

RINGKASAN

PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN TOKO BATIK HOEFA

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

IHSAN FADHILLAH KAHFI

1119 31056

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN TOKO BATIK HOEFA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

IHSAN FADHILLAH KAIFI

Nomor Induk Mahasiswa: 111931056

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 1 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



Pembimbing

Deranika Ratna Kristiana, SE., M.Si., Ak., CA.

Penguji

Atika Jauharia Hatta, Dr., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 1 Juli 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Tujuan dari proposal ini yaitu mengaplikasikan teori akuntansi pengantar, kewirausahaan, komunikasi bisnis, bisnis digital, manajemen pengantar, dan manajemen keuangan serta menganalisis pengembangan bisnis dengan SWOT dan BMC di Toko Batik Hoefa. Toko Batik Hoefa belum pernah menerapkan sistem akuntansi dalam usahanya, Batik Hoefa biasanya hanya menggunakan sistem manual hanya mencatat transaksi harian tanpa menghitung total pemasukan dan pengeluaran bulanan padahal sistem akuntansi sangat penting bagi pelaku usaha kecil. Penulis melakukan praktik dan analisis kewirausahaan di Toko Batik Hoefa dan menemukan bahwa layanan tukar barang rusak meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran yang diterapkan, berdasarkan pendekatan 4P, memberikan hasil positif dan membantu bisnis penulis bersaing di pasar. Penerapan strategi ini, termasuk penciptaan merek dan produk baru seperti mukena, telah meningkatkan penjualan selama tiga bulan terakhir, terutama selama bulan puasa dan Idul Fitri. Produk baru ini mampu bersaing dengan produk dari penjual lain dengan memanfaatkan kejenuhan konsumen terhadap penjual lama. Selain itu, penerapan sistem informasi akuntansi berperan penting dalam pengembangan usaha, di mana sebelumnya penulis hanya fokus pada keuntungan tanpa pencatatan yang rapi. Dengan sistem informasi akuntansi, penulis dapat melakukan analisis data yang lebih baik dan mengambil langkah strategis yang tepat untuk mencapai laba yang diharapkan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Dalam sektor usaha, aktivitas penawaran dan permintaan dipengaruhi oleh keinginan konsumen dan kebutuhan yang dibagi menjadi primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer meliputi sandang, pangan, dan papan. Sandang, atau pakaian, dulunya dibuat dari kulit binatang, dedaunan, dan serat tumbuhan, namun kini telah berkembang menjadi kebutuhan yang tidak hanya fungsional tetapi juga mencerminkan budaya, kelas sosial, dan teknologi.

Batik Indonesia, sebagai pakaian tradisional, diakui UNESCO sebagai warisan budaya dunia pada tahun 2009. Batik memiliki motif unik seperti parang rusak, ceplok, dan nitik, dengan nilai sejarah tinggi. Pembuatan batik tulis yang manual membutuhkan waktu lama namun memiliki nilai jual tinggi karena keunikannya. Sebaliknya, batik printing yang dibuat dengan mesin lebih cepat dan murah.

Batik digunakan dalam berbagai acara resmi dan santai. Pakaian batik seperti daster populer karena kenyamanannya dan harganya yang terjangkau. Persaingan produsen menciptakan produk berkualitas dengan harga kompetitif. Strategi pemasaran penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen, termasuk melalui pasar tradisional dan online. Pandemi COVID-19 mengubah perilaku belanja konsumen, mempercepat pertumbuhan e-commerce, dan menantang pasar konvensional.

Batik Hoefa, berdiri sejak 1995, beralih ke pemasaran online selama pandemi untuk menghemat biaya operasional. Meskipun demikian, penjualan online memiliki tantangan seperti keamanan data dan keterbatasan teknis. Setelah era COVID-19, kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan dan produk lokal meningkat, memberikan peluang bagi industri batik.

Batik Hoefa, didirikan oleh Ibu Hoeriyah, kini diteruskan oleh anaknya, Salim. Berlokasi di Pasar Cinderamata Solo, Batik Hoefa masih mengandalkan pemasaran konvensional dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

digital. Digitalisasi pemasaran memungkinkan UKM batik memperluas jangkauan hingga mancanegara. Metode pembayaran non-tunai juga mulai diterapkan.

Batik Hoefa belum menerapkan sistem akuntansi, hanya mencatat transaksi harian. Padahal, sistem akuntansi penting untuk pencatatan lengkap transaksi dan pengambilan keputusan penting bagi UKM.

Produk

Pasar Daster Batik

Pasar beroperasi berdasarkan hukum penawaran dan permintaan, di mana harga barang atau jasa akan ditentukan oleh interaksi antara penawaran dari produsen dan permintaan dari konsumen tergantung pada faktor-faktor seperti demografi, gaya hidup, budaya, dan tren mode di suatu wilayah. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang ada dan terus mengikuti tren juga kebutuhan konsumen, bisnis daster batik memiliki potensi untuk berkembang dan menghasilkan keuntungan yang signifikan di pasar yang tepat.

Selain di pasar lokal, daster batik juga semakin diminati di pasar ekspor. Ini memberikan peluang besar bagi produsen dan desainer lokal untuk memperluas pangsa pasar mereka di tingkat global. Tren-tren ini menunjukkan bahwa daster batik memiliki potensi untuk terus berkembang sebagai bagian dari industri mode Indonesia, dengan menawarkan produk yang tidak hanya indah secara estetika, tetapi juga memadukan nilai-nilai budaya dan kenyamanan bagi konsumen.

Desainer dan produsen mode terus berinovasi dalam desain daster batik untuk menarik minat konsumen yang lebih luas. Mereka menciptakan berbagai model, potongan, dan gaya daster batik yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen modern. Ketika selebriti atau tokoh masyarakat terkenal memakai daster batik dalam acara-acara publik atau media sosial, hal ini dapat mempengaruhi tren mode dan meningkatkan popularitas daster batik di kalangan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

masyarakat umum. paya untuk meningkatkan kualitas dan citra daster batik juga membantu meningkatkan minat konsumen. Peningkatan kualitas produksi, bahan yang digunakan, dan desain yang menarik dapat membuat daster batik menjadi pilihan yang lebih menarik bagi konsumen.

Daster Batik

Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu proses produksi dan diperjualbelikan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Batik Hoefa menawarkan berbagai macam model daster batik seperti daster batik kelelawar, daster batik rempel, daster batik jumbo, daster batik kencana ungu, dan masih banyak model daster batik lainnya. Batik Hoefa selalu memperhatikan persediaan barang setiap modelnya supaya tidak terjadi kekosongan stok persediaan karena banyak konsumen yang melakukan pembelian di setiap harinya.

Produk




Tabel 2. 1 Daftar Produk Batik Hoefa

Barang	Harga pokok	Harga jual
	Rp34.500	Rp37.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

 <p>Chibi</p>	Rp39.500	Rp42.000
 <p>Daster Cipir</p>	Rp26.000	Rp28.000
 <p>Ibu K</p>	Rp24.000	Rp26.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

 <p><i>Daster Klok Rempel</i></p> <p>Rayon premium - ada saku - busu</p> <p>A woman is standing next to a rack of colorful daster dresses. She is wearing an orange daster with a floral pattern. The rack has several other daster dresses in various colors and patterns.</p>	Rp35.500	Rp38.000
 <p><i>Daster Nia</i></p> <p>Rayon premium - ada saku - busu</p> <p>A woman is standing next to a rack of colorful daster dresses. She is wearing a yellow daster with a floral pattern. The rack has several other daster dresses in various colors and patterns.</p>	Rp35.500	Rp38.000
 <p><i>Daster Syahna</i></p> <p>Rayon premium - tidak luntur - adem</p> <p>A woman is standing next to a rack of colorful daster dresses. She is wearing a green daster with a floral pattern. The rack has several other daster dresses in various colors and patterns.</p>	Rp46.500	Rp49.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

 <p>Kulot K</p>	Rp31.500	Rp34.000
 <p>Abaya</p>	Rp 68.000	Rp70.000
 <p>Batik Anak</p>	Rp7.500	Rp10.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Rp68.000	Rp70.000
Mukena Batik		

Lokasi Batik Hoefa

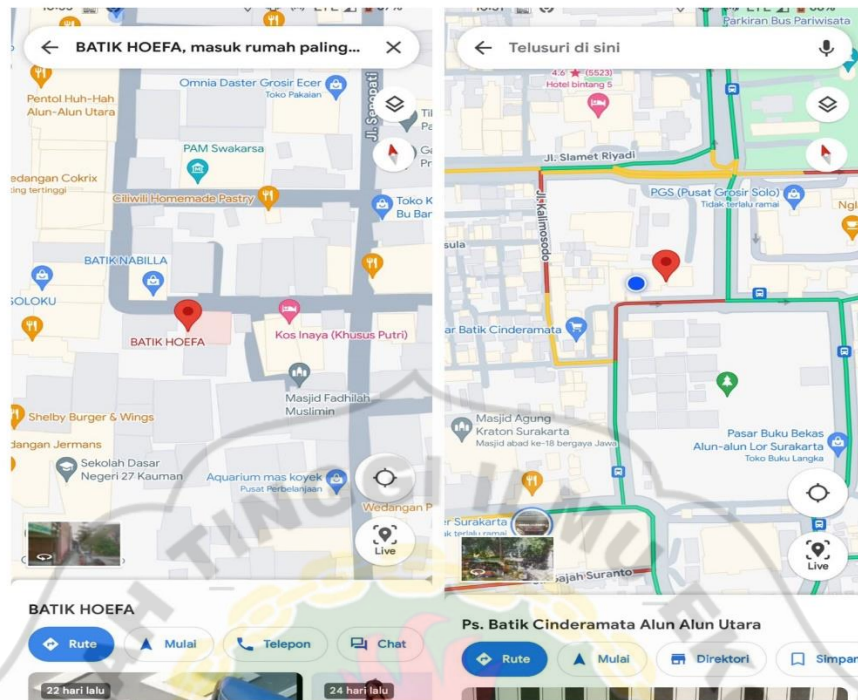
Lokasi Batik Hoefa berada di Pasar Batik Cinderamata Solo dekat Alun-alun Utara dan Gudang tempat menyimpan berada di Kedung Lumbu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



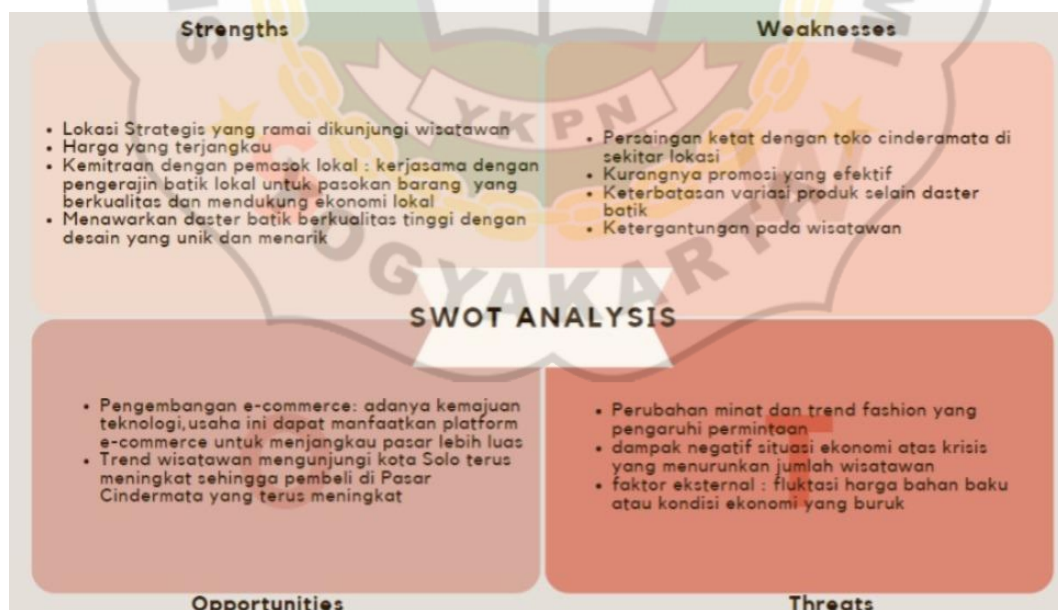
Gambar 2. 1 Lokasi Batik Hoefa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

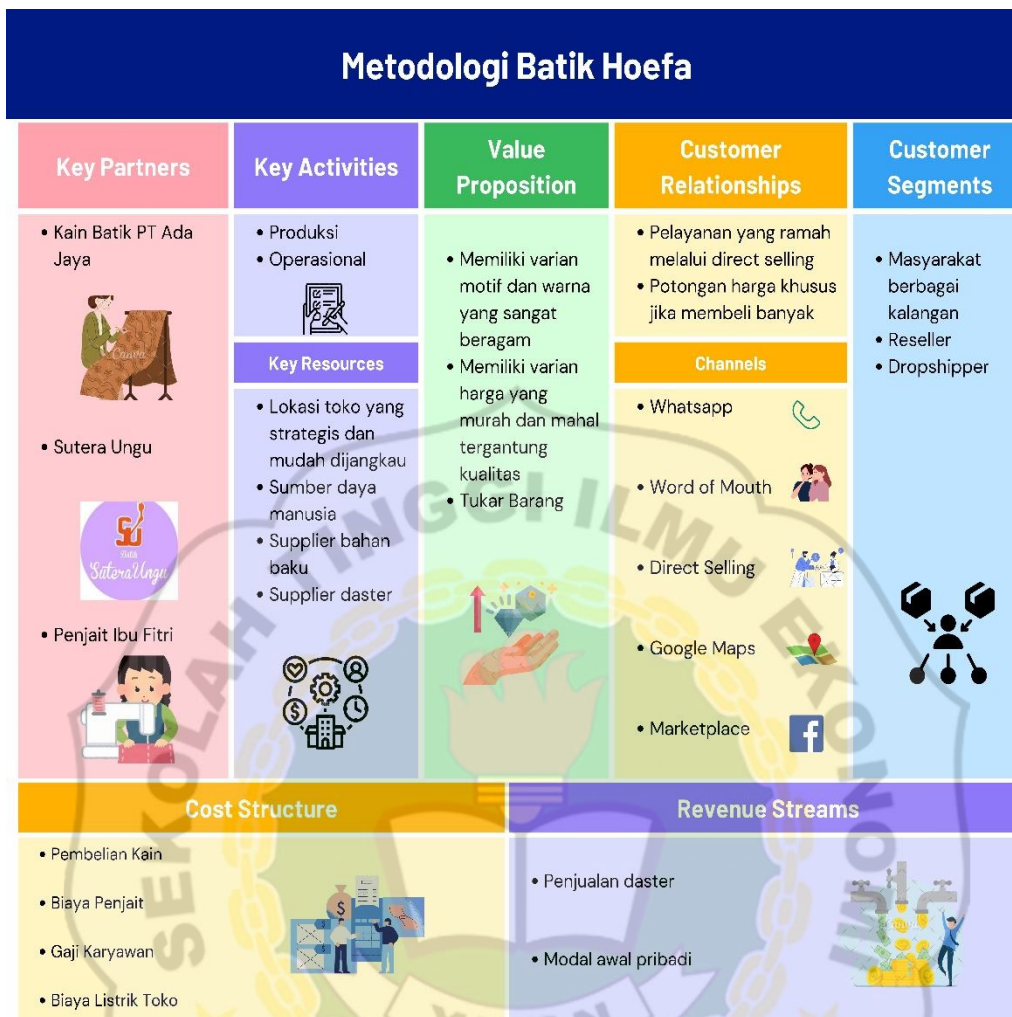


Gambar 2. 2 Lokasi *Google Maps*

Analisis SWOT dan BMC



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Inovasi Produk

Inovasi penulis yang dijalankan adalah membuat produk baru selain daster yaitu mukena, hal ini dikarenakan untuk menyambut bulan Ramadhan. Langkah ini penulis ambil untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang mencari mukena dengan motif batik, selain motif batik ada juga motif polos agar pelanggan memiliki pilihan yang beragam sekaligus memperluas variasi produk yang ditawarkan. Inovasi kedua yang penulis lakukan adalah memberikan garansi bagi produk cacat untuk ditukarkan maksimal 14 hari, hal ini penulis lakukan untuk mendapatkan kepercayaan dari semua pelanggan Batik Hoefa dan memastikan kepuasan pelanggan terhadap produk yang dibeli. Dengan adanya garansi ini, penulis mengharapkan pelanggan akan memberikan umpan balik yang positif dan menciptakan pemasaran *Word of Mouth* yang efektif, hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan tetapi juga membuat reputasi Batik Hoefa sebagai penyedia produk batik yang berkualitas dan terpercaya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Pemasaran

Dalam memasarkan produk pakaian daster batik maka penulis menggunakan strategi 4P yang terdiri dari *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Langkah pertama adalah penulis mencari dan mengidentifikasi produk yang akan dijual. Penulis memilih produk daster motif batik karena berawal dari bisnis keluarga sejak tahun 1995 sehingga memudahkan penulis dalam meneruskan usaha daster motif batik dan menjalankannya, lalu daster sendiri diminati berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa karena bahan dan modelnya yang nyaman untuk melakukan aktifitas harian maupun untuk pakaian istirahat, dan kenapa penulis memilih daster bermotif batik karena batik mencerminkan budaya kebanggaan kita semua terhadap Indonesia. Batik sendiri memiliki banyak motif dan warna yang bisa dipadukan menjadi berbagai desain daster yang unik dan menarik. Langkah kedua penulis menentukan harga yang sebanding dengan harga kompetitor di pasar. Strategi ini berguna untuk menarik pelanggan yang sensitif terhadap harga, salah satu strategi penulis adalah membuat harga grosir yang artinya setiap pembelian minimal lima potong akan mendapatkan potongan harga sehingga membuat konsumen berbelanja lebih banyak untuk mendapat potongan harga.

Selanjutnya langkah ketiga pemilihan tempat yang strategis sangat berpengaruh terhadap aksesibilitas pelanggan, distribusi produk, dan pengalaman berbelanja di pasar tradisional. Penulis memilih lokasi yang berada di pusat kota dekat dengan tempat wisata Kraton Surakarta dan Alun-alun pusat kota menjadikan Pasar Cinderamata sebagai lokasi yang sangat strategis di kunjungi oleh turis lokal maupun mancanegara, dan lokasi yang mudah diakses oleh berbagai moda transportasi baik umum maupun pribadi juga membuat toko sangat mudah dijangkau oleh pelanggan. Langkah terakhir penulis yaitu promosi, penulis meyakini bahwa promosi secara *Word of Mouth* dan *Direct selling* masih menjadi strategi pemasaran yang efektif saat ini terutama untuk UKM Batik Hoefa karena memiliki toko fisik. Penulis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memastikan setiap pelanggan mendapatkan pengalaman berbelanja yang positif atau menyenangkan seperti pelayanan yang ramah, dan pengetahuan produk yang baik sehingga membuat kesan yang positif di kalangan pembeli baru maupun pembeli lama sejak almarhum ibu Hoeriyah. Seiring berkembangnya teknologi penulis juga memanfaatkan teknologi *social media* untuk mempromosikan Batik Hoefa melalui *Google Maps* dan *Facebook Marketplace* agar menjangkau pasar yang lebih luas.

Dengan menerapkan strategi 4P ini penulis mendapatkan timbal balik yang cukup positif terhadap praktik kewirausahaan yang penulis jalankan selama ini. Hasil yang penulis jalankan membuat merk dan produk bias di terima oleh para pembeli dan juga membuat penjualan meningkat dan berkembang.

Manajemen Produksi

Manajemen Produksi menjadi hal utama dalam operasional bisnis Batik Hoefa, pemasok kain batik adalah komponen penting dalam rantai pasokan produksi. Batik Hoefa memiliki dua pemasok utama yaitu Sutera Ungu dan CV Ada Jaya yang memiliki keunggulan masing-masing. Toko Sutera Ungu merupakan pemasok kain batik yang dimiliki oleh kerabat *owner* Batik Hoefa, toko Sutera Ungu menyediakan kain batik yang bermotif lembut dengan warna-warna yang pucat dan harga yang relatif lebih murah daripada CV Ada Jaya. CV Ada Jaya menjual kain batik dengan motif yang lebih rumit dan warna-warna yang lebih mencolok, perbedaan harga kain batik kedua toko tersebut dikarenakan kain yang berasal dari toko Sutera Ungu memiliki warna-warna yang pucat yaitu hanya membutuhkan sedikit pewarnaan dalam proses pembuatan kainnya sehingga membuat harga penjualan kainnya relatif lebih murah, dan juga sebaliknya CV Ada Jaya menjual kain batik dengan harga yang lebih tinggi dikarenakan motifnya yang lebih rumit dan warna-warna yang lebih mencolok sehingga proses pembuatan kain batik mereka membutuhkan bahan pewarnaan yang lebih banyak. Berikut penulis lampirkan contoh perbedaan motif dan warna kain batik CV Ada Jaya dan Toko Sutera Ungu.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 4. 1 Kain Batik Ada Jaya



Gambar 4. 2 Kain Batik Sutera Ungu

Untuk urusan menjahit penulis bekerja sama dengan Billa Collection, yaitu maklon yang berlokasi di Sukoharjo untuk mengolah kain batik menjadi produk jadi. Alasan penulis memilih bekerja sama dengan Billa Collection adalah karena beliau menawarkan biaya jahit yang sangat kompetitif yaitu empat ribu rupiah per potong dengan minimal menjahit lima ratus baju. Biaya ini sudah mencakup semua aksesoris yang dibutuhkan, seperti kancing, karet, dan plastik untuk kemasan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 4. 3 Proses Menjahit

Manajemen Keuangan

Tabel 4. 1 Biaya Modal Kerja Batik Hoefa

Biaya Modal Kerja				
Komponen	Harga	Jumlah	Satuan	Total
Biaya Modal Kerja Bulan Februari 2024				
Biaya Bahan Baku				
Biaya Kain Sutera Ungu	1.600.000	18	seri	Rp28.800.000
Biaya Kain CV Ada Jaya	1.700.000	8	seri	Rp13.600.000
Pembelian Mukena Jumbo	59.000	170	potong	Rp10.030.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp52.430.000
Biaya Bahan Penolong				
Plastik Kresek Hitam	12.000	3	pcs	Rp36.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp36.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya Overhead				
Biaya Maklon dan Aksesoris	4.000	1556	potong	Rp6.224.000
Total Biaya Overhead				Rp6.224.000
Biaya Administrasi				
Biaya Listrik dan Retribusi	180.000	1	Bulan	Rp180.000
Biaya Gaji Mba Endang	2.500.000	1	Bulan	Rp2.500.000
Biaya Gaji Mba Ria	2.000.000	1	Bulan	Rp2.000.000
Total Biaya Administrasi				Rp4.680.000

Biaya Modal Kerja				
Komponen	Harga	Jumlah	Satuan	Total
Biaya Modal Kerja Bulan Februari 2024				
Biaya Bahan Baku				
Biaya Kain Sutera Ungu	1.600.000	32	seri	51.926.752
Biaya Kain CV Ada Jaya	1.700.000	7	seri	12.352.641
Pembelian Mukena Jumbo	1.600.000	12	seri	19.200.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp83.479.393
Biaya Bahan Penolong				
Plastik Kresek Hitam	12.000	3	pcs	36.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp36.000
Biaya Overhead				
Biaya Maklon dan Aksesoris	4.000	2.344	potong	9.376.000
Biaya Maklon Mukena	5.000	363	potong	1.815.000
Total Biaya Overhead				Rp11.191.000
Biaya Administrasi				
Biaya Listrik dan Retribusi	180.000	1	Bulan	180.000
Biaya Gaji Mba Endang	2.500.000	1	Bulan	2.500.000
Biaya Gaji Mba Ria	2.000.000	1	Bulan	2.000.000
Total Biaya Administrasi				Rp4.680.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya Modal Kerja				
Komponen	Harga	Jumlah	Satuan	Total
Biaya Modal Kerja Bulan April 2024				
Biaya Bahan Baku				
Biaya Kain Sutera Ungu	1.600.000	35	seri	56.794.885
Biaya Kain CV Ada Jaya	1.700.000	6	seri	10.587.978
Biaya Kain Mukena	1.600.000	2	seri	3.200.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp70.582.863
Biaya Bahan Penolong				
Plastik Kresek Hitam	12.000	2	pcs	24.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp24.000
Biaya Overhead				
Biaya Maklon	4.000	2.462	potong	9.848.000
Total Biaya Overhead				Rp9.848.000
Biaya Administrasi				
Biaya Listrik dan Retribusi	180.000	1	Bulan	180.000
Biaya Gaji Mba Endang	2.500.000	1	Bulan	2.500.000
Biaya Gaji Mba Ria	2.000.000	1	Bulan	2.000.000
Total Biaya Administrasi				Rp 4.680.000

Pada bulan Februari penulis mencoba menjual produk baru yaitu mukena tetapi belum berani membuat sendiri sampai akhirnya terjadi permintaan yang cukup signifikan sehingga penulis memberanikan diri untuk memproduksi mukena sendiri untuk persediaan bulan maret karena mendekati puasa. Modal kerja yang penulis kelola dalam 3 bulan adalah Rp 245.529.000

Tabel 4. 2 Biaya Pendapatan Penjualan

Komponen	Bulan		
	Februari	Maret	April
Daster	54.756.000	87.438.000	88.040.000
Mukena	15.450.000	22.762.500	2.820.000
Total Pendapatan	Rp70.206.000	Rp110.200.500	Rp90.860.000

Biaya pendapatan penjualan Batik Hoefa dalam tiga bulan adalah Rp 271.266.500

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4. 3 Harga Pokok Penjualan

Komponen	Bulan		
	Februari	Maret	April
Biaya Bahan Baku	52.430.000	82.300.000	69.400.000
Biaya Bahan Penolong	36.000	36.000	24.000
Biaya Overhead	6.224.000	11.191.000	9.848.000
Total HPP	Rp58.690.000	Rp93.527.000	Rp79.272.000

Biaya Harga Pokok Penjualan yang dikeluarkan Batik Hoefa selama tiga bulan adalah Rp 231.489.000

Tabel 4. 4 Laporan Laba Rugi

Komponen	Bulan		
	Februari	Maret	April
Pendapatan Penjualan	70.206.000	110.200.500	90.860.000
HPP	58.690.000	93.527.000	79.272.000
Laba Operasi	11.516.000	16.673.500	11.588.000
Biaya Administrasi	4.680.000	4.680.000	4.680.000
Laba	Rp6.836.000	Rp11.993.500	Rp6.908.000

Laba yang didapatkan oleh Batik Hoefa selama tiga bulan adalah Rp 25.737.500

Berikut prediksi Laporan Laba Rugi selama 5 tahun kedepan dengan asumsi-asumsi sebagai berikut,

1. Peningkatan penjualan yang ditargetkan sebesar 15-20% per tahun, dengan mempertahankan konsumen lama dan mencari peluang pasar/konsumen baru, diversifikasi produk dengan menambah ragam produk, mengikuti event tahunan yang diadakan oleh pemerintah daerah, memanfaatkan moment tahunan perayaan keagamaan, libur tahunan dan lain-lain.
2. Inflasi yang merupakan kenaikan harga barang dan jasa dalam kurun waktu tertentu yang tidak dapat dihindari.
3. Kenaikan biaya baik itu biaya langsung yang mempengaruhi harga pokok penjualan maupun biaya tidak langsung seperti biaya umum dan administrasi, penulis menetapkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

batas kenaikan biaya tidak lebih dari 13% (dibawah target prosentase peningkatan penjualan).

Biaya bahan baku sebesar Rp1.600.000,00 per-roll dengan kenaikan harga tidak lebih dari 10% harus dipertahankan. Membuka peluang kerja sama dengan pemasok bahan baku lain dengan kualitas dan minimal harga yang sama atau lebih murah merupakan salah satu cara menstabilkan HPP.

Sama hal-nya dengan biaya jasa maklon yang diasumsikan akan terjadi peningkatan maka peningkatan tersebut ditetapkan tidak lebih dari 10%. Perusahaan harus terus memperluas jaringan kerja dan membina hubungan baik dengan banyak usaha jasa maklon sehingga mampu mengurangi ketergantungan kepada salah satu jasa maklon tersebut, lalu kesejahteraan pegawai juga perlu mendapatkan perhatian dan peningkatan. Kenaikan gaji, THR, pemberian bonus atas prestasi dan loyalitas perlu diberikan dan diperhitungkan untuk mereka,

Tabel 4. 5 Laporan Prediksi Laba Rugi

Laporan Laba Rugi	Data yang Penulis dapatkan saat praktek			Prediksi	
	Feb-24	Mar-24	Apr-24	2024	
Penjualan	70.206.000	110.200.500	90.860.000	1.064.849.833	
Harga Pokok Produksi					
Biaya Bahan Baku	52.430.000	82.300.000	69.400.000	800.906.667	
Biaya Bahan Penolong	36.000	36.000	24.000	388.000	
Biaya Produksi	6.224.000	11.191.000	9.848.000	106.188.333	
Jumlah HPP	58.690.000	93.527.000	79.272.000	87%	907.483.003
Laba Operasi	11.516.000	16.673.500	11.588.000	13%	157.366.831
Biaya Umum dan Administrasi					
Biaya Promosi				400.000	
Biaya Komunikasi				800.000	
Biaya Transportasi				2.000.000	
Biaya Gaji Pegawai	4.500.000	4.500.000	4.500.000	54.000.000	
Biaya Listrik & Retribusi	180.000	180.000	180.000	2.160.000	
Biaya Alat Tulis Kantor dan Percetakan				240.000	
Biaya Lain-lain				800.000	
Jumlah Biaya Umum dan Administrasi	4.680.000	4.680.000	4.680.000	5%	60.400.000
Laba sebelum Pajak	6.836.000	11.993.500	6.908.000	8%	96.966.831
Pajak 0.5%					484.834
Laba Bersih	6.836.000	11.993.500	6.908.000		96.481.997
Produk yang dihasilkan	1.556	2.707	2.462		25.881
HPP per produk	37.719 Rp	34.550 Rp	32.198 Rp		35.064 Rp

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Laporan Laba Rugi												
Prediksi												
	2024		2025		2026		2027		2028	2029		
Penjualan	1.064.849.833		1.277.819.800	120%	1.469.492.770	115%	1.689.916.686	115%	1.943.404.188	115%	2.234.914.817	115%
Harga Pokok Produksi												
Biaya Bahan Baku	800.906.667		808.915.733		809.724.649		810.534.374		811.344.908		812.156.253	
Biaya Bahan Penolong	388.000		391.880		392.272		392.664		393.057		393.450	
Biaya Produksi	106.188.333		119.992.817		133.192.027		146.511.229		159.697.240		172.473.019	
Jumlah HPP	907.483.003	85%	929.300.430	73%	943.308.947	64%	957.438.267	57%	971.435.205	50%	985.022.722	44%
Lab Operasi	157.366.831	15%	348.519.370	27%	526.183.823	36%	732.478.418	43%	971.968.984	50%	1.249.892.095	56%
Biaya Umum dan Administrasi												
Biaya Promosi	400.000		1.320.000		1.320.000		1.320.000		1.320.000		1.320.000	
Biaya Komunikasi	800.000		1.200.000		1.200.000		1.200.000		1.200.000		1.200.000	
Biaya Transportasi	2.000.000		3.300.000		3.300.000		3.300.000		3.300.000		3.300.000	
Biaya Gaji Pegawai	54.000.000		64.350.000		70.200.000		76.050.000		81.900.000		87.750.000	
Biaya Listrik & Retribusi	2.160.000		2.376.000		2.376.000		2.376.000		2.376.000		2.376.000	
Biaya Alat Tulis Kantor dan Percetakan	240.000		300.000		300.000		300.000		300.000		300.000	
Biaya Lain-lain	800.000		1.200.000		1.200.000		1.200.000		1.200.000		1.200.000	
Jumlah Biaya Umum dan Administrasi	60.400.000	6%	74.046.000	6%	79.896.000	5%	85.746.000	5%	91.596.000	5%	97.446.000	4%
Laba sebelum Pajak	96.966.831	9%	274.473.370	21%	446.287.823	30%	646.732.418	38%	880.372.984	45%	1.152.446.095	52%
Pajak 0.5%	484.834		1.372.367		2.231.439		3.233.662		4.401.865		5.762.230	
Laba Bersih	96.481.997		273.101.003		444.056.383		643.498.756		875.971.119		1.146.683.864	
Produk yang dihasilkan	25.881 potong		26.665 potong		26.638 potong		26.638 potong		26.616 potong		26.534 potong	
HPP per produk	35.064 Rp		34.851 Rp		35.412 Rp		35.942 Rp		36.498 Rp		37.123 Rp	

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). *Rasio Wirausaha di Indonesia (Februari 2013-Agustus 2023)*. Databoks.
- Akmal, N. H., & Arifa, C. (2023). Resiliensi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Pengusaha Batik di Daerah Istimewa Yogyakarta). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 11(1), 1–34. <https://doi.org/10.22146/abis.v11i1.82078>
- Arifin, M. (2017). Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi. *EDUTECH Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 117–132.
- Ariyani, N. I., & Nurcahyo, O. H. (2014). Mahasiswa Pascasarjana Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret, 57126. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(April), 1–12.
- Aulia, V. I., Kadang, J., & Adda, H. W. (2023). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Keberlanjutan Usaha Toreko. *Jurnal Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(2), 245–257.
- Faiq, S., Rizal, M., & Tahir, R. (2021). Analisis Manajemen Operasional Perusahaan Multinasional. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 135–143.
- Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State Journal of International Studies*, 1(1), 61–90. <https://doi.org/10.24076/nsjjs.2018v1i1.90>
- Larasati, F. U., Aini, N., Hery, A., & Irianti, S. (2021). Proses Pembuatan Batik Tulis Remekan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

di Kecamatan Ngantang. *Prosiding Pendidikan Tata Boga Busana*, 8.

- Nur'aeni, N. N., Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2024). Dampak Fenomena E-Commerce Pada Tingkat Penjualan Di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi Dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 270. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12146>
- Priliasari, E. (2023). PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MENURUT PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA (Legal Protection of Consumer Personal Data in E-Commerce According To Laws dan Regulations in Indonesia). *Jurnal Rechts Vinding*, 12(2), 261–279.
- Rosmadi, M. L. N. (2014). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41714-6_21564
- Santika, V. (2022). Pengaruh Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Melalui Produk Minyak Goreng Fortune Melalui Brand Image. *Proceeding Seminar Nasional Bisnis*, 2(4), 13–25.
- Sawalti, V., & Nugroho, H. (2023). Model Pencatatan Transaksi dan Pelaporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM (Studi Kasus UMKM Kedai Kopi XYZ Kota Bekasi). *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 4(1).
- Sucahyowati, H. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management). *Majalah Ilmiah Gema Maritim*, 13(1), 20–28. <https://doi.org/10.37612/gema-maritim.v13i1.19>
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 952–962.
- Wijayanti, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT*. Yogyakarta: Quadran.