

LAPORAN MAGANG
DI *TROPICAL CRUNCH*
KOTA SURABAYA



Disusun Oleh:
VERONIKA KUSUMADEWI
NIM 22110055

PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER
AKADEMI SAGES
2024

HALAMAN PENGESAHAN
INTERNSHIP

Nama Mitra Magang : *Tropical Crunch*
Lokasi : Surabaya

Yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Seni Kuliner Akademi Sages berikut:

Nama : Veronika Kusumadewi
NIM : 22110055

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku, pada hari senin, tanggal 22 Desember 2024.

Surabaya, 22 Desember 2024

Disetujui oleh:

Pembimbing Lapangan,

Dosen Pembimbing,



Steven Tandiono S.E.
Komisaris *Tropical Crunch*

Drs. Bawa Mulyono Hadi, M.M.
NIDN. 0725126601

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi



Ivy Dian P. Prabowo., S.TP., M.P.
NIDN. 0703049302

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Veronika Kusumadewi

NIM : 22110055

Program Studi : Seni kuliner

Judul : Laporan Magang di *Tropical Crunch*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan *Internship* yang telah disusun sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah *Internship* pada Program Studi Diploma Tiga Seni Kuliner Akademi Sages merupakan karya ilmiah sendiri.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya indikasi plagiat dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan dan peraturan yang berlaku, yaitu mengulang pelaksanaan magang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran, serta tidak dipaksakan oleh pihak manapun.

Surabaya, 22 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Veronika Kusumadewi

NIM 22110055

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah YME yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang ini *TROPICAL CRUNCH*, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma Tiga Seni Kuliner, Akademi Sages.

Penulis menyadari bahwa laporan magang ini tidak dapat diselesaikan tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak selama penyusunan proposal produk ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Bawa Mulyono Hadi., MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang diperlukan kepada penulis seiring karya ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh staf pengajar Akademi Sages yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama penulis menempuh pendidikan di Akademi Sages.
3. Kedua orang tua penulis, Usman Chandra dan Sherly Kusumadewi, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah kehidupan penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup.
4. Kakak saya steven tandiono, dan adik adik saya velicia kusumadewi dan valentino chandra yang telah memberikan dukungan dalam pengerjaan karya ini.
5. Seluruh teman teman di Akademi Sages yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas pertemanan dan dukungan selama ini.
6. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasinya dalam penyelesaian proposal produk ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa dan motivasi yang setulus-tulusnya sehingga proposal produk ini dapat terselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 29 September 2024

Penulis,
Veronika Kusumadewi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN INTERNSHIP	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Profil Mitra Magang.....	2
1.2.1 Profil.....	2
1.2.2 Visi.....	3
1.2.3 Misi.....	3
1.2.4 Struktur Organisasi.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.3.1 Tujuan Khusus.....	4
1.3.2 Tujuan Umum.....	4
1.3.3 Manfaat Untuk Mahasiswa.....	4
1.3.4 Manfaat Untuk Mitra Magang.....	4
1.3.5 Manfaat Untuk Institusi.....	4
1.4 Waktu Pelaksanaan Magang.....	5
BAB II PELAKSANAAN MAGANG	6
2.1 Posisi/ Bidang Kerja.....	6
2.1.1 Marketing.....	6
2.1.2 Produksi.....	6
2.1.3 Finance.....	6
2.2 Pelaksanaan Kerja.....	7
2.3 Rencana dan Penjadwalan Kerja.....	7
2.4 Realisasi Pelaksanaan Magang.....	8
BAB III LAPORAN PENJUALAN	11
3.1 Variable Cost.....	11
3.2 Depresiasi.....	12
3.3 Penjualan/Pemasukan Bulanan.....	12
3.4 Laporan Laba Rugi Bulanan.....	13
3.5 Marketing.....	16
3.6 Ulasan Hasil Penjualan.....	16
3.7 Pemecahan Masalah.....	17
BAB IV EVALUASI PELAKSANAAN DAN ANALISIS KEGIATAN	18
4.1 Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan.....	18
4.2 Analisis Pelaksanaan Kegiatan.....	18
4.3 Refleksi Diri.....	18
BAB V PENUTUP	20
5.1 Kesimpulan.....	20
5.2 Saran.....	20
DAFTAR PUSTAKA	21
LAMPIRAN	22

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rencana dan Penjadwalan Kerja.....	7
Tabel 2.2 Realisasi Kegiatan Magang.....	8
Tabel 3.1 Perhitungan Variable Cost	11
Tabel 3.2 Daftar Harga Barang	11
Tabel 3.3 Perhitungan Penggunaan Gas.....	11
Tabel 3.4 Perhitungan modal dan penyusutan	12
Tabel 3.5 Laporan Penjualan	12
Tabel 3.6 Laporan Laba Rugi Juli 2024.....	13
Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi Agustus 2024	13
Tabel 3.8 Laporan Laba Rugi September 2024	14
Tabel 3.9 Laporan Laba Rugi Oktober 2024	14
Tabel 3.10 Laporan Laba Rugi November 2024.....	15
Tabel 3.11 Laporan Laba Rugi Desember 2024	15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>Tropical Crunch</i>	2
Gambar 1.2 Kemasan <i>Chili Lime</i> dan <i>Cinnamon Sugar Tropical Crunch</i>	2
Gambar 1.3 Struktur Organisasi <i>Tropical Crunch</i>	3

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Nomor Induk Berusaha <i>Tropical Crunch</i>	22
Lampiran 2. Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan.....	23
Lampiran 3. Surat Keterangan Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan.....	24
Lampiran 4. Sertifikat Halal.....	25
Lampiran 5. Sertifikat P-IRT <i>Cinnamon Sugar</i>	26
Lampiran 6. Sertifikat P-IRT <i>Chili Lime</i>	27
Lampiran 7. Sertifikat P-IRT <i>Black Truffle</i>	28
Lampiran 8. Foto bersama Bu Nurul, Petugas DISKOPERDAG UPTSA SIOLA.....	29
Lampiran 9. Foto Foto Kegiatan Produksi <i>Tropical Crunch</i>	30
Lampiran 10. Foto Foto Kegiatan Marketing <i>Tropical Crunch</i>	32
Lampiran 11. Rekapitulasi Laporan Keuangan <i>Tropical Crunch</i>	35
Lampiran 12. Penjualan Direct Customer <i>Tropical Crunch</i>	37
Lampiran 13. Penjualan Reseller <i>Tropical Crunch</i>	39
Lampiran 14. Nota Pembelian Barang.....	40
Lampiran 15. Lembar Konsultasi Bimbingan Dosen.....	42
Lampiran 16. Lembar Penilaian Magang.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Magang merupakan salah satu mata kuliah wajib yang harus dijalankan oleh mahasiswa Program Studi Diploma Tiga, Seni Kuliner, Akademi Sages. Program magang yang diambil adalah untuk membangun sebuah perusahaan makanan ringan berbahan dasar kelapa yaitu *Coconut chips* dengan merek *Tropical Crunch*.

Program magang ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang aktivitas yang terjadi dalam membangun sebuah perusahaan, serta memberikan pengalaman dan pengetahuan dalam industri makanan ringan dan juga tentang resep makanan ringan seperti apa yang disukai oleh customer.

Dengan adanya program magang ini mahasiswa dapat mendapatkan ilmu praktek dari membangun perusahaan magang dan dapat mengaplikasikan langsung teori yang didapatkan dalam kegiatan perkuliahan agar lebih siap menghadapi dunia kerja apabila sudah lulus dari Akademi Sages.

Perusahaan yang dibangun ini bernama *TROPICAL CRUNCH* yang merupakan sebuah perusahaan manufaktur dan distribusi makanan ringan dengan bahan dasar buah buahan dengan produk pertama berupa *Coconut Chips / Keripik Kelapa* yang merupakan buah yang sudah mendarah daging di masyarakat Indonesia karena kelapa sendiri adalah makanan yang sudah digunakan dalam banyak Resep Tradisional Kuliner Indonesia secara turun temurun.

1.2 Profil Mitra Magang

1.2.1 Profil



gambar 1.1 Logo *Tropical Crunch*

Tropical Crunch adalah sebuah Perusahaan yang bergerak di bidang Makanan Ringan yang terbuat dari bahan dasar buah buahan, yang didirikan oleh Veronika Kusumadewi pada tanggal 1 Juni 2024 dan beralamat di Kota Surabaya.

Produk pertama yang ditawarkan oleh *Tropical Crunch* adalah *Coconut Chips* atau keripik kelapa dengan dua varian rasa yaitu *Cinnamon Sugar* dan juga *Chili Lime*.



gambar 1.2 kemasan *Chili Lime* dan *Cinnamon Sugar Tropical Crunch*

Tropical Crunch menggunakan bahan bahan yang merupakan bahan yang sudah menjadi cita rasa khas dalam makanan Indonesia sehingga pasti dapat dinikmati oleh seluruh Masyarakat Indonesia.

Tropical Crunch juga adalah *first mover* untuk makanan ringan berbahan dasar buah buahan di Indonesia, maka dari itu *Tropical Crunch* memiliki kesempatan menjadi Top of mind dalam masyarakat Indonesia.

Unique Selling Proposition yang ditawarkan oleh *Tropical Crunch* adalah snack yang terbuat dari daging kelapa tua yang dipanggang dan tidak digoreng sehingga juga memberikan rasa unik kepada produk kelapa dan selalu memastikan bahwa produk yang dijual berkualitas tinggi. Produk *Tropical Crunch* sendiri sekarang memiliki 2 jenis varian yaitu: *Cinnamon Sugar* dan *Chili Lime* yang akan dijual dengan harga Rp. 25,000 per pack kepada End User.

1.2.2 Visi

Tropical Crunch memiliki visi untuk membuat varian snack atau makanan ringan yang berbahan dasar buah buahan yang dapat diterima semua orang.

1.2.3 Misi

Misi dari *Tropical Crunch* adalah untuk memproduksi cemilan berbahan dasar buah buahan yang lezat serta selalu menghadirkan rasa-rasa baru yang menarik dan terus menerus memperhatikan kualitas.

1.2.4 Struktur Organisasi



gambar 1.3 Struktur Organisasi *Tropical Crunch*

1.3 Tujuan Dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Khusus

1. Memahami cara membangun sebuah perusahaan.
2. Meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam aspek Operasional, Managerial, Finansial dan Marketing dalam sebuah usaha.

1.3.2 Tujuan Umum

1. Memperoleh gambaran dan pengalaman kerja nyata sehingga penulis memiliki keterampilan dan wawasan kerja.
2. Meningkatkan kedisiplinan dan tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan.
3. Melatih kemampuan kewirausahaan.

1.3.3 Manfaat Untuk Mahasiswa

1. Menambah wawasan dan kemampuan praktis dalam dunia kerja
2. Mendapatkan pengalaman membangun bisnis *Tropical Crunch*
3. Pengembangan kepribadian dan kemampuan berkomunikasi Serta kerjasama di dunia kerja.

1.3.4 Manfaat Untuk Mitra Magang

1. Membantu membesarkan Usaha *Tropical Crunch*.
2. Membantu melaksanakan tugas sehari-hari.

1.3.5 Manfaat Untuk Institusi

1. Membantu meningkatkan kualitas lulusan melalui magang
2. Akademi Sages sebagai lembaga pendidikan akan lebih dikenal di dunia industri makanan ringan sehingga diharapkan semakin banyak peminat yang mendaftarkan diri menjadi mahasiswa Akademi Sages.

1.4 Waktu Pelaksanaan Magang

Waktu pelaksanaan magang *Tropical Crunch* dimulai pada Bulan Juli dan akan berakhir pada akhir Januari. Hari kerja di *Tropical Crunch* adalah hari Senin – Sabtu dan dimulai dari jam 09.00 – 17.00.

BAB II

PELAKSAAAN MAGANG

2.1 Posisi/ Bidang Kerja

2.1.1 Marketing

Personil: Penulis.

Tugas dari marketing adalah:

1. Aktif melakukan promosi di social media dengan cara membuat dan mempublikasikan konten unik dan seru.
2. Aktif membuat promo promo yang menarik untuk di jual melalui social media maupun toko online.
3. Aktif menghandle semua chat customer yang datang melalui social media.
4. Mencatat semua pesanan yang ada dan memberikannya kepada bagian produksi untuk dibuat.

2.1.2 Produksi

Personil: Penulis sebagai Supervisor dan 1 orang pegawai.

Tugas dari Produksi adalah:

1. Melakukan produksi sesuai dengan jumlah pesanan atau target produksi yang sudah ada.
2. Melakukan Stok Opname bahan serta memesan bahan bahan yang akan digunakan untuk produksi berikutnya.
3. Menjaga kualitas dari bahan bahan yang ada agar tetap bisa menghasilkan cita rasa yang sesuai standard.

2.1.3 Finance

Personil: Penulis.

Tugas dari Finance adalah:

1. Melakukan pencatatan terhadap semua kas masuk dan kas keluar.
2. Menghitung laporan laba rugi setiap bulannya.

3. Menghitung budget marketing dan pengeluaran lain lain untuk memastikan bahwa tidak ada pengeluaran yang tidak perlu.

2.2 Pelaksanaan Kerja

Sesuai dengan Job Description yang telah disebutkan di Posisi atau bidang kerja di 2.1, Penulis selaku owner harus mengerjakan banyak hal secara mandiri dikarenakan minimnya pegawai yang ada.

Penulis akan berperan aktif dalam handle social media untuk melakukan promosi dan mendapatkan order sehingga usaha ini bias tetap berjalan.

Penulis juga berperan sebagai supervisor dalam produksi agar semua produk yang telah diproduksi oleh *Tropical Crunch* dapat terjaga kualitasnya saat sampai di tangan pelanggan.

Penulis juga aktif mengurus semua tata usaha perizinan agar produk ini dapat masuk ke Supermarket dan diterima di semua kalangan dikarenakan perizinan yang jelas.

Penulis juga aktif mencatat semua order yang masuk serta menghitung keuangan dan melakukan budgeting untuk marketing dan operasional agar usaha ini tetap dapat berjalan dengan baik.

2.3 Rencana dan Penjadwalan Kerja

Tabel 2.1 Rencana dan Penjadwalan Kerja

Hari Kerja	Senin – Sabtu
Jam Kerja	09.00 – 17.00

Waktu pelaksanaan magang *Tropical Crunch* dimulai pada Bulan Juli dan akan berakhir pada akhir Januari. Hari kerja di *Tropical Crunch* adalah hari Senin – Sabtu dan dimulai dari jam 09.00 – 17.00.

2.4 Realisasi Pelaksanaan Magang

Tabel 2.2 Realisasi Kegiatan Magang

Bulan Ke	Hari/Tanggal	Jenis Aktivitas	Detail Aktivitas	Tugas yang Diberikan	Pencapaian(Output)
1-3		MENGURUS IZIN	P-IRT	Membuat Akun di OSS	sudah membuat
				Membuat NIB	NIB Terbit
				mengikuti Seminar P-IRT	Sudah mengikuti
				Ujian P-IRT	Dinyatakan lulus dengan nilai 96
				Menyusun SOP dan ruang kerja sesuai dengan standard	Sudah disusun
				Mendesign Packaging sesuai dengan ketentuan PIRT	Sudah di design
				Ujian visit cek tempat produksi dari Petugas PIRT untuk memeriksa kondisi ruangan dan alat beserta SOP	Sudah di Visit
				Mengurus Surat Keterangan Domisili	Sudah diurus
				Mendapat Nomor PIRT dan memasangnya di Packaging	sudah mendapatkan Nomor dan sudah di pasang di Packaging
			HAK PATEN MEREK	mengurus akun dan ketentuan di Kementerian Hukum dan Hak asasi manusia	sudah diurus
				mendapatkan nomor kelas produk	sudah dapat nomor kelas
				mendapatkan surat rekomendasi dari DISKOPERDAG	sudah dapat surat rekomendasi
				melakukan pengecekan merk di DGIP DIKI	sudah melalui tahap pengecekan
				mendaftarkan merk di DGIP	sudah mendaftarkan
				membayar biaya pendaftaran merk	sudah membayar
			HALAL	mendapat Hak Merk	sudah mendapat
				mendapatkan berkas berkas pengurusan halal dari DISKOPERDAG	sudah mendapatkan berkas berkas
				mencari Penyelia Halal di Tim	sudah mendapat penyelia halal
				Melakukan pendataan seluruh barang barang yang digunakan dalam produksi	sudah didata
				mendaftarkan seluruh sertifikat halal dari masing masing supplier untuk memastikan keamanan	sudah didaftarkan
				Menunggu Visit dari petugas Halal Indonesia	masih menunggu
				mendapat panggilan dari Diskoperdag atas adanya kesempatan mendapatkan Halal melewati jalur Self Declare untuk UMKM	Sudah datang dan berdiskusi dengan Diskoperdag
				Visit dari Petugas Diskoperdag untuk mengambil	sudah visit
				berfoto dengan petugas Diskoperdag di UPTSA untuk mendapatkan verifikasi Halal Self Declare	sudah berfoto dengan petugas Diskoperdag di UPTSA
				Perlu datang kembali ke UPTSA dikarenakan adanya beberapa revisi tentang foto yang sudah diambil	sudah datang dan berfoto kembali
			menunggu Surat Ijin Halal	sedang menunggu	

Juli -
Desember
2024

MARKETING

	MEMBUAT KONTEN	Membuat konten tentang penjelasan apa itu keripik kelapa	sudah
		membuat konten tentang hal hal menarik seputar kelapa	sudah
		membuat konten untuk melakukan edukasi terhadap produk Coconut chip dan variennya yang ada di Tropical Crunch	sudah
		menggunakan jasa fotografer untuk mengambil gambar profesional untuk jadi	sudah foto dan sudah di post
		meetup dengan marketing agency untuk membuat konten yang lebih menarik dan sesuai dengan target pasar dari tropical crunch	sudah meetup
		marketing agency sedang melakukan market research dan baru akan selesai pada akhir desember	marketing agency sedang research
	MEMBUAT PROMO	Membuat promo menarik untuk mendapatkan reseller	harga reseller 20.000 sedangkan harga pasar 25.000
		membuat promo menarik agar konsumen dapat tertarik untuk mencoba dan produk dapat laku saat masuk ke Supermarket	Memberlakukan promo buy 2 get 3 di Supermarket Bonnet dan juga Papaya Menaruh SPG di supermarket untuk meningkatkan brand awareness akan melakukan bundling di online marketplace
	Aktif mengurus Sosial Media	Direct Selling / Secara aktif menawarkan Coconut chip	sudah
	Mempersiapkan Packaging	Mendesign Packaging sesuai dengan ketentuan PIRT	sudah
		mencari tempat Printing	sudah
		Print Packaging	sudah
	Supermarket Papaya	Membuat proposal untuk dapat masuk ke supermarket	sudah
		mendatangi kantor papaya di Surabaya Barat untuk menjual produk	sudah
		Menyiapkan Nota dan produk yang akan dikirim	sudah
		mengirim produk perdana ke Papaya Darmo	sudah
		Melakukan promosi dengan SPG untuk meningkatkan brand awareness	sudah
		mengumpulkan P.O dan melakukan evaluasi	sudah
Supermarket Bonnet	Membuat proposal untuk dapat masuk ke supermarket	sudah	
	mendatangi kantor Bonnet di Surabaya Timur untuk menjual produk	sudah	
	Menyiapkan Nota dan produk yang akan dikirim	sudah	
	mengirim produk perdana ke Gudang Supermarket Bonnet	sudah	
	Melakukan promosi dengan SPG untuk meningkatkan brand awareness	sudah	
	mengumpulkan P.O dan melakukan evaluasi	sudah	

		mencari tempat untuk melakukan produksi	sudah
		membeli semua peralatan dan perlengkapan yang diperlukan untuk melakukan produksi	sudah
		mengatur layout tempat produksi agar sesuai dengan ketentuan P-IRT	sudah
		melakukan produksi rutin	sudah
		Membeli rasa rasa yang baru untuk dicampur dengan keripik kelapa tropical crunch agar mengetahui rasanya	sudah dibeli
		mencoba mencampur keripik kelapa dengan rasa yang terdiri dari : Truffle, Roast Beef, Mie Goreng, Pizza, Caramel, Salted Egg, Bba, Rendang, Balado, Seaweed, Cheese, Jagung Bakar, Black Pepper, Sambel Matah, Chocolate, Vanilla, Green Tea	sudah dicoba dan dicampurkan satu per satu
		mengambil kesimpulan rasa mana yang akan digunakan sebagai varian berikutnya	Mengambil kesimpulan untuk mengeluarkan varian Black Truffle, Roasted Beef dan
		Mempersiapkan Packaging untuk Black Truffle	sudah disiapkan
		Mengurus izin P-irt untuk Black Truffle	sudah diurus
		Mengurus Halal untuk Black Truffle	sedang proses
	PRODUKSI	MELAKUKAN PRODUKSI	
	R&D	Membuat Varian Baru dari Tropical Crunch	

BAB III

LAPORAN PENJUALAN

3.1 Variable Cost

Tabel 3.1 Perhitungan Variable Cost

VARIABLE COST					
No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan (Rp.)	Variable Cost Per 3 Pack (Rp.)	Variable Cost Per 1Pack (Rp.)
1	Bahan Baku				
	kelapa tua	250 gr	24	6,000	2,000
	Garam	1/2 tsp (1 gr)	14	14	5
	Gula	2.5 tbsp (16 gr)	36	576	192
2	Bahan Taburan			-	-
	Cinnamon Sugar/Seasoning	3 tbsp (19.2 gr)	70	1,353	451
3	Bahan Baku Tambahan			-	-
	Packaging	3 pcs	3,200	9,600	3,200
TOTAL				17,543	5,848

Tabel 3.2 Daftar Harga Barang

Daftar Harga Barang					
No	Nama	Harga	Ukuran	Satuan	Harga Per Satuan
1	Kelapa	12,000	500	Gr	24
2	Garam	7,000	500	Gr	14
3	Gula	18,000	500	Gr	36
4	Cinnamon Powder	8,500	35	Gr	243
5	Cinnamon Sugar			Gr	70
6	Gas	180,000	12	kg	15,000

Tabel 3.3 Perhitungan Penggunaan Gas

Penggunaan Gas			
No	Keterangan	Ukuran	Satuan
1	per jam	0.15	kg
2	per produksi	3	jam
3	Biaya Gas per produksi	6,750	Rupiah
4	Biaya Gas per bulan	526,500	

3.2 Depresiasi

Tabel 3.4 Perhitungan modal dan penyusutan

TABEL PERHITUNGAN MODAL DAN PENYUSUTAN							
No	Komponen	Jumlah Barang (Unit/Buah)	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan Per Tahun (Rp.)	Penyusutan Per Bulan (Rp.)
1	Oven	1	9,000,000	9,000,000	5	1,800,000	150,000
2	Bowl	5	20,000	100,000	5	20,000	1,667
3	Sendok	5	6,000	30,000	5	6,000	500
4	Reusable Baking sheet	4	250,000	1,000,000	5	200,000	16,667
5	Baking tray	4	350,000	1,400,000	5	280,000	23,333
6	Rak penyimpanan	1	350,000	350,000	5	70,000	5,833
7	Sealer Plastik	1	200,000	200,000	5	40,000	3,333
8	measuring spoon	1	50,000	50,000	5	10,000	833
5	peeler	2	50,000	100,000	5	20,000	1,667
6	Timbangan	1	1,500,000	1,500,000	2	750,000	62,500
7	strainer	1	40,000	40,000	5	8,000	667
TOTAL				13,770,000		3,204,000	267,000

3.3 Penjualan/Pemasukan bulanan

Tabel 3.5 Laporan Penjualan

					
LAPORAN PENJUALAN					
TAHUN PERIODE		:	2024		
OMSET PER BULAN					
Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1,825,000	2,385,000	2,885,000	3,325,000	4,615,000	4,590,000

3.4 Laporan Laba Rugi Bulanan

Tabel 3.6 Laporan Laba Rugi Juli 2024

			
LAPORAN LABA RUGI			
PERIODE		:	Juli 2024
PENDAPATAN			
	Penjualan direct costumer	1,325,000	
	Penjualan Reseller	500,000	
	Total Pendapatan		1,825,000
BIAYA			
	Variable Cost	456,122	
	Listrik dan air	5,850	
	Marketing	200,000	
	Gas	87,750	
	Depresiasi	267,000	
	Total Biaya		1,016,722
GROSS PROFIT			808,278
PAJAK			-
NET PROFIT			808,278

Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi Agustus 2024

			
LAPORAN LABA RUGI			
PERIODE		:	Agustus 2024
PENDAPATAN			
	Penjualan direct costumer	1,825,000	
	Penjualan Reseller	560,000	
	Total Pendapatan		2,385,000
BIAYA			
	Variable Cost	590,619	
	Listrik dan air	7,575	
	Marketing	200,000	
	Gas	113,625	
	Depresiasi	267,000	
	Total Biaya		1,178,819
GROSS PROFIT			1,206,181
PAJAK			-
NET PROFIT			1,206,181

Tabel 3.8 Laporan Laba Rugi September 2024

			
LAPORAN LABA RUGI			
PERIODE	:	Sep-24	
PENDAPATAN			
Penjualan direct costumer	2,225,000		
Penjualan Reseller	660,000		
Total Pendapatan			2,885,000
BIAYA			
Variable Cost	713,421		
Listrik dan air	9,150		
Marketing	200,000		
Gas	137,250		
Depresiasi	267,000		
Total Biaya			1,326,821
GROSS PROFIT			1,558,179
PAJAK			-
NET PROFIT			1,558,179

Tabel 3.9 Laporan Laba Rugi Oktober 2024

			
LAPORAN LABA RUGI			
PERIODE	:	Okt-24	
PENDAPATAN			
Penjualan direct costumer	1,725,000		
Penjualan Supermarket	800,000		
Penjualan Reseller	800,000		
Total Pendapatan			3,325,000
BIAYA			
Variable Cost	637,401		
Listrik dan air	8,175		
Marketing	200,000		
Gas	122,625		
Depresiasi	267,000		
Total Biaya			1,235,201
GROSS PROFIT			2,089,799
PAJAK			-
NET PROFIT			2,089,799

Tabel 3.10 Laporan Laba Rugi November 2024

			
LAPORAN LABA RUGI			
PERIODE		:	Nov-24
PENDAPATAN			
	Penjualan direct costumer	1,675,000	
	Penjualan Supermarket	2,280,000	
	Penjualan Reseller	660,000	
	Total Pendapatan		4,615,000
BIAYA			
	Variable Cost	742,660	
	Listrik dan air	9,525	
	Marketing	200,000	
	Gas	142,875	
	Depresiasi	267,000	
	Total Biaya		1,362,060
GROSS PROFIT			3,252,940
PAJAK			-
NET PROFIT			3,252,940

Tabel 3.11 Laporan Laba Rugi Desember 2024

			
LAPORAN LABA RUGI			
PERIODE		:	Dec-24
PENDAPATAN			
	Penjualan direct costumer	2,550,000	
	Penjualan Supermarket	880,000	
	Penjualan Reseller	1,160,000	
	Total Pendapatan		4,590,000
BIAYA			
	Variable Cost	853,766	
	Listrik dan air	10,950	
	Marketing	200,000	
	Gas	164,250	
	Depresiasi	267,000	
	Total Biaya		1,495,966
GROSS PROFIT			3,094,034
PAJAK			-
NET PROFIT			3,094,034

3.5 Marketing

Strategi marketing yang dilakukan oleh *Tropical Crunch* adalah Promosi melalui social media serta menggunakan SPG di supermarket yaitu Papaya agar produk *Tropical Crunch* dapat di kenal oleh berbagai kalangan masyarakat.

Penjualan yang dilakukan oleh *Tropical Crunch* terbagi menjadi 2 yaitu *Direct selling to Customer* dan juga melalui *Reseller*. Harga yang diberikan kepada *End User Costumer* adalah Rp.25,000 per pack, sedangkan harga yang diberikan kepada Reseller adalah Rp.20,000 per pack. Harga yang lebih sedikit kepada Reseller ini ditujukan agar Reseller sudah mendapatkan keuntungan dan agar *Tropical Crunch* dapat menjaga agar harga di pasaran tetap di angka Rp.25,000 untuk mencegah terjadinya permainan harga.

Reseller yang diambil oleh *Tropical Crunch* adalah perorangan dan Supermarket.

3.6 Ulasan Hasil Penjualan

Setelah melakukan penjualan dan promosi di supermarket dengan menggunakan SPG, dapat diketahui bahwa masyarakat menyukai keripik kelapa *Tropical crunch* dan varian *Cinnamon Sugar* menjadi Best Seller untuk costumer.

Kisaran umur dari pembeli *Tropical Crunch* adalah dari umur 8 sampai dengan umur 50 sedangkan kebanyakan para lansia di atas umur 50 tidak berani membeli *Tropical Crunch* dikarenakan mereka takut terkena kolestrol dan meskipun sudah dijelaskan bahwa *Tropical Crunch* tidak digoreng dan tidak menggunakan minyak tetapi kebanyakan dari mereka tetap tidak mau membeli *Tropical Crunch*.

Pembeli dari *Tropical Crunch* sendiri berada di kalangan menengah sampai menengah ke atas, hal ini didasari pada pengamatan SPG yang digunakan di Supermarket, para pembeli dari kelas menengah ke bawah hanya mencoba free sample tetapi tidak membeli.

Pembeli dari *Tropical Crunch* juga kebanyakan adalah perempuan, dikarenakan banyak Ibu ibu yang membelikan untuk anaknya, dan juga para istri yang lebih tertarik untuk makan makanan ringan.

Meskipun respons dari pelanggan terhadap produk *Tropical Crunch* ini positif, tetapi penjualan *Tropical Crunch* sendiri bisa dikatakan masih terbatas dikarenakan Brand Awareness yang kurang terhadap produk *Tropical Crunch*.

3.7 Pemecahan Masalah

Masalah yang ada adalah kurangnya Brand Awareness terhadap *Tropical Crunch* dan ini dapat diselesaikan dengan lebih aktif promosi di supermarket dengan menggunakan SPG, menggunakan marketing agency untuk membuat konten di sosial media dengan tepat dan juga mengikuti event.

BAB IV

EVALUASI PELAKSANAAN DAN ANALISIS KEGIATAN

4.1 Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan penjualan yang ada pada Supermarket, kita dapat mengetahui bahwa penjualan sekarang masih kurang maksimal dan masih dapat ditingkatkan lagi.

Promosi menggunakan SPG juga harus lebih sering untuk membangun Brand Awareness, dan juga harus ada standard kualitas untuk para SPG.

Konten di social media juga harus dibuat lebih sering dan lebih menarik.

4.2 Analisis Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan promosi yang telah dilakukan di supermarket sudah benar dikarenakan penjualan selalu meningkat saat ada SPG di Supermarket dibandingkan tanpa adanya SPG.

4.3 Refleksi Diri

Setelah melakukan penjualan dan Market Research, saya merasa bahwa saya harus lebih rajin dalam melakukan promosi secara online, dikarenakan banyak merek makanan ringan yang lebih mengedepankan penjualan online dari pada offline dan maka dari itu saya berniat untuk menggunakan jasa dari marketing agency agar dapat meningkatkan *traffic* dari social media *Tropical Crunch* sehingga bisa menarik lebih banyak pengunjung.

Sebagai tambahan, menurut Menteri Perdagangan Zulkfli Hasan (2024), melalui Kemendag.go.id, e-commerce dalam beberapa tahun terakhir telah menunjukkan potensi yang besar bagi perekonomian nasional. nilai transaksi e-commerce diprediksi tumbuh 2,8% menjadi Rp487 triliun pada 2024 dan 3,3% menjadi Rp503 triliun pada 2025.

Tropical Crunch tetap akan berjualan melalui Offline, yaitu melalui supermarket dan reseller, tetapi *Tropical Crunch* juga akan berjualan melalui online serta melakukan marketing secara online dikarenakan lebih gampang untuk menjangkau target market dari *Tropical Crunch* melalui online.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari Periode Juli – Desember 2024, *Tropical Crunch* mendapatkan omset sebesar Rp. 19,625,000 dan Net Profit senilai Rp.12,282,411.

Kesimpulan dari produk *Tropical Crunch* adalah, produk ini merupakan produk yang dapat diterima dan disukai oleh Masyarakat Indonesia dan ini dapat terlihat dari *market insight* yang diberikan oleh SPG saat melakukan promosi.

5.2 Saran

Agar produk ini dapat diterima oleh semua masyarakat dan meningkatkan brand awareness serta penjualan, ada beberapa Langkah yang dapat diambil yaitu :

1. Mengikuti bazaar untuk meningkatkan brand awareness terhadap produk *Tropical Crunch* terhadap Masyarakat.
2. Terus melakukan Research and Development agar bisa meningkatkan kualitas produk dan juga memberikan varian varian rasa yang baru
3. Membuat konten di *social media* untuk meningkatkan *brand awareness* melalui konten konten yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penghubung Provinsi, 1 Agustus 2018.” Pohon Kelapa Tumbuhan Serbaguna” *Badan Penghubung Provinsi | Provinsi Kepulauan Bangka Belitung*, penghubung.babelprov.go.id/content/pohon-kelapa-tumbuhan-sebaguna-0. Diakses 10 Sept. 2023.
- Handoni, H, 28 Desember 2022. “Podcast Flora Carita: Kisah Kelapa Di Indonesia, Dari Sumber Penghidupan Multiguna Sampai Alasan Bertaruh Nyawa.” *BBC News Indonesia*, BBC, www.bbc.com/indonesia/articles/c6p8jqyrz10o. Diakses 10 Sept. 2023.
- Kementrian Perdagangan Indonesia. 5 Jan 2024. “*Kemendag Ramal Transaksi E-Commerce Di Ri Tembus RP533 Triliun - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*”, www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-ramal-transaksi-e-commerce-di-ri-tembus-rp533-triliun. Diakses 19 Desember 2024
- Makarim, F, R. 13 Feb.2023. “Manfaat Konsumsi Daging Buah Kelapa Untuk Buka PUASA.” *Halodoc*, www.halodoc.com/artikel/manfaat-konsumsi-daging-buah-kelapa-untuk-buka-puasa. Diakses 10 Sept. 2023.
- Retno, 2 Juli 2015. “Segala Hal Tentang Kelapa Dan Santan.” *Sajian Sedap*, sajiansedap.grid.id/read/10753100/segala-hal-tentang-kelapa-dan-santan#google_vignette. Diakses 10 Sept. 2023.