik dan motivasi karyawan. Beban kerja yang tidak seimbang dapat menurunkan produktivitas dan meningkatkan risiko kesalahan kerja.
3. Dua langkah mitigasi risiko tenaga kerja adalah :
  - a. **Cross-training** dan rotasi tugas, agar karyawan lain dapat menggantikan posisi yang kosong saat terjadi absensi.
  - b. **Perencanaan tenaga cadangan**, dengan menyiapkan pekerja pengganti atau sistem kerja fleksibel untuk menjaga kelancaran produksi.
4. Dua poin penting dalam kebutuhan bahan dan *material batch production* :
  - a. **Perincian jumlah bahan baku per batch**, agar penggunaan material sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan.
  - b. **Pengaturan waktu kedatangan bahan**, supaya selaras dengan jadwal produksi batch dan menghindari penumpukan atau keterlambatan bahan.
5. Routing produksi berperan penting dalam menjamin efisiensi karena menentukan urutan kerja, penggunaan mesin, dan alokasi tenaga kerja secara sistematis. Routing yang tepat mengurangi waktu tunggu, mencegah pemborosan sumber daya, dan memperlancar alur produksi secara keseluruhan.

#### **D. Penilaian**

- 1. Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
- 2. Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
- 3. Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0–20 sesuai ketepatan jawaban. ( 0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
- 4. Rumus Penilaian :**  
Nilai Akhir =  $\text{Skor Diperoleh} / \text{Skor Maksimal} \times 100$

## E. Referensi

- Eka Dian Puspita, Ilvi Nur Widiana, and Ach. Jainur Reo Fajar. 2023. "Pengaruh Strategi Pengelolaan Produksi Dan Operasi Terhadap Peningkatan Efisiensi Dan Profitabilitas Bisnis Di UD. Gajah Tempur." *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan* 2(2): 37-53.  
doi:10.56910/jumbiwira.v2i2.756.
- Kasmuddin. 2022. "Analisis Penerapan Manajemen Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Pada PT. XX Di Kabupaten Kutai Kartanegara Kasmuddin Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda." 10(4): 303-12.  
<http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/index>.
- Ryan, Cooper, and Tauer. 2013. "Strategi Produksi." Paper Knowledge . *Toward a Media History of Documents*: 12-26.
- Sawitri, Arum. 2019. "BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1-64." *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*. 1(69): 5-24.

# BAB V

## PRODUKSI & PENGENDALIAN MUTU

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu melaksanakan proses produksi sekaligus melakukan pengawasan mutu (*quality assurance*) terhadap produk yang dibuat.

### B. Materi

#### 1. Konsep Produksi dan Mutu

##### a. Pengertian Produksi



Gambar 3: Kegiatan Produksi Makanan

Sumber: <https://idn.freepik.com/search>

Produksi merupakan kegiatan mengolah berbagai faktor produksi, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan peralatan, menjadi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan nilai jual. Proses ini bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan keuntungan bagi pelaku usaha (Dio Kharisma Putra, 2014).

##### b. Pengertian Pengendalian Mutu

Pengendalian mutu adalah serangkaian kegiatan pengawasan yang dilakukan untuk memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Dengan demikian, pengendalian mutu bertujuan

menjaga konsistensi kualitas dan mencegah terjadinya produk cacat.

Perusahaan perlu menerapkan sistem pengendalian mutu yang meliputi tiga aktivitas utama, yaitu :

- 1) **Perolehan atau Pembelian Bahan Baku**, yang harus direncanakan dengan baik agar kualitas bahan sesuai dengan standar yang ditetapkan (Devi Nurfatimah et al., 2024).
- 2) **Pengendalian Proses Produksi**, dilakukan secara terus-menerus dengan fokus pada bahan baku, kondisi peralatan, dan proses-proses penting yang memengaruhi mutu produk (Devi Nurfatimah et al., 2024).
- 3) **Pengendalian Produk Akhir**, yang bertujuan memastikan setiap hasil produksi memenuhi standar perusahaan sebelum dipasarkan.

## 2. Pelaksanaan Produksi

### a. Melaksanakan Kegiatan Produksi Sesuai Rencana Kerja

Pelaksanaan produksi harus mengacu pada rencana kerja yang telah disusun agar seluruh proses berjalan terarah dan efisien. Rencana kerja berfungsi sebagai pedoman dalam penggunaan bahan baku, tenaga kerja, peralatan, serta waktu produksi (Hidayat & Kuspriyono, 2024).

### b. Tujuan Melaksanakan Produksi Sesuai Rencana

Tujuan pelaksanaan produksi sesuai rencana adalah menjaga kelancaran proses produksi, menghindari pemborosan biaya, serta memastikan produk dihasilkan sesuai jumlah dan kualitas yang diharapkan.

### c. Langkah-langkah Pelaksanaan Produksi Sesuai Rencana

Langkah pelaksanaan produksi meliputi persiapan bahan dan alat, pembagian tugas tenaga kerja, pelaksanaan proses produksi sesuai prosedur, pemeriksaan hasil produksi, serta pendistribusian atau penyimpanan produk (Subhan, 2018).

**d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Produksi**

- 1) **Ketersediaan Bahan Baku:** Kelancaran keseluruhan proses produksi sangat ditentukan oleh kualitas dan kuantitas bahan baku yang tersedia (Yori, 2017).
- 2) **Kondisi Mesin dan Peralatan:** Mesin yang rusak dapat menghentikan proses produksi. Oleh karena itu, pemeliharaan rutin harus dilakukan (Yori, 2017).
- 3) **Kemampuan dan Kedisiplinan Tenaga Kerja:** Keberadaan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan memadai dan disiplin tinggi dapat secara signifikan meningkatkan tingkat produktivitas perusahaan, sekaligus berperan penting dalam mengurangi potensi kesalahan kerja (Yori, 2017).
- 4) **Manajemen Waktu:** Penjadwalan yang realistis dan efisien membantu setiap tahapan selesai tepat waktu (Yori, 2017).
- 5) **Koordinasi dan Komunikasi Antarbagian:** Produksi yang sukses memerlukan sinergi antara bagian perencanaan, gudang, keuangan, dan distribusi (Yori, 2017).
- 6) **Sistem Pengawasan dan Evaluasi:** Pengawasan yang berkelanjutan membantu menjaga kualitas produk serta mencegah kesalahan berulang (Yori, 2017).

**e. Manfaat Melaksanakan Produksi Sesuai Rencana**

- 1) Mendorong peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam pemanfaatan seluruh sumber daya yang tersedia.
- 2) Meminimalisasi biaya tambahan yang timbul akibat kesalahan operasional atau keterlambatan dalam proses kerja.
- 3) Menjamin stabilitas hasil produksi dalam jangka panjang.
- 4) Meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.
- 5) Membantu manajemen dalam mengambil keputusan strategis berdasarkan data produksi yang terukur.

### 3. Pengendalian Mutu

#### a. Mengendalikan Mutu (*Quality Assurance*) Produk yang Dihasilkan



Gambar 4: Uji Lab Untuk Mutu Produk

Sumber: <https://idn.freepik.com/search>

*Quality Assurance* (QA) merupakan upaya sistematis untuk memastikan mutu produk tetap terjaga sejak tahap awal produksi hingga produk siap dipasarkan, sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditetapkan (Bakar et al., 2018).

#### b. Tujuan Pengendalian Mutu Produk

Pengendalian mutu bertujuan menghasilkan produk yang berkualitas, meningkatkan kepuasan pelanggan, meminimalkan produk cacat, serta menjaga citra dan kepercayaan konsumen terhadap usaha (Arzakila et al., 2023).

#### c. Prinsip-Prinsip Dasar *Quality Assurance*

Prinsip dasar *Quality Assurance* meliputi pencegahan kesalahan sejak awal, konsistensi kualitas, perbaikan berkelanjutan, serta keterlibatan seluruh pihak yang terlibat dalam proses produksi (Pide, 2025).

#### d. Tahapan Kegiatan Pengendalian Mutu

1) **Penetapan Standar Mutu Produk:** Langkah pertama adalah menetapkan standar mutu yang meliputi spesifikasi teknis, parameter kualitas, dan toleransi produk (Turmidzi, 2019).

- 2) **Pemeriksaan dan Seleksi Bahan Baku:** Kualitas bahan baku sangat menentukan mutu akhir produk. QA dimulai dari proses seleksi bahan untuk memastikan kesegaran, kebersihan, dan kesesuaian dengan standar (Turmidzi, 2019).
- 3) **Pengawasan Selama Proses Produksi:** Setiap tahap produksi harus diawasi secara ketat, seperti pengaturan suhu, waktu pemrosesan, takaran bahan, serta kebersihan alat dan lingkungan kerja (Turmidzi, 2019).
- 4) **Pemeriksaan Produk Antara dan Produk Akhir:** Pemeriksaan dilakukan sebelum produk dikemas. Produk yang tidak memenuhi kriteria mutu dipisahkan untuk dianalisis penyebabnya. Hal ini mencegah produk cacat sampai ke tangan konsumen (Turmidzi, 2019).
- 5) **Evaluasi, Dokumentasi, dan Umpan Balik:** Semua hasil pemeriksaan dicatat dalam laporan QA. Data ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki proses produksi berikutnya (Turmidzi, 2019).

**e. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Kualitas produk dipengaruhi oleh mutu bahan baku, keterampilan tenaga kerja, teknologi dan peralatan yang digunakan, metode produksi, serta sistem pengemasan dan penyimpanan (Apriliani & Pradana, 2022).

**f. Manfaat Penerapan *Quality Assurance***

Penerapan *Quality Assurance* memberikan manfaat berupa peningkatan kualitas produk, penurunan tingkat kerusakan, meningkatnya kepercayaan konsumen, serta daya saing usaha yang lebih baik (Mulyawati, 2024).

**g. Contoh Penerapan *Quality Assurance* di Industri**

Dalam industri makanan ringan seperti keripik atau biskuit :

- 1) **Tahap bahan baku:** QA memastikan bahan utama (misalnya singkong atau tepung) bebas dari kotoran dan sesuai kadar air.
- 2) **Tahap pengolahan:** QA memantau suhu penggorengan, durasi pemanggangan, serta tingkat kerenyahan.

- 3) **Tahap pengemasan:** Kemasan diperiksa agar tidak bocor, label sesuai, dan produk tidak rusak saat distribusi.
- 4) **Tahap penyimpanan:** QA memantau suhu gudang agar produk tidak lembap atau berubah rasa.

### C. Latihan

#### **Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Jelaskan pengertian dari produksi jasa, serta uraikan bagaimana proses produksi tersebut mampu menambah nilai manfaat suatu barang tanpa melakukan perubahan pada bentuk fisiknya!
2. Jika sebuah perusahaan catering (produksi jasa) menemukan keluhan bahwa rasa makanan yang dipesan pelanggan seringkali dingin saat diterima, tentukan pada faktor apa dari pelaksanaan kegiatan produksi (sesuai rencana) yang harus segera dilakukan tindakan perbaikan dan jelaskan mengapa!
3. Menganalisis mengapa keterlambatan bahan baku dalam fase Persiapan Produksi dapat mengakibatkan berkurangnya daya saing perusahaan di pasar, meskipun hasil produk akhirnya berkualitas tinggi!
4. Kritik pernyataan berikut: "Faktor utama yang paling menentukan kualitas produk akhir adalah Mesin dan Peralatan Produksi yang canggih." Dengan merujuk pada prinsip dan tahapan Quality Assurance (QA), jelaskan mengapa faktor ini tidak berdiri sendiri!
5. Merancang dan jelaskan dua tahapan korektif yang harus diterapkan oleh manajemen produksi jika hasil evaluasi menunjukkan adanya masalah inkonsistensi produk yang diakibatkan oleh kurangnya kedisiplinan tenaga kerja dalam mengikuti SOP!

**Kunci Jawaban :**

1. Produksi jasa adalah kegiatan yang meningkatkan nilai guna barang tanpa mengubah bentuk fisiknya, melalui fungsi, waktu, atau lokasi. Nilai tambah muncul dari pelayanan yang membuat barang lebih bermanfaat bagi konsumen, seperti jasa transportasi atau distribusi.
2. Faktor yang perlu segera diperbaiki adalah koordinasi dan komunikasi antarbagian, terutama antara pengemasan dan pengiriman. Masalah makanan dingin menunjukkan ketidaksinkronan waktu produksi dan distribusi yang langsung memengaruhi kualitas layanan.
3. Keterlambatan bahan baku mengganggu jadwal produksi dan pengiriman, sehingga ketepatan waktu tidak tercapai. Dalam persaingan pasar, konsumen cenderung memilih perusahaan yang cepat dan andal, bukan hanya yang berkualitas tinggi.
4. Pernyataan tersebut tidak sepenuhnya benar karena kualitas produk merupakan hasil sistem QA secara menyeluruh, bukan mesin saja. Kualitas juga ditentukan oleh bahan baku dan keterampilan serta disiplin tenaga kerja dalam menjalankan proses produksi.
5. Dua tahapan korektif yang dapat diterapkan :
  - a. **Koreksi:** Pelatihan ulang SOP berbasis data nyata cacat produk untuk meningkatkan kesadaran dampak kesalahan kerja.
  - b. **Pencegahan:** Penguatan pengawasan melalui checklist kerja dan pemberian insentif bagi tenaga kerja yang konsisten mematuhi SOP.

#### **D. Penilaian**

- 1. Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
- 2. Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
- 3. Langkah Penilaian :**
  - a.** Setiap soal diberi skor 0–20 sesuai ketepatan jawaban. (0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b.** Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c.** Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
- 4. Rumus Penilaian :**  
$$\text{Nilai Akhir} = \text{Skor Diperoleh} / \text{Skor Maksimal} \times 100$$

## E. Referensi

- Apriliani, Selsilia, and Ayub Wiyati Sapta Pradana. 2022. "JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 6(1): 595.
- Arzakila, Ika Nur Laili Fitri, Rahmad Hakim, and Fadilla Muhammad Mahdi. 2023. "Manajemen Pengendalian Mutu Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen." 3(1): 107–23.
- Bakar, Abu, Yanti Helianty, and Yoanita Yuniati. 2018. "Rancangan Sistem Manajemen Mutu Perusahaan Melalui Pendekatan Iso 9001:2008 Untuk Peningkatan Daya Saing Pt Armada Pembangunan." *Jurnal PASTI XII*(1): 63–78.
- Devi Nurfatimah, Asngadi Asngadi, Sulaeman Miru, and Syamsuddin Syamsuddin. 2024. "Pengendalian Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada Usaha Out Of The Box Di Kota Palu." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia* 2(1): 200–206. doi:10.61132/jepi.v2i1.363.
- Dio Kharisma Putra, Rusindiyanto dan Budi Santoso. 2014. "Perencanaan Dan Pengendalian Produksi Untuk Meminimalkan Biaya Produksi Dengan Metode." : 65–74.
- Hidayat, Dafa Firmansyah, and Taat Kuspriyono. 2024. "Analisis Manajemen Produksi Pada PT Pilihanmu Indonesia Jaya." *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* 2(3): 278–86.
- Mulyawati, Sita Dewi. 2024. "Scoping Review: Manfaat Penerapan Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) Dalam Meningkatkan Keamanan Dan Mutu Produk Makanan." *Journal Occupational Health Hygiene And Safety* 2(2): 250–64.  
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/johhs/index>.
- Pide, Akhmad. 2025. "Makalah Prinsip Dasar Total Quality Management ( Tqm ) Dalam Makalah Prinsip Dasar Total Quality Management ( Tqm ) Dalam." (January).

- Subhan, Imam. 2018. "Pembangunan Sistem Informasi Perencanaan Produksi Menggunakan Metode Moving Average Berbasis Web ( Studi Kasus : PT. Mutiara Mandiri Jaya )." Universitas Esa Unggul 1(1): 1-13.
- Turmidzi, Imam. 2019. "Konsep Pengendalian Mutu Dan Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Dunia Bisnis Dan Dunia Pendidikan." Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Dasar Islam 1(1): 63-100.
- Yori. 2017. "Analisis Faktor ± Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Industri Furniture Kaca Dan Alumunium Di Kota Pekanbaru." JOM Fekon 4(1): 2017.

# BAB VI

## DESAIN KEMASAN & PENGEMASAN PRODUK

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu merancang kemasan, melakukan proses pengemasan, serta menyusun label produk (*labelling*).

### B. Materi

#### 1. Konsep Kemasan Produk



*Gambar 5: Contoh Kemasan Produk*  
*Sumber: <https://idn.freepik.com/search>*

12

#### a. Pengertian Kemasan Produk

Kemasan atau wadah adalah pembungkus yang melindungi produk dari kerusakan sekaligus berfungsi sebagai media informasi, promosi, dan identitas merek. Pengemasan dirancang secara sistematis untuk mendukung distribusi, penyimpanan, dan logistic, serta meningkatkan daya Tarik produk bagi konsumen. Desain kemasan yang kreatif dan menarik membantu produk lebih mudah dikenali, diingat, dan meningkatkan penjualan (Kusumasari & Supriono, 2017).

## b. Fungsi-Fungsi Kemasan



*Gambar 6: Kemasan Pada Camilan*  
Sumber: <https://idn.freepik.com/search>

Pemahaman mengenai kemasan produk sangat penting bagi pengusaha karena kemasan memiliki pengaruh besar terhadap daya tarik produk dan keberlanjutan usaha. Kemasan yang dirancang dengan baik tidak hanya meningkatkan nilai jual, tetapi juga membentuk pengalaman konsumen secara menyeluruh.

Oleh sebab itu, kemasan memiliki beberapa fungsi utama yang dapat disesuaikan dengan karakteristik produk dan kebutuhan bisnis, antara lain :

- 1) **Fungsi Proteksi:** Kemasan berfungsi melindungi produk dari kerusakan selama proses penyimpanan dan distribusi, sehingga produk diterima konsumen dalam kondisi baik. Perlindungan yang optimal juga membantu menjaga kualitas produk dan mencegah kekecewaan konsumen. (Syukri, 2011).
- 2) **Fungsi Promosi:** Kemasan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi karena mampu menarik perhatian konsumen. Desain kemasan, seperti pemilihan warna, ukuran, dan tampilan visual, perlu disesuaikan dengan selera pasar agar kemasan lebih efektif dalam mendukung pemasaran produk (Syukri, 2011).
- 3) **Fungsi Memperkuat Citra Produk:** Kemasan berperan sebagai sarana visual untuk menyampaikan informasi

sekaligus membangun identitas produk. Selain melindungi isi produk, kemasan juga mendukung kegiatan branding sehingga mampu memperkuat citra produk di benak konsumen (Syukri, 2011).

### c. Tujuan Kemasan Produk

Ada beberapa tujuan akan adanya kemasan produk yang harus diketahui agar pengusaha mampu menerapkan dan mengambil keputusan tepat untuk kemajuan usahanya.

- 1) **Physical Production:** Kemasan berfungsi melindungi produk dari pengaruh fisik seperti perubahan suhu, getaran, benturan, dan tekanan. Perlindungan ini mencegah kerusakan akibat kontak langsung selama penyimpanan dan distribusi. (Wesnawa et al., 2016).
- 2) **Barrier Protection:** Pada tujuan ini, kemasan berperan sebagai penghalang dari unsur luar seperti oksigen, uap air, debu, dan faktor lingkungan lain yang dapat menurunkan kualitas produk, sehingga mutu produk tetap terjaga. (Wesnawa et al., 2016)
- 3) **Containment or Agglomeration:** Mengelompokkan produk yang berukuran kecil atau sejenis ke dalam satu wadah, sehingga dapat memudahkan proses penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi secara lebih efisien (Wesnawa et al., 2016).
- 4) **Information Transmission:** Kemasan berfungsi sebagai media penyampaian informasi mengenai cara penggunaan, penyimpanan, dan ketentuan lain yang berkaitan dengan produk, sehingga dapat memudahkan konsumen dalam penanganan produk (Wesnawa et al., 2016).
- 5) **Reducing Theft:** Kemasan dirancang sebagai pengaman produk dengan sistem yang menunjukkan tanda jika telah dibuka atau dirusak. Tujuan ini membantu mencegah pencurian serta meningkatkan rasa aman konsumen terhadap keaslian produk (Wesnawa et al., 2016).

- 6) **Convenience:** Kemasan bertujuan memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam proses distribusi, penataan, penggunaan, hingga pemanfaatan ulang produk sebagai nilai tambah (Wesnawa et al., 2016).
- 7) **Marketing:** Kemasan berfungsi sebagai alat pemasaran melalui desain dan label yang menarik. Tampilan kemasan membantu meningkatkan minat beli serta memudahkan konsumen mengenali dan mengingat produk (Wesnawa et al., 2016).

#### d. Jenis-Jenis Kemasan

##### a. Kemasan Berdasarkan Frekuensi Pemakaian

Kemasan juga dapat dibedakan berdasarkan frekuensi pemakaiannya untuk memudahkan konsumen dan untuk pengusaha. Berikut adalah jenis-jenis kemasan:

- 1) **Kemasan Sekali Pakai (*Disposable*):** Tentu ini hanya akan digunakan satu kali pakai saja sebelum akhirnya dibuang. (Wesnawa et al., 2016)
- 2) **Kemasan yang Dapat dipakai Berulang Kali (*Multitrip*):** Kemasan jenis ini dapat digunakan lebih dari satu kali hingga pada akhirnya tidak lagi layak untuk digunakan. (Wesnawa et al., 2016)
- 3) **Kemasan atau Wadah yang Tidak dibuang atau dikembalikan oleh Konsumen (*Semi Disposable*):** Kemasan ini memungkinkan konsumen tetap dapat menyimpan dan memanfaatkannya kembali pada kesempatan lain setelah produk digunakan. (Wesnawa et al., 2016)

##### b. Kemasan Berdasarkan Struktur Sistem Kemas

Jenis ini memiliki beberapa struktur yang harus diketahui oleh pengusaha agar bisnisnya bisa berjalan dengan baik. Berikut jenis-jenis nya :

- 1) **Kemasan Primer:** Kemasan yang secara langsung membungkus atau mewadahi produk dan bersentuhan langsung dengan isi, seperti plastik

pembungkus atau kemasan sejenis. (Wesnawa et al., 2016).

- 2) **Kemasan Sekunder:** Kemasan yang berfungsi melindungi kemasan primer atau mengelompokkan beberapa kemasan primer agar produk tetap aman (Wesnawa et al., 2016).
- 3) **Kemasan Tersier:** Kemasan yang digunakan setelah kemasan primer dan sekunder, berfungsi melindungi produk selama proses pengangkutan serta mempermudah distribusi (Wesnawa et al., 2016).

## 2. Desain Kemasan

### a. Prinsip – Prinsip Perancangan Kemasan Produk

Untuk menciptakan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar, berikut prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam proses perancangannya. Diantaranya sebagai berikut :

#### 1) Menyesuaikan dengan Target Pasar

Desain kemasan harus disesuaikan dengan karakteristik konsumen yang menjadi sasaran utama. Hal ini bertujuan agar produk mampu menarik perhatian dan sesuai dengan preferensi konsumen. Untuk memahami target pasar, dilakukan analisis berdasarkan dua pendekatan, yaitu :

- a) **Analisis Demografis:** Merupakan data statistik yang menggambarkan karakter dasar konsumen, yaitu, usia, jenis kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis. (Kajian et al., 2023)
- b) **Analisis Psikografis:** Adalah gaya hidup, kepribadian, serta nilai dan minat konsumen. (Kajian et al., 2023)

#### 2) Mencerminkan Karakter Produk

Kemasan produk harus dapat menggambarkan jenis dan karakteristik produk secara tepat. Hal ini penting agar konsumen memperoleh kesan yang sesuai

mengenai isi dari produk tersebut. Beberapa contoh penerapan berdasarkan karakter produk :

- a) **Produk makanan / minuman** : Memerlukan kemasan food grade, tahan udara, dan aman untuk dikonsumsi. (Kajian et al., 2023)
- b) **Produk kosmetik** : Harus menggunakan kemasan yang higienis, kedap udara, dan menampilkan desain yang menarik. (Kajian et al., 2023)
- c) **Produk elektronik**: Memerlukan kemasan kokoh, tahan guncangan, dan mem berikan perlindungan maksimal selama distribusi. (Kajian et al., 2023)

#### **b. Menentukan Bahan Kemasan yang Tepat**

Pemilihan bahan kemasan harus mempertimbangkan fungsi kemasan, biaya produksi, keberlanjutan lingkungan, serta kesesuaian dengan jenis produk. Faktor yang perlu diperhatikan adalah daya tahan, biaya produksi, dan keberlanjutan lingkungan. Adapun jenis bahan kemasan yang sering digunakan :

- 1) Kertas/karton: mudah dibentuk, ramah lingkungan, cocok untuk makanan kering atau produk kecil.
- 2) Plastik (PET, HDPE, PP,dll.): ringan, fleksibel, tahan air, cocok untuk makanan, minuman, dan produk konsumen lainnya.
- 3) Kaca: kuat,tahan lama, memberikan kesan premium, tetapi mudah pecah.
- 4) Logam (aluminium, kaleng): kokoh dan tahan lama, cocok untuk produk makanan kaleng, minuman bersoda, dan kosmetik tertentu. (Susilawati et al., 2023)

### c. Estetika dan Kejelasan Informasi



Gambar 7: Informasi dalam kemasan  
Sumber: <https://idn.freepik.com/search>

Kemasan yang baik harus memenuhi dua unsur penting, yaitu menarik secara visual dan menyampaikan informasi secara jelas. Aspek estetika kemasan diantaranya meliputi: warna, tipografi, ilustrasi/gambar, dan tata letak desain. Informasi yang wajib dicantumkan didalam kemasan adalah :

- 1) Nama produk
- 2) Komposisi bahan
- 3) Tanggal produksi dan kadaluwarsa
- 4) Nomor izin edar (BPOM, PIRT, Halal)
- 5) Cara penggunaan dan penyimpanan (jika diperlukan)
- 6) Informasi nilai gizi (untuk produk makanan)

### d. Proses Perancangan Kemasan Produksi

Berikut ini adalah tahapan dalam merancang kemasan produk :

- 1) **Melakukan Riset Pasar:** Tujuannya adalah mengetahui kebutuhan dan pilihan konsumen terhadap kemasan produk sejenis. Riset pasar dapat dilakukan melalui:
  - a) Survei atau kuesioner
  - b) Wawancara langsung
  - c) Analisis kemasan kompetitor
  - d) Mengamati tren kemasan terkini

- 2) **Merancang Konsep Kemasan:** Setelah data diperoleh, langkah berikutnya adalah menyusun konsep kemasan berdasarkan hasil riset. Beberapa hal yang dirancang adalah :
  - a) Ukuran dan bentuk kemasan
  - b) Pemilihan bahan kemasan
  - c) Warna, gambar, dan elemen visual lainnya
  - d) Penempatan logo dan informasi produk
- 3) **Pembuatan Prototipe:** Desainer membuat model awal kemasan (*mock-up*) untuk melihat bentuk nyata dari konsep yang telah dirancang. Prototipe digunakan untuk pengujian internal. (Susilawati et al., 2023)
- 4) **Uji Pasar (*Market Testing*):** Kemasan diuji pada kelompok konsumen sasaran untuk mendapatkan umpan balik tentang: tampilan visual, fungsi dan kenyamanan penggunaan serta kejelasan informasi (Susilawati et al., 2023).
- 5) **Penyempurnaan dan Produksi:** Dari hasil uji pasar, dilakukan penyempurnaan desain jika diperlukan. Setelah final, desain dikirim ke produsen untuk diproduksi secara massal.
- 6) **Aspek Legal dan Etika dalam kemasan:** Perancangan kemasan sebuah produk wajib memperhatikan aspek hukum dan etika agar tidak merugikan konsumen dan tidak melanggar peraturan yang berlaku. Beberapa hal penting yang harus diperhatikan :
  - a) Informasi pada label harus jujur, lengkap, dan tidak menyesatkan,
  - b) Wajib mencantumkan tanggal kadaluwarsa, nomor izin edar (BPOM/PIRT), komposisi, dan sertifikasi halal (jika ada).
  - c) Tidak menggunakan bahan berbahaya yang dapat membahayakan kesehatan konsumen atau mencemari lingkungan.

- d) Tidak meniru desain kemasan milik merek orang lain, karena dapat melanggar hak kekayaan intelektual (Susilawati et al., 2023).

**e. Tren Kemasan Produk Terkini**

Desain kemasan terus berkembang sesuai dengan tren dan perubahan preferensi konsumen. Berikut beberapa tren kemasan yang sangat banyak digunakan saat ini :

- 1) *Eco-Friendly Packaging*: Kemasan yang ramah lingkungan, seperti menggunakan bahan daur ulang, terbuat dari material alami (bambu, daun singkong) serta mudah terurai dan tidak mencemari lingkungan (Susilawati et al., 2023).
- 2) *Minimalist Design*: Desain kemasan yang sederhana dan bersih, fokus pada elemen utama seperti logo dan warna khas. Umumnya digunakan pada produk premium atau modern (Susilawati et al., 2023).
- 3) *Kemasan Interaktif*: Kemasan yang dilengkapi dengan teknologi digital, contohnya: *QR code* untuk mengakses informasi produk atau promosi dan *Elemen augmented reality (AR)* yang dapat dilihat melalui aplikasi (Susilawati et al., 2023).
- 4) *Kemasan Personal (Personalized Packaging)*: Kemasan yang dirancang khusus untuk konsumen tertentu, contohnya: menampilkan nama pembeli pada label dan dicetak untuk event khusus seperti ulang tahun, pernikahan, atau hari raya (Susilawati et al., 2023).

**3. Pengemasan Produk**

**a. Pengemasan Produk Sesuai Prosedur**

Pengemasan produk dilakukan untuk menjaga kualitas, keamanan, dan kebersihan produk hingga sampai ke konsumen. Proses ini dimulai dengan persiapan, seperti membersihkan area kerja dan alat, menyiapkan bahan kemasan sesuai jenis produk, serta menggunakan alat pelindung diri (APD) agar produk tetap higienis. Sebelum

dikemas, produk diperiksa untuk memastikan kondisi layak, bebas dari kerusakan atau kontaminasi.

Setelah pemeriksaan, produk dimasukkan ke dalam kemasan primer, ditutup, dan direkatkan dengan metode yang sesuai agar rapat dan tidak bocor. Setiap kemasan juga diberi label yang mencantumkan informasi penting, seperti nama produk, komposisi, berat, tanggal produksi dan kadaluwarsa, serta data produsen. Produk yang sudah dikemas disimpan di tempat bersih dan kering dengan sistem FIFO (*First In First Out*) untuk menjaga ketertelusuran dan kualitas produk.

## **b. Membuat Label Produk Sesuai Standar**

Label produk adalah informasi yang tertera pada kemasan suatu produk, baik berupa tulisan, gambar, simbol, atau kombinasi dari semuanya. Fungsinya adalah memberikan keterangan mengenai produk, seperti merek, komposisi, tanggal kadaluwarsa, cara penggunaan, hingga informasi hukum yang diwajibkan. (ABADIE et al., 1999)

### **1) Jenis-Jenis Label Produk**

Label produk memiliki beberapa jenis yang berbeda, tergantung pada tujuan dan informasi yang disampaikan. Berikut adalah kategori yang umum digunakan :

- a) **Label Deskriptif:** Memberikan informasi lengkap tentang produk, seperti komposisi, cara penggunaan, manfaat, atau peringatan. Contoh: label obat yang mencantumkan dosis dan aturan pakai (ABADIE et al., 1999).
- b) **Label Merek (*Brand Label*):** Menonjolkan nama dan logo perusahaan untuk meningkatkan pengenalan brand (ABADIE et al., 1999).
- c) **Label Informasi:** Memberikan informasi singkat tapi penting, misal ukuran, berat, dan negara asal produk. Contoh: label pakaian yang mencantumkan ukuran “M” atau “L” (ABADIE et al., 1999).

- d) **Label Peringatan:** Memberi peringatan tentang risiko atau bahaya penggunaan produk. Contoh: label pada bahan kimia dengan simbol “beracun” (ABADIE et al., 1999).
- e) **Label Promosi:** Digunakan untuk kampanye penjualan, seperti diskon atau hadiah. Contoh: label “Beli 1 Gratis 1” pada snack kemasan (ABADIE et al., 1999).

## 2) Contoh Label Produk

Berikut adalah beberapa contoh penerapan label produk di berbagai industri :

- a) **Industri Makanan dan Minuman:** Label produk makanan dan minuman biasanya mencantumkan merek, rasa, kandungan gizi, dan tanggal kadaluwarsa (BPOM, 2020).
- b) **Industri Kosmetik:** Label krim wajah mencantumkan merek, kandungan utama, cara pakai, dan nomor BPOM (BPOM, 2020).
- c) **Industri Pakaian:** Label baju berisi ukuran, material, instruksi pencucian, dan negara asal produksi (BPOM, 2020).
- d) **Produk Elektronik:** Label berisi spesifikasi teknis, nomor seri, dan panduan penggunaan singkat (BPOM, 2020).
- e) **Produk Rumah Tangga:** Label deterjen memuat komposisi, petunjuk penggunaan detergen, serta simbol keamanan (BPOM, 2020).

## c. Langkah-Langkah Membuat Label Produk

Jika ingin label produk Anda *standout* dipasar yang kompetitif, berikut caranya :

- 1) **Gunakan desain visual yang menarik:** Pilih warna, font, dan ilustrasi yang sesuai dengan citra merek dan mudah diingat (BPOM, 2020).
- 2) **Cantumkan informasi penting secara jelas:** pastikan detail seperti merek, jenis produk, komposisi, dan tanggal kadaluwarsa mudah dibaca (BPOM, 2020).

- 3) **Sesuaikan dengan aturan dan regulasi:** Untuk produk makanan, obat, atau kosmetik, pastikan label memenuhi persyaratan hukum yang berlaku (BPOM, 2020).
- 4) **Pertimbangkan bentuk dan ukuran:** Bentuk label yang unik bisa menjadi daya tarik tersendiri, asalkan tetap proposional dengan kemasan (BPOM, 2020).
- 5) **Gunakan teknologi cetak modern:** Teknik cetak berkualitas tinggi akan membuat warna lebih tajam dan desain lebih presisi (BPOM, 2020).
- 6) **Perhatikan kualitas material label:** Gunakan bahan label yang tahan lama, terutama untuk produk yang sering terkena air atau sinar matahari (BPOM, 2020).
- 7) **Ciptakan identitas yang konsisten:** Gunakan elemen visual yang seragam diseluruh produk untuk memperkuat *brand awareness* (BPOM, 2020).

### C. Latihan

**Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Berdasarkan penjelasan menurut *Philip Kotler* dan *Gary Amstrong*, apa hubungan antara desain kemasan dan pemasaran produk?
2. Sebuah usaha makanan ingin mengalami penurunan penjualan karena desain kemasan dianggap “kuno”. Analisislah solusi apa yang bisa diterapkan agar kemasan lebih menarik bagi konsumen muda!
3. Menurut Anda, apa tantangan utama bagi kaum UMKM dalam membuat desain kemasan yang menarik dan sesuai pasar?
4. Berikan contoh kemasan sekali pakai (*disposable*) dan kemasan multitrip serta jelaskan perbedaannya!
5. Seorang temanmu membuat label minuman dengan tulisan “*Jus Jeruk Segar, 250 ml, Tanpa Pengawet*”. Menurutmu, informasi apa yang masih perlu ditambahkan agar label tersebut sesuai aturan dan lebih meyakinkan pembeli?

### **Kunci Jawaban**

1. Menurut *Kotler dan Armstrong*, desain kemasan memiliki peran penting dalam pemasaran karena tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga sebagai media promosi. Kemasan membantu membangun citra merek, membedakan produk dari pesaing, dan menarik minat beli konsumen.
2. Solusi yang dapat dilakukan adalah melakukan pembaruan desain kemasan dengan tampilan yang lebih modern, penggunaan warna yang segar, serta identitas merek yang jelas agar sesuai dengan selera konsumen muda.
3. Tantangan utama UMKM meliputi keterbatasan biaya, minimnya pengetahuan desain, dan keterbatasan teknologi. Kendala ini dapat diatasi melalui kreativitas dan kolaborasi dengan pihak lain, seperti desainer lokal.
4. Kemasan sekali pakai digunakan satu kali lalu dibuang, contohnya kemasan kopi sachet. Sementara itu, kemasan multitrip dapat digunakan berulang kali, seperti botol kaca susu yang dapat dikembalikan dan diisi ulang.
5. Agar label lebih lengkap dan dipercaya konsumen, perlu ditambahkan identitas produsen, tanggal kedaluwarsa, komposisi bahan, nomor izin edar atau label halal, serta petunjuk penyimpanan produk.

#### D. Penilaian

1. **Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
2. **Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
3. **Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0–20 sesuai ketepatan jawaban. (0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
4. **Rumus Penilaian :**  
Nilai Akhir =  $\text{Skor Diperoleh} / \text{Skor Maksimal} \times 100$

## E. Referensi

- ABADIE, ALBERTO, JOSHUA ANGRIST, and GUIDO IMBENS. 1999.
- BPOM. 2020. Bpom Ri Label Pangan Olahan.
- Kajian, Jurnal, Pariwisata Jurnal, Kajian Pariwisata, Sandi Destian Pratama, Oki Adityawan, and Ahmad Fathurriszky. 2023. "Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional Article History." 05(1): 11-19. <https://doi.org/10.51977/jiip.v5i1.1086>.
- Kusumasari, Angelina Diah, and Supriono. 2017. "PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP BRAND AWARENESS SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 49(2): 103-11.
- Susilawati, Rachmadita Pramesti, Resti Kusumaasri, Maryam Halimah, Sari Rahmawati, and Yuda Pranyoto. 2023. "1.-Susilawati-Vol-22-No.2-Perancangan-Kemasan-Makanan." *Poli-Teknologi* 22(2): 39-46.
- Syukri, Armein. 2011. "Fungsi Dan Peranan Pengemasan Pangan." *Pengemasan Pangan*: 1-36.
- Wesnawa, P. P., D. K. N. S. Putra, and N. w. Suniasih. 2016. "Penerapan Metode Pemberian Tugas Berbantuan Media Kartu Ukuran, Bentuk Dan Warna Untuk Meningkatkan Kemampuan Kognitif Pada Anak Kelompok A Di Tk Ganesha Denpasar Semester II Tahun Pelajaran 2014/2015." 2(2): 15. <http://ejournal.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/psEMPOWERMENTSOCIETY>.

# BAB VII

## PEMASARAN, DISTRIBUSI & LAYANAN PELANGGAN

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu memahami konsep pemasaran produk, menerapkan strategi pemasaran dan distribusi, serta memahami pentingnya layanan pelanggan dalam mendukung keberhasilan usaha.

### B. Materi

#### 1. Konsep Pemasaran Produk

##### a. Pengertian Pemasaran Produk

Pemasaran produk merupakan rangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan, penetapan harga, promosi, dan penyaluran produk kepada konsumen. Pemasaran bertujuan menciptakan nilai bagi pelanggan serta membangun hubungan pertukaran yang saling menguntungkan (Suwinardi, 2019).

##### b. Karakteristik Pemasaran

Pemasaran memiliki karakteristik utama berupa adanya proses pertukaran antara penjual dan pembeli, fokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen, serta orientasi pada kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Keberhasilan pemasaran ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pasar dan menyesuaikan produk dengan harapan konsumen (Intan, 2019).

## 2. Strategi Pemasaran

### a. Konsep Segmen Pasar



*Gambar 8: Segmen Pasar*  
*Sumber: <https://idn.freepik.com/search>*

Segmen pasar adalah kumpulan konsumen yang mempunyai kebutuhan serta keinginan yang relatif sama. Tidak terdapat satu metode pun yang dapat dinilai sebagai cara paling sempurna dalam melakukan segmentasi pasar. Karena itu, pemasar harus dapat mengeksplorasi berbagai variabel segmentasi baik digunakan secara sendiri maupun dikombinasikan untuk menemukan cara paling efektif dalam memahami struktur pasar.

### b. Langkah-langkah Menentukan Segmentasi Pasar

Penentuan segmentasi pasar dapat dilakukan melalui beberapa variabel, antara lain segmentasi geografis dan segmentasi demografis. Segmentasi geografis membagi pasar berdasarkan wilayah atau lokasi, segmentasi demografis mengelompokkan konsumen berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan karakteristik kependudukan lainnya.



Gambar 9: Produk dengan Label Harga  
Sumber: <https://pixabay.com/id/>

### c. Menentukan Harga Produk

Penentuan harga produk harus mempertimbangkan biaya produksi, daya beli konsumen, harga pesaing, serta tujuan usaha. Harga yang tepat dapat meningkatkan daya saing produk sekaligus memberikan keuntungan yang optimal bagi perusahaan (Zuhroh & Pratiwi, 2014).

Oleh karena itu, penetapan harga memerlukan pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen, kondisi pasar, serta nilai yang ditawarkan oleh produk.

Berikut beberapa pendekatan yang bisa diterapkan dalam menetapkan harga sehingga lebih menarik di mata konsumen, antara lain :

- 1) **Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Plus Pricing*):** penetapan harga dilakukan dengan menjumlahkan seluruh biaya produksi dan operasional, lalu ditambah margin keuntungan sebagai harga jual (Zuhroh & Pratiwi, 2014).
- 2) **Harga Kompetitif (*Competitive Pricing*):** Harga ditentukan dengan menyesuaikan harga pesaing agar produk tetap mampu bersaing di pasar (Zuhroh & Pratiwi, 2014).
- 3) **Harga Berdasarkan Nilai (*Value-Based Pricing*):** harga ditetapkan berdasarkan manfaat dan nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk (Zuhroh & Pratiwi, 2014).
- 4) ***Penetration Pricing*:** produk dijual dengan harga awal yang rendah untuk menarik konsumen dan memperluas

pasar, kemudian harga dinaikkan secara bertahap (Zuhroh & Pratiwi, 2014).

- 5) **Skimming Pricing:** harga tinggi ditetapkan saat awal peluncuran produk baru untuk menyasar konsumen tertentu, lalu diturunkan seiring meluasnya pasar (Zuhroh & Pratiwi, 2014).
- 6) **Harga Psikologis (*Psychological Pricing*):** penetapan harga dengan memanfaatkan persepsi dari konsumen, misalnya menggunakan angka tertentu agar harga terlihat lebih murah (Zuhroh & Pratiwi, 2014).
- 7) **Harga Diskon atau Promosi:** pemberian potongan harga dilakukan untuk mendorong penjualan dalam periode tertentu (Zuhroh & Pratiwi, 2014).

#### d. Menentukan Media Promosi

Media promosi digunakan untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Pemilihan media promosi harus disesuaikan dengan karakteristik target pasar, seperti penggunaan media sosial, iklan, promosi langsung, atau kerja sama dengan komunitas agar pesan pemasaran dapat diterima secara efektif (Widuri & Dewi, 2023).

### 3. Distribusi Produk

#### a. Konsep Dasar Strategi Distribusi Produk

Dalam pemasaran, proses distribusi tidak dapat dipisahkan dari produksi dan konsumsi. Distribusi merupakan bagian dari strategi penyaluran produk kepada konsumen. Proses ini biasanya dilakukan melalui kerja sama dengan pihak perantara seperti distributor, grosir, dan pengecer (Putra, 2023).

#### b. Jenis-Jenis Strategi Distribusi Produk

Strategi distribusi terdiri dari distribusi intensif, selektif, dan eksklusif. Distribusi intensif menempatkan produk di banyak pengecer untuk menjangkau pasar luas, distribusi selektif menggunakan pengecer tertentu,

sedangkan distribusi eksklusif memberikan hak penyaluran kepada pihak terbatas untuk produk tertentu (Putra, 2023).

#### 4. Layanan Pelanggan



Gambar 10: Contoh Layanan Pelanggan  
Sumber: <https://idn.freepik.com/>

##### a. Konsep Dasar Keluhan Pelanggan

Keluhan pelanggan menjadi alat bagi perusahaan untuk menilai dan memperbaiki kinerjanya. Melalui umpan balik tersebut, perusahaan dapat mengenali kelemahan yang ada dan melakukan pembenahan guna meningkatkan mutu layanan maupun produk (Agustina, 2019).

##### 1) Pengertian Keluhan Pelanggan Menurut Para Ahli

- a) Menurut *Bell & Luddington (2006)*: “Keluhan pelanggan dipahami sebagai salah satu bentuk umpan balik dari konsumen kepada perusahaan yang umumnya berisi ketidakpuasan. Umpan balik ini bisa disampaikan melalui komunikasi langsung secara lisan maupun melalui media tertulis”.
- b) Menurut *Kotler (2005)*: “Keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka terima. Secara umum, keluhan ini dapat disampaikan dalam dua bentuk, yaitu secara lisan maupun secara tertulis”.

**b. Tahap-Tahap Dalam Menangani Keluhan Pelanggan**

Secara umum, proses penyelesaian keluhan dapat dirangkum ke dalam lima langkah utama, yaitu sebagai berikut :

- 1) Mendengarkan dan Memahami
- 2) Klarifikasi dan Penyamaan
- 3) Penjelasan dan Permohonan Maaf
- 4) Solusi dan *Taking Action*
- 5) *Follow Up*

Penanganan keluhan pelanggan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu menerima keluhan dengan sikap terbuka, mendengarkan keluhan secara aktif, memberikan solusi yang tepat, serta melakukan tindak lanjut untuk memastikan kepuasan pelanggan (Agustina, 2019).

### C. Latihan

**Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Analisis risiko yang mungkin timbul bagi perusahaan jika terlalu sering menggunakan strategi diskon atau promosi untuk meningkatkan penjualan !
2. Jelaskan mengapa variabel demografis sering dijadikan dasar utama dalam membagi kelompok konsumen !
3. Terapkan strategi segmentasi pasar dengan membagi konsumen berdasarkan usia, jenis kelamin, dan tingkat pendapatan !
4. Evaluasi, apa risiko terburuk jika sebuah produk baru menggunakan strategi Skimming Pricing padahal produk tersebut tidak memiliki diferensiasi yang cukup signifikan?
5. Analisislah mengapa Personal Selling dapat menciptakan two ways communication antara penjual dan pembeli !

### Kunci Jawaban

1. Penggunaan diskon dan promosi yang terlalu sering dapat menurunkan persepsi nilai produk. Konsumen menjadi terbiasa membeli saat harga murah dan enggan membeli pada harga normal, sehingga citra produk dan kestabilan penjualan jangka panjang dapat terganggu.
2. Variabel demografis banyak digunakan karena kebutuhan dan perilaku konsumen sangat berkaitan dengan karakteristik seperti usia dan pendapatan. Selain itu, data demografis relatif mudah diperoleh dan diukur.
3. Contoh segmentasi demografis :
  - a. **Usia:** produk mainan untuk anak-anak, gadget untuk remaja.
  - b. **Jenis kelamin:** produk perawatan pria dan wanita.
  - c. **Pendapatan:** produk ekonomis untuk pendapatan menengah ke bawah dan produk premium untuk pendapatan tinggi.
4. Risiko terburuk penggunaan *Skimming Pricing* tanpa diferensiasi yang kuat adalah penolakan pasar. Konsumen tidak melihat alasan membayar harga tinggi, sehingga penjualan rendah dan produk berpotensi gagal bersaing.
5. *Personal Selling* memungkinkan komunikasi dua arah karena penjual dan pembeli dapat berinteraksi langsung. Melalui proses ini, penjual dapat menjelaskan produk, sementara pembeli dapat bertanya dan menyampaikan kebutuhan atau keberatan secara langsung.

#### D. Penilaian

1. **Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
2. **Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
3. **Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0-20 sesuai ketepatan jawaban. ( 0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 10
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang dipoleh peserta didik, **sehingga mendapat skor diperoleh**
4. **Rumus Penilaian :**  
Nilai Akhir = Skor Diperoleh / Skor Maksimal  $\times$  100

## E. Referensi

- Agustina, Niken Iaras. 2019. 2 : 1–9.
- Intan, Efendi Putri. 2019. “Pengaruh Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Oppo Pada Mahasiswa Umsurabaya.” : 8–43.
- Putra, Ilham Chanra. 2023. “Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.” *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE* 4(1): 51. doi:10.24014/ibf.v4i1.21824.
- Suwinardi, Suwinardi. 2019. “Langkah Sukses Memulai Usaha.” *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial* 14(3): 195. doi:10.32497/orbith.v14i3.1317.
- Widuri, Andi Fika, and Catur Kumala Dewi. 2023. “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Myrubylicious Fashion Store.” *Dialektika : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial* 8(1): 112–21. doi:10.36636/dialektika.v8i1.2178.
- Zakaria, Roni, Fakhri Fahma, and Elisa Reinni Astuti. 2005. “Perencanaan Strategi Pemasaran (Segmentation, Targetting Dan Positioning) Koran Harian Solopos Berdasarkan Persepsi Konsumen.” *Performa* 4: 25–38.
- Zuhroh, Diana, and Cindy Pratiwi. 2014. “Penentuan Harga Jual Strategik Terhadap Produk Dengan Strategi Biaya Rendah Dan Diferensiasi.” *Jurnal Siasat Bisnis* 18(1): 133–42. doi:10.20885/jsb.vol18.iss1.art10.

## BAB VIII

# HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik diharapkan dapat melakukan implementasi terhadap prinsip-prinsip Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), menguraikan konsep-konsep yang melandasi HAKI, serta mematuhi ketentuan dan regulasi yang mengatur HAKI.

### B. Materi

#### 1. Konsep HAKI

##### a. Pengertian HAKI

Kekayaan Intelektual (KI) termasuk dalam ranah hukum harta benda atau hukum kekayaan. Secara khusus, KI, terutama yang terkait hak-haknya, diklasifikasikan sebagai hak milik individu yang bersifat tidak berwujud (*intangible*).

Hak Kekayaan Intelektual dapat diartikan sebagai hak atas suatu objek yang lahir dari cipta dan penalaran manusia. Produk dari proses intelektual ini berbentuk benda immateriil yang mencerminkan kemampuan manusia dalam menciptakan karya.

##### b. Jenis-Jenis HAKI



Gambar 11: HAKI

Sumber: <https://idn.freepik.com/>

Kekayaan intelektual atau *intellectual property rights*, merupakan bagian dari hukum kebendaan yang bersifat tidak berwujud (*intangible assets*). Secara umum, kekayaan intelektual terbagi ke dalam dua kelompok utama, salah satunya adalah :

**1) Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*):**

Hak kekayaan industri berkaitan dengan invensi atau inovasi di bidang industri. Cakupannya meliputi paten, merek dagang, desain industri, rahasia dagang (*trade secret* atau *know-how*), serta desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuits*) (Fatimah & Nuryaningsih, 2018).

**2) Hak Cipta (*Copyrights*):** Hak cipta memberikan perlindungan terhadap karya seni, sastra, dan karya ilmiah, termasuk film, lukisan, novel, program komputer, tarian, dan bentuk karya lainnya.

**3) Perlindungan Kekayaan Intelektual:** Jenis-jenis Hak Kekayaan Intelektual yang memperoleh perlindungan mencakup :

- a) Hak Cipta (*Copyrights*)
- b) Merek (*Trademarks*)
- c) Indikasi Geografis (*Geographical Indications*)
- d) Desain Industri (*Industrial Design*)
- e) Paten
- f) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Lay-Out Designs / Topographies of Integrated Circuits*).
- g) Informasi yang Dirahasiakan (*Undisclosed Information*) atau Rahasia Dagang (*Trade Secret*).
- h) Pengaturan terhadap praktik persaingan tidak sehat dalam perjanjian lisensi.

## **2. Aturan HAKI dalam Usaha**

### **a. Implementasi Aturan HAKI dalam Kegiatan Usaha**

Penerapan HAKI dalam kegiatan usaha tercermin melalui perlindungan hukum atas merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Pelaku usaha diwajibkan mendaftarkan merek untuk memperoleh hak eksklusif, sehingga penggunaannya oleh pihak lain tanpa izin dapat dicegah dan memiliki kepastian hukum dalam aktivitas bisnis.

Perlindungan merek diberikan melalui upaya preventif dan represif guna menciptakan ketertiban serta rasa aman bagi pelaku usaha dan konsumen. Negara, melalui aparat yang berwenang, memiliki kewajiban menjamin penegakan hukum agar kegiatan usaha dapat berjalan secara adil dan nyaman. Di dalam undang-undang juga memberikan perlindungan khusus terhadap merek terkenal dengan menolak pendaftaran merek lain yang memiliki persamaan pada pokoknya, terutama untuk barang atau jasa sejenis (Hijriwati. Sugeng, n.d.).

Apabila terjadi pelanggaran, pemilik merek terdaftar berhak mengajukan gugatan perdata berupa tuntutan ganti rugi dan penghentian penggunaan merek tanpa izin. Selain itu, pelanggaran merek juga dapat diproses melalui jalur pidana dengan melibatkan aparat penegak hukum. Penolakan pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik merupakan bagian dari perlindungan preventif untuk mencegah pemanfaatan ketenaran merek pihak lain secara tidak sah (Hijriwati. Sugeng, n.d.).

Perlindungan represif berlaku ketika hak atas merek telah dilanggar, sehingga pemilik merek berhak memperoleh pemulihan hukum. Meskipun sengketa merek masih sering terjadi dalam praktik usaha, pendaftaran merek sejak awal memberikan kepastian dan perlindungan hukum yang seharusnya mencegah persaingan tidak sehat antar pelaku usaha (Hijriwati. Sugeng, n.d.).

## **b. Prinsip-Prinsip HAKI**

Prinsip-prinsip Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) didasarkan pada beberapa pemikiran utama, yaitu :

**1) Prinsip Ekonomi:** Prinsip ini menekankan bahwa hak intelektual muncul dari aktivitas kreatif manusia dan memiliki nilai guna serta nilai ekonomi, yang dapat

memberikan keuntungan bagi pemilik hak cipta (Yulianti, 2020).

- 2) **Prinsip Keadilan:** Prinsip keadilan menekankan pentingnya perlindungan hukum bagi pemilik karya intelektual, sehingga mereka memiliki hak penuh atas penggunaan kekayaan intelektualnya. (Yulianti, 2020).
- 3) **Prinsip Kebudayaan:** Prinsip ini terkait dengan pengembangan ilmu pengetahuan, seni, dan sastra untuk meningkatkan kualitas hidup. HAKI juga berperan dalam memberikan manfaat bagi masyarakat, bangsa, dan negara (Yulianti, 2020).
- 4) **Prinsip Sosial:** Prinsip sosial menekankan pentingnya memperhatikan kepentingan masyarakat. Perlindungan hukum terhadap karya intelektual harus menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat atau lingkungan sekitar (Yulianti, 2020).

### C. Latihan

**Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Analisislah penyebab pelanggaran HAKI, khususnya merek, sering terjadi meskipun sudah ada peraturan yang jelas di Indonesia!
2. Jelaskan perbedaan antara Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) dan hasil material dari karya intelektual seseorang!
3. Analisis komprehensif terhadap faktor-faktor yang menyebabkan lemahnya penegakan HAKI di sektor usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia. Dalam analisis, identifikasi minimal 6 faktor (legal, ekonomi, sosial, administratif, teknologi, dan budaya), jelaskan bagaimana tiap faktor berkontribusi pada masalah, dan berikan rekomendasi kebijakan terperinci untuk tiap faktor yang dapat diterapkan oleh pemerintah pusat atau daerah!
4. Buatlah rancangan langkah-langkah strategis yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk melindungi hasil karyanya agar tidak melanggar dan dilanggar oleh pihak lain terkait HAKI!
5. Nilailah efektivitas penerapan prinsip-prinsip HAKI (ekonomi, keadilan, kebudayaan, dan sosial) di Indonesia dalam mendorong kreativitas masyarakat!

## Kunci Jawaban

1. Pelanggaran merek masih sering terjadi karena rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha, lemahnya penegakan hukum yang belum menimbulkan efek jera, serta tekanan persaingan usaha yang mendorong penggunaan merek terkenal demi keuntungan cepat.
2. HAKI adalah hak hukum atas karya intelektual yang bersifat tidak berwujud, seperti ide, desain, atau ciptaan. Sementara itu, hasil material merupakan bentuk fisik dari karya tersebut. Perlindungan hukum berfokus pada hak intelektualnya, bukan semata pada benda fisiknya.
3. Lemahnya penegakan HAKI pada UKM disebabkan oleh beberapa faktor utama :
  - a. **Hukum:** Prosedur rumit dan minim pemahaman, perlu penyederhanaan dan layanan satu pintu.
  - b. **Ekonomi:** Biaya pendaftaran dan penegakan tinggi, perlu subsidi dan bantuan hukum.
  - c. **Sosial:** Rendahnya kesadaran nilai HAKI, perlu edukasi dan pelatihan berkelanjutan.
  - d. **Administratif:** Proses lama dan birokratis, perlu digitalisasi layanan.
  - e. **Teknologi:** Sulit memantau pelanggaran digital, perlu sistem monitoring dan kerja sama platform daring.
  - f. **Budaya:** Toleransi terhadap peniruan, perlu perubahan perilaku melalui edukasi dan teladan pelaku sukses.
4. Pelaku usaha dapat melindungi karyanya dengan mendaftarkan HAKI, meningkatkan pemahaman hukum internal, menggunakan teknologi untuk publikasi dan pengawasan, membangun kerja sama dengan lembaga terkait, serta menindaklanjuti pelanggaran secara hukum bila diperlukan.
5. Prinsip HAKI di Indonesia telah mendorong kreativitas melalui perlindungan ekonomi, keadilan hukum, pelestarian budaya, dan kepentingan sosial. Namun, efektivitasnya masih terbatas, terutama bagi UKM, karena kendala biaya, birokrasi, dan

rendahnya kesadaran. Penguatan edukasi dan penegakan hukum menjadi kunci optimalisasi HAKI.

#### D. Penilaian

1. **Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
2. **Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
3. **Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0-20 sesuai ketepatan jawaban. (0= tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
4. **Rumus Penilaian :**  
Nilai Akhir =  $\text{Skor Diperoleh} / \text{Skor Maksimal} \times 100$

## E. Referensi

Fatimah, and Nuryaningsih. 2018. Buku Ajar Buku Ajar.

Hijriwati. Sugeng. "IMPLEMENTASI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (HKI) PADA INDUSTRI BATIK DI PEKALONGAN Siti Asadah Hijriwati Dan Esmara Sugeng (Fakultas Hukum Univ. Pekalongan)."

Ii, B A B. "7. BAB II\_\_2018220IH\_subjek Dan Objek Hak Cipta." : 15-29.

Yulianti. 2020. "HAK Atas KEKAYAAN INTELEKTUAL (HaKI) Bagian 2." : 1-10.

<https://repository.unikom.ac.id/67873/1/HAK> atas KEKAYAAN INTELEKTUAL-PART 2.pdf.

# BAB IX

## MENGELOLA LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA

---

### A. Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu menyusun laporan keuangan usaha yang meliputi laporan laba rugi, laporan perubahan modal, neraca, dan laporan arus kas.

### B. Materi

#### 1. Konsep Laporan Keuangan Usaha

##### a. Pengertian Laporan Keuangan Usaha



*Gambar 12: Membuat Laporan Keuangan*

Sumber: <https://idn.freepik.com/>

Laporan keuangan merupakan dokumen yang menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja usaha, serta perubahan modal dalam jangka waktu tertentu. Tujuannya adalah memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi keuangan agar pemilik usaha dapat mengambil keputusan dengan lebih tepat (Sujarweni Wiratna, 2016).

Dalam usaha kecil maupun besar, laporan keuangan menjadi alat utama untuk menilai apakah bisnis berjalan sehat atau tidak (Sujarweni Wiratna, 2016).

## 2. Fungsi Laporan Keuangan Usaha

Laporan keuangan memiliki peran penting bagi kelangsungan bisnis. Beberapa fungsi utamanya antara lain :

- a. **Sebagai alat evaluasi** untuk melihat hasil kinerja usaha dari waktu ke waktu.
- b. **Sebagai dasar pengambilan keputusan**, misalnya menentukan strategi penjualan atau efisiensi biaya.
- c. **Sebagai bukti pertanggungjawaban** kepada pihak internal (pemilik, manajer) maupun eksternal (investor, kreditor, dan pemerintah).
- d. **Sebagai bahan perencanaan keuangan**, agar usaha dapat mengatur pemasukan dan pengeluaran secara efektif (Sumanto et al., 2024).

Dalam usaha kecil, laporan keuangan biasanya disusun secara sederhana, namun tetap harus mencakup lima komponen utama:

- a. **Aset (Harta)**: Segala sumber daya yang dimiliki usaha, seperti kas, perlengkapan, peralatan, dan piutang.
- b. **Kewajiban (Utang)**: Merupakan beban atau tanggungan yang harus diselesaikan oleh usaha kepada pihak lain, misalnya utang dagang maupun pinjaman.
- c. **Modal (Ekuitas)**: Selisih antara total aset dan total kewajiban, sehingga menggambarkan hak pemilik atas usaha.
- d. **Pendapatan (Revenue)**: Semua hasil pendapatan dari kegiatan usaha, misalnya penjualan barang atau jasa.
- e. **Beban (Expense)**: Seluruh pengeluaran yang timbul selama operasional usaha, misalnya untuk bahan baku, listrik, dan gaji karyawan (Nuraini, 2024).

## 3. Laporan Keuangan Utama

### a. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan dokumen yang menunjukkan kinerja operasional suatu usaha selama periode tertentu. Di dalamnya tercantum perhitungan selisih

antara pendapatan dan seluruh beban yang ditanggung (Keuangan, 2017).

**Rumus Sederhana :**

$\text{Laba bersih} = \text{Pendapatan} - (\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Beban Usaha})$
--

**1) Contoh Kasus :**

PT. Amalia Sejahtera pada bulan Januari 2025, mencatat:

Pendapatan	Rp	20.000.000
Harga Pokok Penjualan	Rp	14.500.000
Beban gaji	Rp	2.000.000
Beban listrik & air	Rp	500.000
Beban iklan	Rp	300.000
Beban sewa toko	Rp	1.000.000
Beban transportasi	Rp	2.000.000

**2) Perhitungan Laba / Rugi :**

PT. Amalia Sejahtera		
Januari-2025		
Laporan Laba Rugi		

  

Pendapatan	Rp	20.000.000
Harga Pokok Penjualan	Rp	14.500.000
<i>Total Laba Kotor</i>	Rp	5.500.000
 Beban - Beban Usaha :		
Beban Gaji	Rp	2.000.000
Beban Listrik & Air	Rp	500.000
Beban Iklan	Rp	300.000
Beban Sewa Toko	Rp	1.000.000
Beban Transportasi	Rp	2.000.000
<i>Total Beban Usaha</i>	-Rp	5.800.000
<b>Total Laba Bersih</b>	<b>Rp</b>	<b>11.300.000</b>

Gambar 13: Contoh Laporan Laba Rugi Sederhana  
Sumber: Dokumen Pribadi

## b. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal menyajikan pergerakan modal pemilik dalam suatu periode tertentu. Perubahan ini dapat terjadi akibat tambahan investasi, penarikan modal, atau laba/rugi yang dihasilkan oleh kegiatan operasional perusahaan selama periode tersebut. Laporan ini membantu kita mengetahui apakah modal perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan dari awal hingga akhir periode akuntansi.

Struktur umum laporan perubahan modal meliputi :

- 1) Modal awal
- 2) Tambahan investasi
- 3) Laba atau rugi bersih
- 4) Prive (penarikan modal oleh pemilik)

Sehingga,

$$\text{Modal Akhir} = \text{Modal Awal} + \text{Laba} - \text{Prive}$$

### 1) Contoh Kasus

PT. Amalia Sejahtera pada bulan Januari 2025, mencatat:

Modal awal	Rp	50.000.000
Laba bersih	Rp	11.300.000
Prive	Rp	2.000.000

### 2) Perhitungan Perubahan Modal

PT. Amalia Sejahtera Januari-2025 Laporan Perubahan Modal			
Modal Awal		Rp	50.000.000
Laba bersih	Rp	11.300.000	
Prive	-Rp	2.000.000	
		Rp	9.300.000
<b>Modal Akhir 31 Jan 2025</b>		<b>Rp</b>	<b>59.300.000</b>

Gambar 14: Contoh Laporan Perubahan Modal

Sumber: Dokumen Pribadi

**c. Laporan Neraca**

Laporan Neraca menggambarkan posisi keuangan pada akhir periode, mencakup aset, kewajiban, dan modal. (Keuangan, 2017)

Prinsip dasarnya adalah :

$$\text{Aset} = \text{Utang} + \text{Modal}$$

**1) Contoh Kasus**

**PT. Amalia Sejahtera pada bulan Januari 2025, mencatat:**

Kas	Rp	25.300.000
Piutang dagang	Rp	10.000.000
Persediaan barang	Rp	11.000.000
Peralatan toko	Rp	19.000.000
Utang dagang	Rp	6.000.000
Modal akhir	Rp	59.300.000

**2) Perhitungan Laporan Neraca**

PT. Amalia Sejahtera Januari 2025 Laporan Neraca					
Aset			Utang + Modal		
Kas	Rp	25.300.000	Utang dagang	Rp	6.000.000
Piutang dagang	Rp	10.000.000			
Persediaan barang	Rp	11.000.000	Modal Akhir	Rp	59.300.000
Peralatan toko	Rp	19.000.000			
<b>Total Aset</b>	<b>Rp</b>	<b>65.300.000</b>	<b>Total Utang + Modal</b>	<b>Rp</b>	<b>65.300.000</b>

*Gambar 15: Contoh Laporan Neraca Sederhana*  
Sumber: Dokumen Pribadi

#### **4. Laporan Tambahan**

##### **a. Laporan Arus Kas**

Laporan arus kas (*cash flow statement*) menggambarkan aliran masuk dan keluarnya uang dalam suatu usaha selama periode tertentu. Laporan ini penting untuk menilai likuiditas, yaitu kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Simangunsong et al., 2018).

##### **b. Fungsi Laporan Arus Kas**

Berikut ini adalah fungsi dari laporan arus kas antara lain :

- a) Menilai kemampuan usaha menghasilkan kas dari kegiatan operasional.
- b) Mengetahui kebutuhan pendanaan tambahan atau sumber kas baru untuk perusahaan.
- c) Membantu perencanaan penggunaan dana untuk periode berikutnya (Simangunsong et al., 2018).

### C. Latihan

**Selesaikan soal-soal berikut dengan tepat !**

1. Uraikan perbedaan antara pendapatan operasional dan pendapatan non-operasional dalam laporan laba rugi. Berdasarkan laporan PT Amalia Sejahtera, jenis pendapatan apa yang dicatat, dan mengapa termasuk kategori tersebut?
2. Jika pendapatan PT Amalia Sejahtera sebesar Rp15.000.000 dan total beban usaha Rp4.000.000, berapa laba bersih yang diperoleh? Tambahkan hasil analisis singkat tentang kondisi usaha tersebut.
3. Dalam laporan laba rugi PT Amalia Sejahtera, disebutkan beberapa jenis beban seperti gaji, listrik, sewa, iklan, dan transportasi. Jelaskan mengapa pengelompokan beban perlu dilakukan dalam laporan laba rugi.
4. Bagaimana hubungan antara pendapatan dan beban dalam laporan laba rugi, dan apa dampaknya jika total beban melebihi total pendapatan pada PT Amalia Sejahtera?
5. Dari laporan laba rugi PT Amalia Sejahtera yang menunjukkan laba bersih Rp11.000.000, bagaimana kamu menilai efektivitas pengelolaan usaha tersebut, dan apa saran yang dapat diberikan untuk periode berikutnya?

**Kunci Jawaban :**

1. Pendapatan operasional berasal dari kegiatan utama perusahaan, sedangkan pendapatan non-operasional berasal dari aktivitas di luar usaha inti. Pendapatan PT Amalia Sejahtera termasuk pendapatan operasional karena diperoleh dari penjualan komputer sebagai kegiatan utama perusahaan.
2. Laba bersih = Rp15.000.000 – Rp4.000.000 = Rp11.000.000. Hasil ini menunjukkan usaha berada dalam kondisi menguntungkan karena pendapatan mampu menutupi seluruh beban operasional.
3. Pengelompokan beban bertujuan agar perusahaan dapat mengetahui jenis dan besarnya biaya yang dikeluarkan, sehingga memudahkan pengendalian biaya dan pengambilan keputusan yang lebih efisien.
4. Pendapatan dan beban menentukan laba atau rugi usaha. Jika pendapatan lebih besar dari beban, perusahaan memperoleh laba, sedangkan jika beban melebihi pendapatan, perusahaan mengalami kerugian dan perlu melakukan evaluasi biaya.
5. Laba bersih Rp11.000.000 mencerminkan pengelolaan usaha yang cukup efektif. Untuk periode berikutnya, perusahaan disarankan tetap menjaga efisiensi beban operasional dan meningkatkan pendapatan agar kinerja usaha semakin optimal.

#### **D. Penilaian**

- 1. Bentuk Penilaian:** Tes tertulis (uraian)
- 2. Tujuan:** Mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi Peluang Usaha.
- 3. Langkah Penilaian :**
  - a. Setiap soal diberi skor 0–20 sesuai ketepatan jawaban. ( 0 = tidak menjawab, 10 = sebagian benar, 20 = sangat benar dan lengkap)
  - b. Karena jumlah soal ada 5, maka skor maksimal = 100.
  - c. Jumlahkan seluruh skor yang diperoleh peserta didik, sehingga mendapat skor diperoleh.
- 4. Rumus Penilaian :**  
Nilai Akhir = Skor Diperoleh / Skor Maksimal × 100

## E. Referensi

- Keuangan, A. (2017). Pengertian Data Perimer. April, 2017.
- Nuraini, F. N. (2024). Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Berbasis pada Peraturan SAK-EMKM. *Action Research Literate*, 8(3), 526–531. <https://doi.org/10.46799/ar.v8i3.302>
- Simangunsong, N. T. A., Ilat, V., & Elim, I. (2018). Analisis Laporan Arus Kas Sebagai Alat Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Pada Pt. Bpr Prisma Dana Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02), 639–648. <https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19923.2018>
- Sujarweni Wiratna. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 10(2), 954–961.
- Sumanto, A., Arochman, M., Mega, M. R., Rachma Wati, A., & Putri Pitaloka, S. A. (2024). Sosialisasi Pentingnya Laporan Keuangan Yang Baik Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3).

## GLOSARIUM

<i>Akun</i>	Rekening yang digunakan untuk mencatat transaksi keuangan sesuai dengan jenis atau kelompok tertentu.
<i>Analisis SWOT</i>	Teknik analisis bisnis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi suatu usaha.
<i>Break Even Point</i>	Kondisi ketika total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami laba maupun rugi.
<i>Beban (Expense)</i>	Seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional dan memperoleh pendapatan.
<i>Ekuitas (Modal)</i>	Hak pemilik atas aset perusahaan setelah dikurangi seluruh kewajiban.
<i>Laba Bersih</i>	Keuntungan yang diperoleh setelah seluruh pendapatan dikurangi semua beban usaha dalam satu periode.
<i>Laporan Keuangan</i>	Dokumen yang menyajikan informasi mengenai kondisi keuangan dan kinerja usaha dalam periode tertentu.
<i>Laporan Laba Rugi</i>	Laporan yang menunjukkan pendapatan, beban, serta laba atau rugi usaha selama satu periode.
<i>Laporan Neraca</i>	Laporan yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada waktu tertentu, meliputi aset, kewajiban, dan modal.
<i>Laporan Perubahan Modal</i>	Laporan yang menjelaskan perubahan modal pemilik akibat laba, rugi, investasi tambahan, atau penarikan modal.

	Laporan yang menyajikan aliran kas masuk dan keluar untuk menilai kemampuan likuiditas usaha.
<i>Likuiditas</i>	Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tepat waktu.
<i>Modal Awal</i>	Jumlah dana atau aset yang dimiliki usaha pada awal periode pelaporan.
<i>Pendapatan</i>	Penerimaan yang diperoleh dari kegiatan utama usaha, seperti penjualan barang atau jasa.
<i>Prive</i>	Penarikan modal oleh pemilik untuk kepentingan pribadi.
<i>Proposal Usaha</i>	Dokumen perencanaan usaha yang memuat gambaran usaha, analisis pasar, strategi pemasaran, dan perencanaan keuangan.
<i>Peluang Usaha</i>	Kesempatan yang berpotensi dikembangkan menjadi kegiatan bisnis yang menguntungkan.
<i>Produksi</i>	Proses mengolah bahan baku menjadi barang atau jasa yang siap dipasarkan.
<i>Resiko Usaha</i>	Kemungkinan terjadinya kerugian atau hambatan dalam menjalankan kegiatan bisnis.
<i>Strategi Pemasaran</i>	Rangkaian rencana dan tindakan untuk memperkenalkan serta menjual produk atau jasa kepada konsumen.

## PROFIL PENULIS



**Lailatul Qodriyah** merupakan mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang dengan minat pada administrasi dan manajemen. Fokus ketertarikannya meliputi pengelolaan administrasi, pelayanan pelanggan, serta penerapan sistem kerja yang efektif dan berbasis teknologi.



**Mohammad Ilham Prasetyo** merupakan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang dengan minat pada bidang pendidikan karakter berbasis nilai-nilai Islam dan etika moral. Fokus ketertarikannya meliputi pembentukan integritas, kejujuran, dan tanggung jawab peserta didik dalam konteks pembelajaran ekonomi.



**Rahma Amalia** merupakan mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang dengan minat pada bidang ekonomi dan keuangan. Fokus ketertarikannya meliputi literasi finansial, pemahaman bisnis, serta pengembangan kompetensi ekonomi peserta didik secara aplikatif.



**Revalina Putri Pratami**

merupakan mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang dengan minat pada penguatan literasi ekonomi dan strategi pembelajaran. Fokus ketertarikannya meliputi penyusunan materi ekonomi yang sederhana, terstruktur, dan mudah dipahami oleh peserta didik.



**Ulfa Dilah** merupakan

mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang dengan minat pada kefarmasian praktis dalam konteks layanan usaha. Fokus dan ketertarikannya, yaitu meliputi pemahaman alur dispensing obat, pemberian informasi obat yang tepat, serta pelayanan kepada konsumen secara profesional.