

**LAPORAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN  
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN  
DESSERTKIE**



**Disusun Oleh:**

**RIZKI EPRIYANI      2077500019**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**ISB ATMA LUHUR**

**2023/2024**



INSTITUT SAINS DAN BISNIS ATMA LUHUR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**PENGESAHAN LAPORAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN**

Program Studi : Bisnis Digital  
Jenjang Studi : Strata 1 (S1)  
Judul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENJUALAN DESSERTKIE**


Oleh:

Rizki Epriyani 2077500019

Pangkalpinang, 08 Februari 2024


Menyetujui,

Ketua Program Studi Bisnis Digital

  
Sarwindah, S.Kom., MM

NIDN.0212068601


Pembimbing

  
Dr. AMRI, SE.,M.M

NIDN. 021990009

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

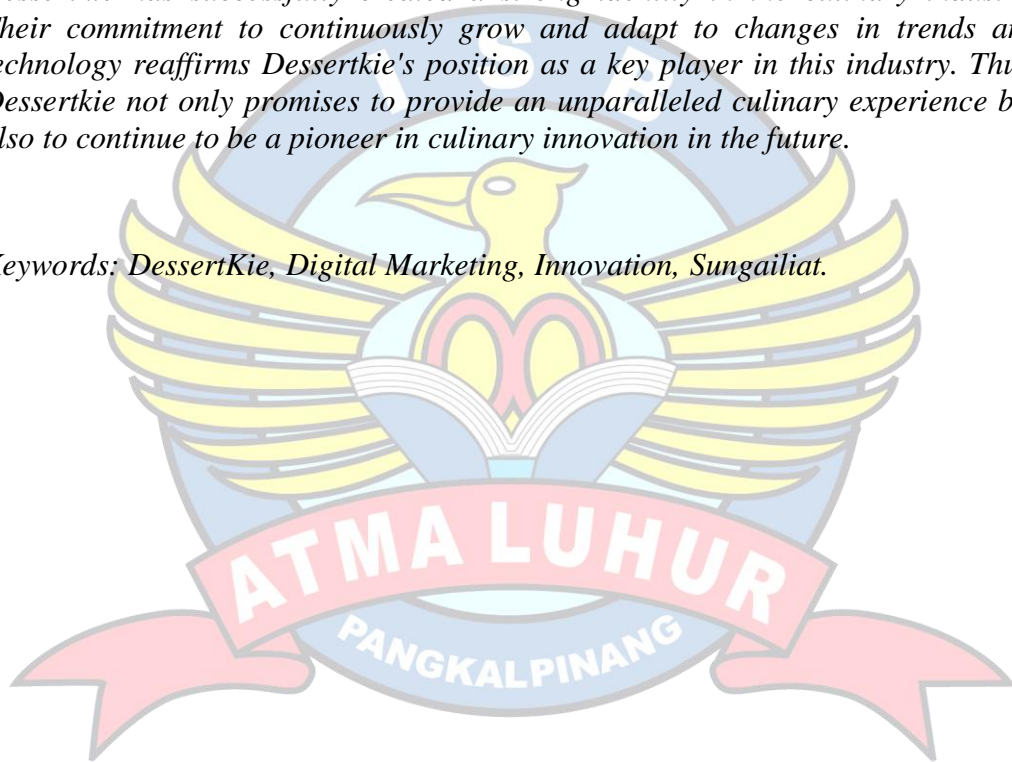
  
Hengki, S.kom., M.Kom

NIDN.0207049001

## **ABSTRAC**

*Dessertkie is a culinary business that presents an innovative concept with food based on cakes that have been transformed into attractive and delicious contemporary dishes. The uniqueness of Dessertkie lies not only in its products but also in its clever and up-to-date marketing strategy. In facing the digital era, Dessertkie has successfully utilized popular platforms such as Facebook, Instagram, WhatsApp, and TikTok as primary tools to communicate and interact with their customers. Dessertkie also continues to innovate in the culinary field, always looking for new ways to bring new and exciting flavors to their customers. By combining creativity in cooking and sophistication in digital marketing, Dessertkie has successfully created a strong identity in the culinary industry. Their commitment to continuously grow and adapt to changes in trends and technology reaffirms Dessertkie's position as a key player in this industry. Thus, Dessertkie not only promises to provide an unparalleled culinary experience but also to continue to be a pioneer in culinary innovation in the future.*

*Keywords: DessertKie, Digital Marketing, Innovation, Sungailiat.*



## ABSTRAK

Dessertkie adalah pelaku bisnis kuliner yang menghadirkan konsep inovatif dengan makanan berbahan dasar kue yang telah diubah menjadi hidangan kekinian yang menarik dan lezat. Keunikan Dessertkie tidak hanya terletak pada produknya, tetapi juga pada strategi pemasaran yang cerdas dan terkini. Dalam menghadapi era digital, Dessertkie telah berhasil memanfaatkan platform-platform populer seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok sebagai alat utama untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan mereka. Dessertkie juga terus berinovasi di bidang kuliner, selalu mencari cara baru untuk menghadirkan rasa yang baru dan menarik bagi pelanggan mereka. Dengan memadukan kreativitas dalam masakan dan kecanggihan dalam pemasaran digital, Dessertkie berhasil menciptakan identitas yang kuat dalam industri kuliner. Komitmen mereka untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan tren dan teknologi menegaskan posisi Dessertkie sebagai pemain kunci dalam industri ini. Dengan demikian, Dessertkie tidak hanya berjanji untuk memberikan pengalaman kuliner yang tak tertandingi, tetapi juga untuk terus menjadi pionir dalam inovasi kuliner di masa depan.

Kata Kunci: DessertKie, Digital Marketing, Inovasi, SungaiLiat.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kewirausahaan ini yang salah satu syarat untuk bisa menyelesaikan S1 pada program Studi Bisnis Digital Institut Sains dan Bisnis (ISB) Atma Luhur.

Dengan segala keterbatasan waktu, penulis berterimakasih atas bantuan dan arahan hingga sampai saat ini penulis bisa melaksanakan apa yang harus di kerjakan dengan baik, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah menciptakan dan memberikan kehidupan di dunia ini.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang telah mendukung penulis baik spirit maupun materi.
3. Bapak Drs. Djaetun HS yang telah mendirikan Yayasan Atma Luhur Pangkalpinang.
4. Bapak Prof.Dr.Ir.Wendi Usino,MM.,M.Sc.,Ph.D, selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki, M.Kom., selaku Dekan Fakultas Bisnis Digital ISB Atma Luhur.
6. Ibu Sarwindah, S.Kom., MM selaku Kaprodi Bisnis Digital ISB Atma Luhur.
7. Bapak Dr. AMRI, SE.,M.M selaku dosen pembimbing.
8. Terimakasih keluargaku yang sudah mendukungku.

Pangkalpinang, 08 Januari 2024

Penulis

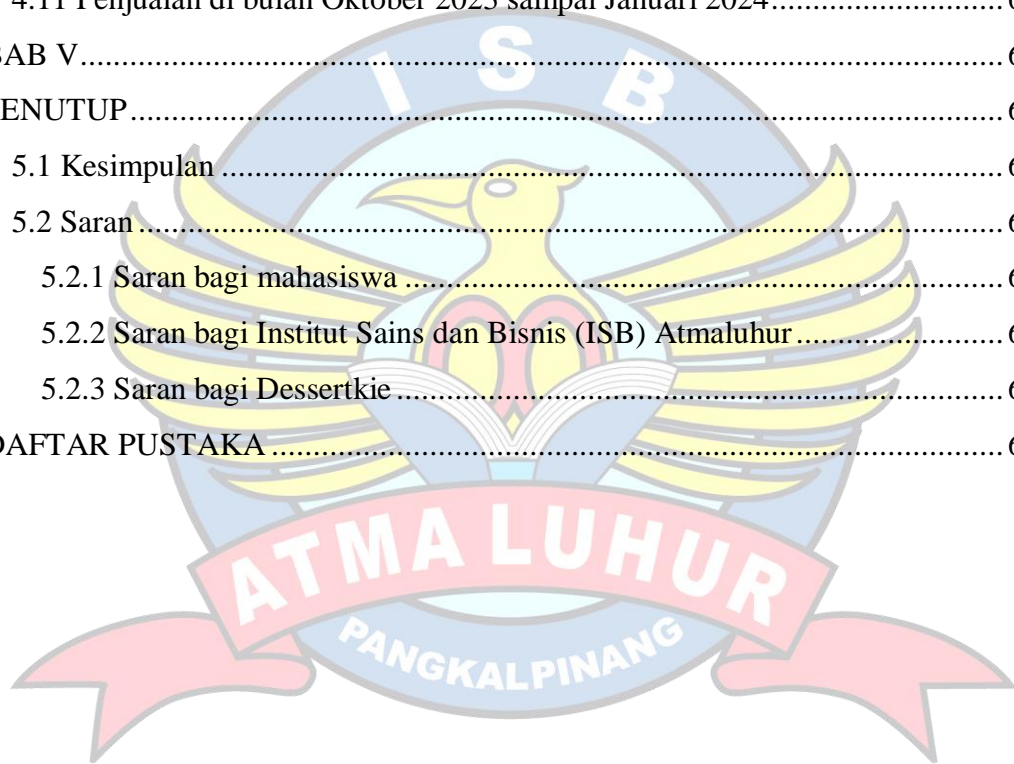


## DAFTAR ISI

COVER .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
<i>ABSTRAC</i> .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Distributor Pemasaran .....	8
1.3 Rumusan masalah.....	10
1.4 Batasan Masalah.....	11
1.5 Manfaat Penulisan dan Tujuan Penulisan .....	11
1.5.1 Manfaat Penulisan .....	11
1.5.2 Tujuan penelitian .....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.2 Manajemen.....	13
2.3 Bisnis Digital.....	19
2.4 UMKM.....	24
2.4 Ciri-ciri UMKM .....	27
2.5 Karakteristik UMKM dan Usaha besar menurut Undang-undang .....	28
2.5.1 Usaha Mikro .....	28
2.5.2 Usaha kecil .....	28
2.5.3 Usaha menengah .....	29
2.5.4 Usaha Besar .....	29
2.6 Peran UMKM.....	29
2.7 Konsinyasi.....	31

2.8 Keuntungan Penjualan Konsinyasi.....	32
2.8 Bagi Komisioner (Consignee).....	33
2.9 Kekurangan Penjualan Konsinyasi .....	34
2.10 Akuntansi untuk Penjualan Konsinyasi .....	35
2.11 Metode Laba Terpisah .....	35
2.11 Metode Laba Tidak Terpisah Pencatatan.....	36
2.12 Pencatatan Oleh Komisioner (Consignee) .....	36
2.13 Distributor .....	37
2.14 Tipe saluran distribusi untuk barang industri.....	41
2.15 Rantai Pasokan .....	44
2.16 Tujuan dari pengukuran kinerja adalah: .....	46
BAB III.....	48
ORGANISASI.....	48
3.1 DESSERTKIE.....	48
3.2 Sejarah Deesertkie .....	49
3.3 Visi dan Misi Dari DESSERTKIE .....	49
3.4 STRUKTUR ORGANISASI .....	50
3.5 Kegiatan Usaha Deesertkie .....	51
BAB IV .....	52
PEMBAHASAN.....	52
4.1 Dessertkie.....	52
4.2 Aspek Pemasaran.....	52
4.2.1 Segmen Pasar,Target Pasar,Positioning .....	52
4.3 Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing .....	53
4.4 Media Social Untuk Mempromosi .....	55
4.5 Analisi SWOT usaha Dessertkie .....	55
4.5 Permasalahan Usaha .....	56
4.6 Businees Model Canva Dessertkie .....	56
4.7 Pembaharuan dan inovasi .....	57
4.7.1 Migrasi ke social media marketing .....	57
4.7.2 Manfaat dari social media .....	57

4.7.3 Pengenalan ads di media social .....	57
4.7.4 Manfaat dan penggunaan ads.....	57
4.8 Kesenambungan dan peningkatan.....	57
4.8.1 Inovasi Produk .....	58
4.8.2 Keunikan Produk .....	58
4.8.3 Pembahasan dan bukti mendukung.....	58
4.9 Alat dan bahan.....	59
4.10 HPP.....	60
4.11 Penjualan di bulan Oktober 2023 sampai Januari 2024.....	61
BAB V.....	63
PENUTUP .....	63
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	64
5.2.1 Saran bagi mahasiswa .....	64
5.2.2 Saran bagi Institut Sains dan Bisnis (ISB) Atmaluhur.....	64
5.2.3 Saran bagi Dessertkie .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65





## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 DessertKie Tahun 2022-2024 .....	8
Tabel 1. 2 Penjualan DessertKie Tahun 2022-2024 .....	9
Tabel 3. 1 Varian Rasa Dan Harga DessertKie .....	51
Tabel 4. 1 Analisis SWOT Usaha DessertKie .....	55
Tabel 4. 2 Business Model Canva DessertKie .....	56
Tabel 4. 3 Garafik penjualan Bulan Oktober 2023 Sampai Januari 2024.....	59
Tabel 4. 4 Alat Dan Bahan .....	59
Tabel 4. 5 Tabel HPP .....	60
Tabel 4. 6 Penjualan Bulan Oktober 2023 sampai Januari 2024.....	61



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi dessertKie .....	50
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Foto DessertKie .....	68
Lampiran 1. 2 Foto DessertKie .....	69
Lampiran 1. 3 Foto DessertKie .....	70
Lampiran 1. 4 Foto DessertKie .....	70
Lampiran 1. 5 Foto DessertKie .....	71
Lampiran 1. 6 Foto DessertKie .....	72
Lampiran 2 1 LogBook Minggu 1 Bulan Oktober .....	74
Lampiran 2 2 LogBook Minggu 2 Bulan Oktober .....	75
Lampiran 2 3 LogBook Minggu 3 Bulan Oktober .....	76
Lampiran 2 4 LogBook Minggu 4 Bulan Oktober .....	77
Lampiran 2 5 LogBook Minggu 1 Bulan November.....	78
Lampiran 2 6 LogBook Minggu 2 Bulan November.....	79
Lampiran 2 7 LogBook Minggu 3 Bulan November.....	80
Lampiran 2 8 LogBook Minggu 4 Bulan November.....	81
Lampiran 2 9 LogBook Minggu 1 Bulan Desember .....	82
Lampiran 2 10 LogBook Minggu 2 Bulan Desember .....	83
Lampiran 2 11 LogBook Minggu 3 Bulan Desember .....	84
Lampiran 2 12 LogBook Minggu 4 Bulan Desember .....	85
Lampiran 2 13 LogBook Minggu 1 Bulan Januari.....	86
Lampiran 2 14 LogBook Minggu 2 Bulan Januari .....	87
Lampiran 2 15 LogBook Minggu 3 Bulan Januari.....	88
Lampiran 2 16 LogBook Minggu 4 Bulan Januari.....	89