

**STRATEGI KEUANGAN AKSESORIS BERBUDAYA  
MELALUI RESIN (ABERASI)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**AFDA WIDYANTI NASUTION  
17.832.0092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2020**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)20/12/21

**STRATEGI KEUANGAN AKSESORIS BERBUDAYA  
MELALUI RESIN (ABERASI)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**AFDA WIDYANTI NASUTION  
17.832.0092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2020**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)20/12/21

**STRATEGI KEUANGAN AKSESORIS BERBUDAYA  
MELALUI RESIN (ABERASI)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area**



**OLEH :**

**AFDA WIDYANTI NASUTION  
178320092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2020**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)20/12/21

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Strategi Keuangan Aksesoris Berbudaya Melalui Resin  
(ABERASI)  
Nama : **AFDA WIDYANTI NASUTION**  
NPM : 17.832.0092  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



**(Ir. M. Yamin Siregar, MM)**

Pembimbing

Mengetahui :



**(Dr. Rizca Amelia, SE., M.Si)**

Ka. Prodi



**(Wan Rizca Amelia, SE., M.Si)**

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 24/Juni/2021

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTIGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AFDA WIDYANTI NASUTION  
NPM : 178320092  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul Strategi Keuangan Aksesories Berbudaya Melalui Resin (ABERASI) beserta perangkat ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan  
Pada Tanggal: 24 Juni 2021



**Afda Widyanti Nasution**  
NPM : 178320092

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang telah saya susun ini sebagai syarat memperoleh gelar sarjana, merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah. Saya menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

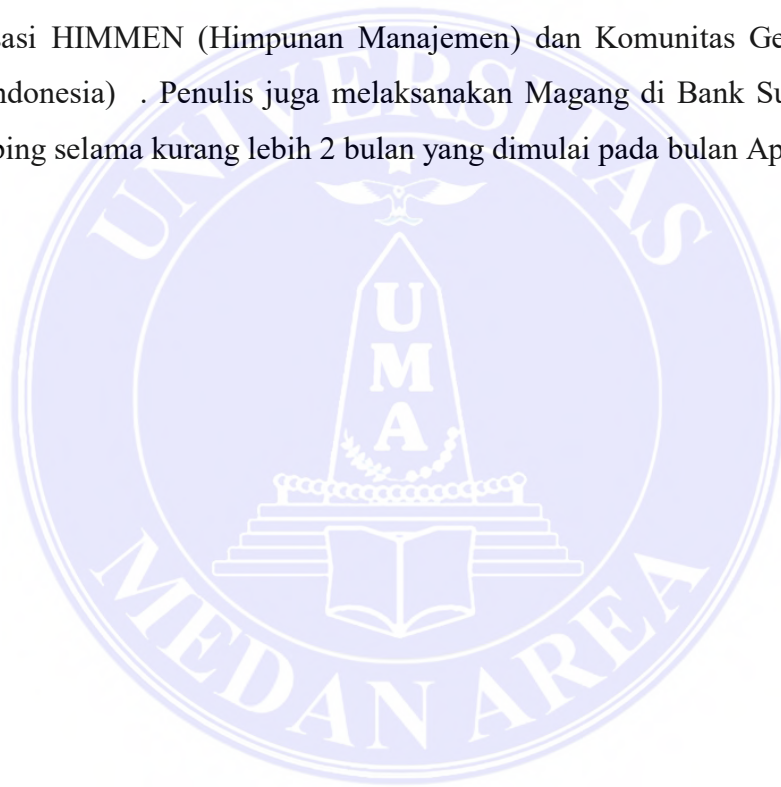
Medan, 24 Juni 2021



**Afda Widyanti Nasution**  
**NPM : 178320092**

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tanjung Morawa Pada tanggal 9 bulan April tahun 1999 dari ayah Julham Junaidi Nasution dan ibu Laini. Penulis merupakan anak tunggal. Tahun 2012 penulis lulus dari SD Swasta Pelita dan masuk SMPN 1 Tanjung Morawa. Pada tahun 2017 Penulis lulus dari SMK Swasta Nur Azizi dan pada tahun 2017 juga terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Selama mengikuti perkuliahan, penulis lolos pendanaan KBMI tahun 2020 dengan produk ABERASI (Aksesoris berbudaya melalui resin) serta menjadi penerima Beasiswa Bank Indonesia dan tergabung di organisasi HIMMEN (Himpunan Manajemen) dan Komunitas Genbi (Generasi Baru Indonesia) . Penulis juga melaksanakan Magang di Bank Sumut KCP Sei Sikambing selama kurang lebih 2 bulan yang dimulai pada bulan April 2021.



## ABSTRAK

### Strategi Keuangan Aksesoris Berbudaya melalui Resin (ABERASI)

Kerajinan tangan menjadi salah satu penyumbang devisa negara sebesar USD 892 juta (sekitar Rp 12,48 triliun) pada tahun 2019, hal ini tentu sangat baik bagi negara, namun kerajinan tangan di Indonesia masih memiliki banyak kekurangan salah satunya yaitu tidak tahan lama, oleh sebab itu peneliti membuat ABERASI, aksesoris berbahan dasar resin yang lebih mampu untuk bertahan lama serta dapat membuat aksesoris tampak lebih indah. Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ABERASI merupakan bisnis yang layak untuk dijalankan dengan mempertimbangkan penjualan, *Return On Asset (ROA)*, *Return On Investment (ROI)*, dan *Payback Period (PP)* dengan metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dan teknik pengambilan sample (informan) yaitu *snowball sampling* serta teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan ABERASI sebesar 152 unit perbulan, ROA sebesar 58% lebih besar dari standart industri yaitu 5,98% yang berarti layak dijalankan, ROI sebesar 153% lebih besar dari standar industri 30% yang berarti layak dijalankan, serta PP yaitu 6 bulan lebih besar dari 1 tahun (umur ekonomis) yang juga berarti layak. Maka dapat disimpulkan bahwa bisnis ABERASI layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci : ABERASI, Penjualan, Keuntungan**



## ABSTRACT

### FINANCIAL STRATEGY OF CULTURED ACCESSORIES THROUGH RESIN (ABERASI)

*Handicrafts are one of the contributors to the country's foreign exchange amounting to USD 892 million (approximately Rp 12.48 trillion) in 2019, this is certainly very good for the country, but handicrafts in Indonesia still have many shortcomings, one of which is not durable, that's why the researchers made ABERASI, resin-based accessories that are more durable and can make accessories look more beautiful. This study aims to see whether ABERASI is a viable business to run by considering sales, Return On Assets (ROA), Return On Investment (ROI), and Payback Period (PP). The research methods used are qualitative methods and sampling techniques. (informants) namely snowbal sampling and data collection techniques using questionnaires, interview and documentation. The results show that ABERASI sales are 152 units per month, ROA is 58% greater than the industry standard, which is 5.98% which means it is feasible to run, ROI is 153% greater than the industry standard is 30% which means it is feasible to run, and PP is 6 month is greater than 1 year (economic age) which also means it is feasible. So it can be concluded that the ABERASI business is feasible to run.*

**Keywords: ABERASI, Sales, Profit**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Keuangan Aksesoris Berbudaya Melalui Resin ( ABERASI)**” sebagai syarat mencapai gelar strata-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak lain maka daripada itu penulis sepenuhnya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ke-dua orangtua penulis (Bapak Julham Junaidi Nasution dan Ibu Laini) yang sudah mendukung serta mengizinkan penulis untuk kuliah dan mencurahkan segala perhatian kepada penulis serta mendukung setiap keputusan yang telah penulis pilih.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area yang sudah memberikan kesempatan mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan strata-1 di Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ihsan Effendi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Binis sekaligus pembimbing yang sudah memberikan masukan pada skripsi saya untuk lebih baik lagi.
4. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM. selaku Wakil Dekan 3 Bidang Kemahasiswaan sekaligus Dosen Pembimbing dalam menyusun skripsi ini dari awal hingga akhir.
5. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang senantiasa menginformasikan kepada mahasiswa terkait keperluan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku sekretaris dalam seminar yang sudah dilakukan dari seminar awal hingga akhir.
7. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Wakil Dekan 1 bidang akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Haryaji Catur Putera Hasnan, SE,M.Si Selaku Sekretaris Program Studi manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

9. Seluruh Dosen yang telah memberi banyak ilmu kepada mahasiswa dan Staf akademik fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang sudah membantu dan melayani mahasiswa dalam setiap keperluan kemahasiswaan dari semester satu hingga semester delapan.
10. Para sahabat penulis yang sudah memberi warna pada kehidupan penulis sampai hari ini ,terutama kiki anggraini, Siti khodijah dan Tri astuti yang sering penulis sulitkan semasa kuliah.
11. Tim ABERASI yaitu Muhammad Aji Septian dan Siti Khodijah yang memberi kesempatan pada penulis untuk bisa lolos pendanaan KBMI.
12. Seluruh teman kelas Bilingual Stambuk 2017 yang sudah berjuang bersama-sama untuk mencapai satu tujuan menyelesaikan pendidikan Strata-1 Manajemen .
13. Dan seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini.

Dengan persetujuan Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan dan balasan atas jasa budi yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat kepada pihak yang memerlukan dan mohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang dimiliki dalam skripsi ini.

Medan , 24 Juni 2021



**Afda Widyanti Nasution**  
**17.832.0092**

## Daftar Isi

	Halaman
<b>Halaman Pengesahan .....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Pernyataan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pernyataan Publikasi .....</b>	<b>iii</b>
<b>Riwayat Hidup.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>v</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>ix</b>
<b>Taftar Tabel.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 <i>Noble Purpose</i> .....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Bisnis .....	5
2.2 Strategi Keuangan.....	5
2.3 Laporan Keuangan.....	6
2.3.1 Laporan Laba Rugi .....	8
2.3.2 Laporan Neraca.....	10
2.3.3 Laporan Arus Kas .....	12
2.4 Penganggaran Modal .....	14
2.4.1 Titk Pulang Pokok .....	15
2.4.2 ROA dan ROI .....	16
2.4.3 Payback Periode .....	17
2.5 Bisnis Model Canvas .....	18
2.5.1 Sembilan Elemen Bisnis Model Canvas.....	19
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis , Lokasi, dan Waktu Penelitian .....	24
3.1.1 Jenis Penelitian .....	24
3.1.2 Lokasi Penelitian .....	24
3.1.3 Waktu Penelitian.....	25
3.2 Subject dan Sumber Data .....	25
3.2.1 Subject .....	25
3.2.2 Sumber Data .....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	26

## **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1 Biaya .....	28
4.1.1 Biaya Alat Bantu.....	28
4.1.2 Biaya Operasional.....	28
4.1.3 Biaya Bahan Baku .....	29
4.2 Harga Pokok Penjualan .....	30
4.3 Penjualan .....	31
4.4 Laporan Keuangan.....	33
4.4.1 Laporan Laba Rugi .....	33
4.4.2 Laporan Neraca.....	33
4.4.3 Laporan Arus Kas .....	35
4.5 Penganggaran Modal .....	36
4.5.1 Titik Pulang Pokok .....	36
4.5.2 ROA dan ROI .....	37
4.5.3 <i>Payback Periode</i> .....	38
4.5.4 Proyeksi Penjualan ABERASI.....	39
4.6 Bisnis Model Canvas ABERASI.....	41
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>

## Daftar Tabel

Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	
Tabel 4.1	Biaya Alat Bantu.....	28
Tabel 4.2	Biaya Operasional.....	29
Tabel 4.3	Tabel Biaya Bahan Baku.....	29
Tabel 4.4	Harga Pokok Penjualan ABERASI.....	30
Tabel 4.5	HPP Kaberasi.....	30
Tabel 4.6	HPP Gaberasi.....	31
Tabel 4.7	HPP Taberasi.....	31
Tabel 4.8	HPP Saberasi.....	32
Tabel 4.9	Penjualan ABERASI (unit) tahun 2020.....	32
Tabel 4.10	Penjualan ABERASI (rupiah) tahun 2020.....	32
Tabel 4.11	Laporan Laba Rugi.....	33
Tabel 4.12	Laporan Neraca.....	34
Tabel 4.13	Laporan Arus kas.....	35
Tabel 5.1	Bisnis Model Canvas.....	40

## Daftar Gambar

Gambar 2.1	Contoh Laporan Laba Rugi bentuk Satu langkah .....	9
Gambar 2.2	Contoh Laporan Laba Rugi bentuk langkah bertahap.....	10
Gambar 2.3	Contoh NERACA bentuk rekening/skonto.....	11
Gambar 2.4	Contoh NERACA bentuk Laporan/Stafel.....	12
Gambar 2.5	Contoh Laporan Arus Kas.....	13



## Daftar Lampiran

Lampiran 1	Permasalahan Konsumen.....	50
Lampiran 2	Pelaku Usaha .....	52
Lampiran 3	Dokumentasi.....	55
Lampiran 4	Surat Izin Penelitian.....	57





# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

Kerajinan tangan atau kriya adalah kegiatan seni yang lebih menitik beratkan pada keterampilan tangan yang memiliki fungsi untuk mengolah bahan baku menjadi suatu benda yang bernilai pakai juga bernilai estetis. Di Indonesia Kerajinan tangan biasa dibuat dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada dan dibuat untuk menampilkan suatu ciri khas dari suatu daerah di Indonesia, seperti kerajinan tangan gantungan kunci Istana Maimun yang merupakan ciri dari Kota Medan, serta Rumah Gadang ciri khas dari Sumatera Barat dan juga lainnya.

Kerajinan tangan sendiri juga biasa dijual di tempat wisata, hal ini dimaksudkan agar para wisatawan dapat mengenal ciri khas dari daerah yang mereka kunjungi. Selain dijual di dalam negeri, kerajinan tangan di Indonesia juga di ekspor ke luar negeri, hal ini membuat kerajinan tangan menjadi salah satu sektor yang memberi pengaruh bagi perekonomian. Pembuktian hal tersebut dapat dilihat dari sumbangsih yang diberikan kerajinan tangan pada devisa negara melalui capaian ekspor produknya yang mencapai USD 892 juta (sekitar Rp 12,48 triliun) pada tahun 2019, pencapaian ini naik sekitar 2,5 persen dari tahun 2018. Apabila hal ini terus berlanjut tentu dapat membantu negara dalam penerapan *Making Indonesia 4.0* untuk menghadapi revolusi 4.0, yang mana bukan hanya untuk membantu industri skala besar namun juga industri skala kecil dan menengah (IKM).

Selain itu, dengan adanya kerajinan tangan ini dapat membantu mengurangi pengangguran di Indonesia lebih tepatnya di Desa karena biasanya para pengrajin

berasal dari desa . Hal ini terbukti dari adanya data yang mengatakan bahwa terdapat 47.000 IKM batik di indonesia yang dapat menyerap hampir 200.000 tenaga kerja (finance.detik.com). Tentu jika banyak peminat dari kerajinan tangan masyarakat maka akan membantu kesejahteraan dari pengrajin tersebut serta membantu pemerintah dalam mengatasi pengangguran.

Namun pembuatan dan pemasaran dari kerajinan tangan yang masih manual ini juga dapat menimbulkan masalah dari hasil serta penjualan kerajinan tangan itu sendiri. Yang mana berdasarkan survey yang peneliti lakukan terdapat beberapa permasalahan , yang pertama yaitu susah didapat sebab hanya dijual ditempat tertentu, belum ada pemasaran di *platform Online* karena kurangnya pengetahuan teknologi dari para penjual, yang kedua adalah kurang bertahan lama. Di Sumatera Utara sendiri yang terkenal yaitu patung sigale-gale yang biasa dijadikan gantungan kunci, namun berdasarkan survey para konsumen mengeluhkan bahwa gantungan kunci tersebut sangat mudah terlepas antara satu komponen dengan komponen lainnya yang membuat gantungan kunci tersebut tidak dapat dipakai lagi, dan yang ketiga adalah kurangnya inovasi yang membuat konsumen jenuh terhadap kerajinan tangan.

Oleh sebab itu peneliti membuat kerajinan tangan dari resin. Resin adalah getah yang berasal dari berbagai jenis tumbuhan ,getah ini biasanya bersifat membeku dan transparan hingga sesuai jika dijadikan lapisan dari aksesoris. Hal ini dapat menjawab permasalahan dari konsumen yaitu tidak tahan lama dan juga kurangnya inovasi. Dengan menggunakan resin ini peneliti telah membuat suatu produk dengan paduan antara resin dan juga miniatur kerajinan tangan kebudayaan yang mana disebut dengan ABERASI (Aksesoris berbudaya melalui

resin). ABERASI merupakan aksesoris yang mempunyai 4 varian yaitu kalung, anting, brose, dan juga gantungan kunci yang diharapkan dapat menarik perhatian pelanggan untuk membeli, Aberasi juga telah memiliki platform online berupa lazada dan instagram yang diharapkan memudahkan pelanggan dalam membeli produk Aberasi. Untuk harga aberasi juga terjangkau sekitar Rp 20.000 sampai dengan Rp 50.000.

Maka berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin melihat bagaimana ketertarikan pelanggan terhadap ABERASI yang dilihat dari penjualan Aberasi selama 6 bulan kebelakang. Hingga ingin melihat Strategi Keuangan dari ABERASI ini sendiri juga.

## 1.2 Noble Purpose

*Noble purpose* atau tujuan mulia adalah perubahan strategis yang sesuai dengan cara yang kamu lakukan agar mendekati bisnis. *Noble purpose* lebih kepada alasan mengapa sesuatu harus dilakukan dari pada apa yang ingin dicapai suatu perusahaan. Oleh sebab itu *Noble purpose* lebih mengarah ke dampak untuk eksternal yaitu pelanggan atau masyarakat, hal apa yang akan didapat pelanggan dengan produk yang kamu tawarkan daripada dampak untuk internal yaitu perusahaan.

*Noble purpose* atau tujuan mulia dari bisnis ABERASI sendiri yaitu untuk mengembangkan kebudayaan pada generasi milenial. Hal ini menjadi perhatian kami, sebab munculnya *Korean Wave* di Indonesia. *Korean Wave* atau yang dalam bahasa korea disebut *Hallyu* merupakan gempuran budaya populer yang disebarkan oleh korea. Penyebaran ini dilakukan melalui film, musik serta drama.

Penyebaran ini terus meluas di Indonesia sebab banyaknya siaran televisi yang menayangkan acara korea, seperti *Music bank* di Indosiar serta berbagai drama korea yang mulai masuk ke siaran televisi di Indonesia, pengaruh mudahnya mengakses informasi lewat internet pun menjadi pemicu para remaja untuk lebih banyak mengetahui tentang budaya korea, hingga menyebabkan mereka tertarik dan tanpa sadar mengikuti serta mengaplikasikan budaya korea dalam kehidupan sehari-hari. Karena banyaknya *Boyband* dan *Girlband* yang disukai oleh remaja, maka muncullah istilah *Fandom*. *Fandom* merupakan sekumpulan orang yang menyukai satu *Idol* yang memiliki tujuan untuk saling bertukar informasi mengenai *Idol* mereka. Dalam *Fandom* juga bisa dikatakan sebagai tempat agar para penggemar dapat menemukan pernak-pernik yang berkaitan dengan *Idol* mereka, hal ini memicu pengalihan remaja yang semula menyukai produk lokal beralih pada produk Korea. Akibat peralihan ini, maka kami memadukan budaya dengan aksesoris yang mudah serta simple bila ingin digunakan, agar para remaja akan senantiasa menggunakan budaya dalam setiap kegiatan mereka baik saat mereka menonton konser atau berkumpul dengan *fandom* mereka hingga tanpa sadar dengan menggunakan produk kami, mereka membantu penyebaran budaya Indonesia dikalangan pecinta korea serta membantu perekonomian para pengrajin miniatur, sebab dalam produk ini, kami menggunakan miniatur sebagai dasar dari isian aksesoris yang dipesan oleh pengrajin langsung.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Bisnis

Kata “bisnis” berasal dari kata “busy” yang berarti sibuk, yang artinya melakukan kegiatan yang akan menghasilkan keuntungan. Menurut Hooper (2008) “bisnis merupakan suatu kegiatan yang sangat kompleks yang biasa dilakukan pada bidang industri, perbankan, transportasi, penjualan, distribusi dan lainnya. Tujuan kegiatan tersebut adalah para pelakunya mendapatkan keuntungan”. Dalam bisnis terdapat tujuh aspek penilaian bisnis yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis, aspek manajemen, aspek ekonomi sosial, dan aspek dampak lingkungan (Kasmir dan Jakfar : 2013). Dalam penulisan ini yang akan dibahas yaitu aspek keuangan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2013) “Aspek keuangan dilakukan untuk menilai biaya yang akan dikeluarkan serta menilai pendapatan yang akan diterima perusahaan. Dalam aspek ini aspek ini juga menilai lama pengembalian investasi yang dinilai dari ROA, ROI, dan *payback Period*”.

#### 2.2 Strategi Keuangan

Keuangan menjadi salah satu instrumen yang penting dalam perusahaan karena dengan adanya keuangan kita dapat mengetahui apakah suatu perusahaan dapat terus beroperasi atau tidak melalui salah satu instrumen keuangan yaitu keuntungan. Keuangan mempelajari banyak hal seperti cara berbisnis sendiri, meningkatkan perusahaan, mengalokasikan sumber daya moneter, serta menghitung resiko dalam menjalankan bisnis.

Sudjaja (2013) mengatakan bahwa “keuangan adalah ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi” sangat jelas terlihat pada definisi ini bahwa keuangan memanglah

sangat penting bagi perusahaan. Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar bahasa Indonesia) keuangan merupakan kumpulan seluruh catatan transaksi keuangan dan juga daftar transaksi yang tersusun dalam buku besar yang berisi harta dan juga kewajiban dari suatu perusahaan, yang mana untuk pengertian berdasarkan KBMI ini lebih menjurus ke akuntansi atau perhitungan.

Sedangkan strategi menurut Michael E. Porter adalah “menciptakan penyesuaian diantara aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dimana keberhasilan suatu strategi tergantung pada melakukan banyak hal yang baik, tidak hanya beberapa dan mengintegrasikannya”. Jika kita satukan maka strategi keuangan adalah suatu kajian yang menempatkan keputusan keuangan perusahaan harus memperhatikan pada stabilitas serta profit perusahaan secara jangka panjang.

### **2.3 Laporan keuangan**

Laporan keuangan menjadi suatu hal yang paling diperhatikan baik dalam perusahaan maupun luar perusahaan, karena dengan laporan keuangan kita dapat mengetahui bagaimana kondisi dari suatu perusahaan, apakah perusahaan tersebut baik atau buruk, serta bagaimana rekam jejak dari suatu perusahaan dapat kita lihat juga melalui laporan keuangan.

Wahyudiono (2014) mengatakan bahwa “ laporan keuangan adalah laporan tentang aktivitas dan hasil dari suatu perusahaan yang menerbitkan laporan itu” yang mana laporan keuangan menjadi alat komunikasi utama dalam perusahaan, baik mengkomunikasikan tentang kegiatan proses produksi, pengajuan pinjaman, kenaikan gaji, serta tentang jumlah pajak yang harus

dibayarkan. Sedangkan menurut Hidayat (2018) mengatakan bahwa “ laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan” dimana dari laporan tersebut kita dapat mengetahui kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Laporan keuangan sendiri terdiri dari laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan modal dan laporan neraca ,yang mana laporan ini dibuat dengan tujuan untuk memberi informasi dan membantu pihak yang membutuhkan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Pihak-pihak tersebut yaitu :

1. Pemilik adalah orang yang memberi modal serta menyediakan dana bagi suatu perusahaan. Pemilik membutuhkan laporan keuangan untuk melihat perkembangan perusahaan tersebut
2. Kreditur adalah pihak yang memberi pinjaman kepada perusahaan baik berupa uang atau pun jasa. Kreditur membutuhkan laporan keuangan untuk menganalisis apakah perusahaan tersebut layak untuk diberi pinjaman atau tidak.
3. Investor adalah pihak yang menginvestasikan dana kepada suatu perusahaan yang mengharapkan manfaat ekonomis di masa depan. Investor membutuhkan laporan keuangan untuk melihat apakah perusahaan cukup baik untuk diberi investasi sehingga dana yang diberikan oleh investor bisa berkembang dan mendatangkan laba.
4. Karyawan adalah pihak yang bekerja di perusahaan yang menggantungkan kehidupannya pada perusahaan hingga ia harus tahu bagaimana kondisi suatu perusahaan tersebut.

5. Pemasok adalah pihak yang menerima order kebutuhan perusahaan, pemasok memerlukan laporan keuangan untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut dapat membayar atau tidak.
6. Pemerintah adalah pihak yang memerlukan laporan keuangan untuk melihat perkembangan perusahaan dan penerimaan pajak.

### 2.3.1 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi menurut Bahri (2016) adalah “ suatu laporan yang disusun secara sistematis berdasarkan standart akuntansi yang memuat tentang hasil operasi selama satu tahun atau periode akuntansi” didalam laporan ini kita dapat mengetahui apakah perusahaan mengalami kerugian atau keuntungan, serta kita dapat mengetahui perbandingan keuntungan atau kerugian yang kita dapat dari periode sebelumnya.

Di dalam laporan laba rugi ini terdapat dua komponen yaitu pendapatan atau penghasilan dan beban. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan atau individu atas aktivitas yang telah dilakukan . Pendapatan didalam akuntansi juga dibagi lagi menjadi dua yaitu :

#### 1. Pendapatan usaha

Menurut Bachtiar dan Nurfadila (2019) “ pendapatan usaha adalah pendapatan yang diperoleh berkaitan dengan kegiatan usaha atau hasil usaha pokok/utama perusahaan” yang artinya pendapatan usaha termasuk dalam pendapatan hasil penjualan karena berkaitan langsung dengan kegiatan produksi atau kegiatan perusahaan.

#### 2. Pendapatan diluar usaha

Menurut Setiawati dan Dania (2010) “pendapatan diluar usaha adalah pendapatan yang tidak terkait dengan kegiatan utama perusahaan. contohnya ketika perusahaan mengikuti lomba dan menang, maka hadiah nya termasuk dalam pendapatan diluar usaha.



Kemudian untuk komponen kedua yaitu beban. Beban merupakan pengurangan dari pendapatan, yang mana biasa dihitung sebelum menemukan laba bersih dalam laporan laba rugi. Sama hal dengan pendapatan, menurut Bahri (2016) beban juga dibagi menjadi beberapa jenis yaitu :

1. Beban usaha

Beban usaha adalah beban yang keluar untuk memperoleh penghasilan, yang mana beban usaha ini terbagi atas dua yaitu beban pemasaran yang mencakup seluruh beban untuk melakukan pemasaran, dan yang kedua adalah beban administrasi yang mencakup beban yang dikeluarkan selama menjalankan pengawasan, pengarahan, dan pelaksanaan tugas perusahaan.

2. Beban diluar usaha

Beban diluar usaha adalah beban yang mencakup kegiatan diluar aktivitas utama perusahaan.

Selain memiliki 2 komponen, laporan laba rugi juga memiliki 2 bentuk, yaitu bentuk langkah tunggal (*single step form*) dan bentuk langkah bertahap (*multiple step form*). Menurut Bahri (2016) Bentuk langkah tunggal (*single step form*) adalah laporan keuangan yang mana antara pendapatan dan beban terletak dalam satu kolom, tidak dibedakan berdasarkan fungsi atau entitas nya seperti contoh dibawah ini :

Gambar 2.1  
Contoh laporan laba rugi bentuk satu langkah

UD "Sekar Wangi" Laporan Laba Rugi Per 31 Desember 2005		
Pendapatan :		
- Penjualan		Rp 100.000.000
Biaya		
- Retur penjualan	Rp 1.000.000	
- HPP	Rp 88.000.000	
- Gaji	Rp 3.500.000	
- Biaya perlengkapan toko	Rp 4.500.000	
- Biaya penyusutan peralatan	Rp 1.500.000	
- Kerugian piutang	Rp 250.000	
		Rp 98.750.000
Laba bersih		Rp 1.250.000

Sumber: [www.google.com](http://www.google.com)

Selanjutnya adalah laporan laba rugi bentuk langkah bertahap yang mana dalam bentuk ini pendapatan dan beban di kelompokkan berdasarkan dengan fungsinya seperti contoh dibawah ini :

**Gambar 2.2**  
**Contoh laporan laba rugi bentuk langkah bertahap**

<b>Pendapatan:</b>		
Penjualan		Rp. 50.000.000,-
Pendapatan Bunga		Rp. 5.000.000,- (+)
Jumlah Pendapatan		Rp. 55.000.000,-
<b>Harga Pokok Penjualan:</b>		
Persediaan Awal	Rp. 4.000.000,-	
Pembelian	Rp. 5.000.000,- (+)	
Barang yang tersedia untuk dijual	Rp. 10.000.000	
Persediaan Akhir	Rp. 3.000.000,- (-)	
<b>HPP</b>		<b>Rp. 7.000.000,- (-)</b>
<b>Laba Kotor</b>		<b>Rp. 48.000.000,-</b>
<b>Beban Usaha:</b>		
<b>Beban Operasional:</b>		
Biaya Iklan	Rp. 500.000	
Biaya Angkut	Rp. 200.000	
Total	Rp. 700.000	
<b>Beban Administrasi:</b>		
Biaya Sewa	Rp. 1.000.000	
Biaya Asuransi	Rp. 500.000	
Total	Rp. 1.500.000	
<b>Total Beban (Operasional &amp; Administrasi)</b>		<b>(Rp. 2.200.000,-)</b>
<b>Pendapatan Lain-Lain:</b>		
Pendapatan Sewa	Rp. 1.000.000	
Pendapatan Bunga	Rp. 500.000	
Total		Rp. 1.500.000,-
<b>Beban Lain-Lain:</b>		
Biaya Bunga	Rp. 500.000	
Total		(Rp. 500.000,-)
<b>Laba/Rugi</b>		<b>Rp. 46.800.000,-</b>

Sumber: [www.google.com](http://www.google.com)

### 2.3.2 Laporan Neraca

Menurut Bahri (2016) “Neraca adalah laporan keuangan yang menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan baik aktiva, utang, dan ekuitas pada suatu saat tertentu “ hingga didalam neraca kita dapat mengetahui segala yang terjadi dalam perusahaan apakah antara aktiva dengan utang dan ekuitas terdapat keseimbangan atau tidak. Aktiva merupakan segala kekayaan yang dimiliki perusahaan yang dibedakan menjadi dua yaitu aktiva lancar dan aktiva tetap, kemudian utang atau *liabilities* adalah kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dan pastinya sebelum jatuh tempo, yang mana *liabilities* dibagi menjadi dua yaitu utang jangka pendek dan utang jangka panjang, selanjutnya ekuitas adalah hak yang dimiliki oleh pemilik

perusahaan termasuk pada uang yang akan dikembalikan kepada pemegang saham, dimana ekuitas dibagi menjadi empat yaitu ekuitas milik perusahaan, persekutuan, perorangan dan koperasi.

Neraca dibagi menjadi 2 bentuk yaitu bentuk rekening/skonto dan bentuk laporan atau stafel .

1. Neraca bentuk rekening atau skontro merupakan neraca yang mencantumkan semua aktiva di sebelah kiri/debet dan hutang serta ekuitas disebelah kanan/kredit yang mana neraca ini lebih sering digunakan dalam pembukuan biasanya baik untuk latihan atau sesungguhnya, contoh dari neraca skontro yaitu :

**Gambar 2.3**  
**Contoh neraca bentuk rekening/skonto**

**PT. RIFKI, Tbk.**  
**Neraca**  
**Per 31 Desember 2015**

<b>AKTIVA</b>		<b>PASIVA</b>	
<b>Aktiva Lancar</b>		<b>Utang Lancar</b>	
- Kas	3.000	- Utang wesel	500
- Bank	2.500	- Utang dagang	2.500
- Surat-surat berharga	1.000	- Utang bank 1 tahun	2.750
- Piutang	3.500	- Utang pajak	250
- Persediaan	2.000	- Dan lain-lain	
<b>Total aktiva lancar</b>	<b>12.000</b>	<b>Total utang lancar</b>	<b>6.000</b>
<b>Aktiva Tetap</b>		<b>Utang Jangka Panjang</b>	
- Tanah	1.000	- Obligasi	2.000
- Bangunan	2.500	- Hipotek	1.500
- Mesin-mesin	2.000	- Utang bank 3 tahun	3.000
- Peralatan	1.500	<b>Total utang jangka panjang</b>	<b>6.500</b>
<b>Total aktiva tetap</b>	<b>7.000</b>	<b>Ekuitas</b>	
<b>Aktiva Lainnya</b>		- Modal setor	6.500
Gedung dalam proses	1.000	- Laba ditahan	1.000
<b>Total aktiva lainnya</b>	<b>1.000</b>	<b>Total ekuitas</b>	<b>7.500</b>
<b>Total Aktiva</b>	<b>20.000</b>	<b>Total Pasiva</b>	<b>20.000</b>

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

2. Neraca laporan/stafel adalah neraca dengan susunan aktiva diatas dan hutang serta ekuitas terletak dibawahnya. Bentuk neraca ini jarang digunakan sebab memakan banyak tempat dibuku dan mungkin terlalu panjang hingga sulit untuk dilihat atau dibandingkan. Berikut ini contoh dari neraca laporan/stafel :

**Gambar 2.4**  
Contoh neraca bentuk laporan/stafel

<b>AKTIVA</b>	
Aset Lancar	
Kas	Rp 53.000.000
Aset Tetap:	
Peralatan	Rp 10.000.000
<b>Total Aset</b>	<u>Rp 63.000.000</u>
<b>Utang &amp; Modal</b>	
Utang:	
Utang Usaha	Rp 5.000.000
Modal:	
Modal disetor	Rp 50.000.000
Laba ditahan	Rp 8.000.000
<b>Total Utang dan Modal</b>	<u>Rp 63.000.000</u>

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

### 2.3.3 Laporan Arus Kas

Menurut Sugiono dan Untung (2016) “laporan arus kas adalah laporan yang memperlihatkan aliran kas selama periode tertentu” dimana dalam laporan ini kamu dapat melihat dari mana saja sumber kas yang didapat oleh perusahaan. Sedangkan menurut Bahri (2016) “laporan arus kas adalah laporan yang menyajikan informasi perubahan historis atas kas dan setara kas entitas, yang menunjukkan secara terpisah perubahan yang terjadi selama satu periode dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan” . Intinya laporan arus kas merupakan laporan yang berisi aliran kas dengan berdasarkan tiga aktivitas yaitu aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan.

1. Aktivitas Operasi diperoleh dari hasil aktivitas penghasilan utama pendapatan perusahaan ,contohnya :
  - a. Penerimaan kas dari penjualan barang dan jasa.
  - b. Penerimaan kas dari royalti.

- c. Pembayaran kas kepada pemasok barang dan jasa
  - d. Penerimaan dan pembayaran kas dari investasi.
2. Aktivitas Investasi mencerminkan pengeluaran kas sehubungan dengan sumber daya yang bertujuan menghasilkan pendapatan dan arus masa depan, contohnya :
- a. Pembayaran kas untuk mendapat aset tetap.
  - b. Penerimaan kas dari penjualan aset tetap.
  - c. Uang muka dan pinjaman dari pihak lain.
3. Aktivitas pendanaan ,contohnya yaitu :
- a. Penerimaan kas dari penerbitan saham.
  - b. Pembayaran kas kepada para pemegang saham.
  - c. Pelunasan pinjaman

Dari penjelasan tentang Laporan arus kas diatas kita dapat melihat contoh bentuk neraca dibawah ini :

**Gambar 2.5**  
**Contoh laporan arus kas**

Manajemen Keuangan Network		
<b>Laporan Arus Kas</b>		
Untuk bulan yang berakhir pada 31 Januari 2019		
<b>Arus kas dari aktivitas operasi</b>		
Kas yang diterima dari pelanggan	Rp 7.500.000	
Dikurangi pembayaran kas untuk beban dan pembayaran untuk kreditor	<u>4.600.000</u>	
Arus kas bersih dari kegiatan operasi		Rp 2.900.000
<b>Arus kas dari kegiatan investasi</b>		
Pembayaran kas untuk pembayaran tanah		(20.000.000)
<b>Arus kas dari kegiatan pendanaan</b>		
Kas yang diterima dari investasi pemilik	Rp 25.000.000	
Dikurangi prive	<u>2.000.000</u>	
Arus kas bersih dari kegiatan pendanaan		<u>23.000.000</u>
Arus kas bersih dan saldo kas: 31 Januari 2019		<u><b>Rp 5.900.000</b></u>

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

## 2.4 Penganggaran Modal (*Capital Budgeting*)

Menurut Musthafa (2017) “*capital* atau modal adalah aktiva tetap yang digunakan dalam proses produksi, sedangkan *budget* atau penganggaran adalah suatu rencana atau proyeksi berupa perkiraan aliran kas dalam kurun waktu waktu” hingga penganggaran modal atau *capital budgeting* adalah “keseluruhan proses perencanaan dan pengembalian keputusan mengenai pengeluaran modal berupa investasi jangka panjang”

Sedangkan menurut Brigham *and* Houston (dalam Santoso:2012) “penganggaran modal adalah proses perencanaan untuk memperoleh aktiva yang aliran kasnya diperkirakan diatas satu tahun” maka penggaran modal ini lebih mengacu kepada masa depan atau jangka panjang . Sedangkan menurut Eugene dan Philip (dalam alamsyah dan kusumawardani:2018) “penganggaran modal adalah proses pengambilan keputusan yang digunakan oleh manajer untuk mengidentifikasi proyek yang akan menambah nilai perusahaan,dan hal tersebut merupakan tugas yang paling penting dihadapi oleh manajer perusahaan” dimana berarti penganggaran modal ini menentukan hal apa yang akan dilakukan lebih dari setahun kedepan oleh perusahaan.

Setelah menentukan penganggaran modal, hal selanjutnya yang harus dipikirkan adalah bagaimana kita dapat memperoleh investasi dari berbagai pihak agar segala penganggaran modal yang telah dibuat dapat dilaksanakan tanpa ada halangan kekurangan dana. Untuk mendapatkan investasi , investor sendiri memiliki metode penilaian investasi yang akan membantu mereka dalam memutuskan akan berinvestasi atau tidak. Metode tersebut berupa metode *Payback Period* (PP), metode *Net Present Value* (NPV) , serta metode

*Profitability Indeks (PI)* selain itu para investor juga akan melihat *Break event point (BEP)*, *Return on Investment (ROI)* serta *Return on Asset (ROA)* sebelum mereka berinvestasi, oleh sebab itu para pengusaha harus sudah menyiapkan ini dalam laporan mereka, selain investor para kreditur juga akan memperhitungkan hal ini sebelum mereka memberi pinjaman untuk melihat apakah perusahaan mampu membayar kewajiban atau tidak.

#### 2.4.1 Titik Pulang Pokok (Break Event Point)

Menurut Hayati (2021) "*Break event point* merupakan kondisi apabila penerimaan total dari hasil penjualan produk sama dengan total yang dikeluarkan perusahaan" sedangkan menurut Alamsyah, Muis, dan Sulaeman (2015) "Titik pulang pokok merupakan alat analisis untuk mengetahui apakah produksi yang dibuat perusahaan mendatangkan keuntungan atau justru merugikan" yang pada intinya titik pulang pokok adalah suatu kondisi stabil atau titik keseimbangan antara pengeluaran dan pemasukan perusahaan.

*Break event point* ini menjadikan suatu titik awal juga bagi pengusaha dalam penentuan harga, agar harga yang diberi oleh pengusaha tidak menimbulkan kerugian serta tidak kemahalan bagi konsumen. *Break event point* dapat dihitung dengan dua metode yaitu dalam rupiah dan dalam unit.

##### 1. Titik pulang pokok dalam unit

Rumus :

$$Q = \frac{FC}{(P-V)}$$

Keterangan : Q = Jumlah produk yang dijual

P = Harga produk per unit

V = Biaya variabel per unit

FC = Biaya tetap total

## 2. Titik pulang pokok dalam rupiah

Rumus :

$$TR = \frac{FC}{(1-\frac{v}{p})}$$

Keterangan: TR = Total Revenue

FC = Biaya Tetap Total

V = biaya variabel per unit

P = Harga produk per unit.

### 2.1.2 Return on Asset (ROA) dan Return on Investmen (ROI)

#### 1. Return on Asset (ROA)

Menurut Hanafi (dalam Manoppo:2017) “ *return on Asset* adalah rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba pada tingkat pendapatan ,asset,dan modal saham tertentu” sedangkan menurut Mujiono (2017) “ROA adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*return*) berdasarkan total aktiva” yang pada intinya ROA dibuat untuk melihat seberapa lama perusahaan dapat mengembalikan aktiva yang telah digunakan untuk proses produksi. Adapun rata-rata standart industri ROA yaitu 5,98% (Lukviarman :2016)

Untuk pengukuran ROA sendiri dapat dilakukan dengan rumus :

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} 100\%$$

#### 2. Return on Investment (ROI)

Kemudian *Return on Investment* (ROI) dibuat untuk melihat seberapa lama investasi dari investor akan dapat dikembalikan atau secara singkat pengembalian investasi. Menurut Riyanto (dalam Kusuma 2012) “ ROI adalah



kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih” sedangkan menurut Kariyoto(2017) “ROI adalah rasio uang yang diperoleh atau *loss* pada investasi, relatif terhadap sejumlah uang yang diinvestasikan pada kegiatan operasi” . ROI memiliki rata-rata industri sebesar 30% (Kasmir 2016), yang berarti apabila nilai ROI lebih besar dari standar industri maka akan lebih baik.

Adapun rumus untuk mendapat Return on Investment yaitu :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Investasi}} 100\%$$

Menurut Susilowati dan Wangi (2017) ROI sering digunakan karena hal berikut ini :

- a. Mudah dipahami serta penghitungannya yang mudah.
- b. Wawasan dari ROI lebih luas dikarenakan mencakup seluruh umur Investasi.

Namun walau begitu ROI tetap memiliki keterbatasan, yaitu sebagai berikut :

- a. Terdapat beberapa cara dalam menentukan ROI, sehingga susah menentukan besar angka ROI yang akan menjadi patokan.
- b. Dapat menyebabkan kesalahan dalam membuat keputusan sebab tidak menunjukkan laba terhadap waktu.
- c. Tidak memperhitungkan nilai waktu dari uang.

### 2.4.3 Payback Period (PP)

Menurut Musthafa (2017) “*payback period* adalah suatu metode untuk melakukan investasi seberapa lama (jangka waktu) hasil dari investasi berupa *initial investment* tersebut bisa diterima kembali” sedangkan menurut Yasuha dan

Saifi (2017)“ PP merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu yang dibutuhkan untuk menutupi initial investment dari suatu proyek dengan menggunakan *cash inflow* yang dihasilkan proyek tersebut “ intinya *payback period* dibuat untuk melihat berapa lama investasi awal akan kembali.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *payback period* adalah

$$\text{Payback Period} = n + \frac{a-b}{c-b} \text{ 1 tahun}$$

Syarat :

PP > Umur Ekonomis = Tidak Layak

PP < Umur Ekonomis = Layak

Dalam *payback periode* apabila PP tidak layak maka investor tidak akan berinvestasi sedangkan apabila PP layak maka hal tersebut bisa menjadi pertimbangan bagi investor untuk berinvestasi. Menurut Mayasari(2019), semakin cepat modal kembali dan nilai *Payback Period* lebih kecil daripada umur penembalian (umur ekonomis) maka bisnis dikatakan layak.

## 2.5 Bisnis Model Canvas

Usaha Kecil Menengah Keatas (UMKM) menjadi salah satu penyelamat ekonomi di Indonesia, hal ini terbukti pada saat krisis moneter tahun 1998 disaat semua bisnis menurun, UMKM tetap stabil pergerakannya bahkan menjadi penopang dari ekonomi Indonesia saat itu, bukan hanya Indonesia bahkan di negara lain juga begitu hingga UMKM saat ini menjadi salah satu hal yang ingin terus dijaga dan dibangun oleh pemerintah Indonesia, untuk itu diperlukan cara agar UMKM tetap bisa berjalan, salah satu caranya adalah menerapkan model bisnis yang sesuai seperti Bisnis Model Canvas (BMC) yang akan memudahkan

pelaku bisnis untuk menentukan arah serta mengenali bisnis mereka secara lebih detail.

Menurut Siregar (2020) mengatakan bahwa “ Bisnis Model Canvas adalah sebuah *tools* atau alat yang dirancang untuk membangun dan menggali sebuah ide bisnis” sedangkan menurut Alexander Osterwalder (2013) “ Bisnis Model Canvas adalah sebuah alat visual satu halaman yang terdiri dari sembilan kotak yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang” , dengan kata lain Bisnis Model Canvas adalah alat yang dibangun untuk memunculkan ide bisnis dengan menerapkan sembilan kunci berpikir agar usaha dapat berjalan dan menghasilkan uang.

Bisnis Model Canvas ini memiliki beberapa keunggulan dari pada model bisnis lainnya seperti memberi tahu pebisnis tentang hal yang terpenting dalam hal tersebut, rencana terstruktur dan sistematis karena dengan adanya BMC ini pebisnis akan mengetahui secara detail tentang bisnis mereka, sebab sudah ada *template* khusus BMC yang akan lebih mempermudah pebisnis.

### 2.5.1 Sembilan Elemen Bisnis Model Canvas

Dalam BMC terdapat sembilan elemen yang akan memudahkan para pengusaha maupun investor untuk menganalisis suatu perusahaan, berikut sembilan kunci tersebut yaitu :

#### 1. Proporsi Nilai (*Value Proposition*)

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan bahwa “ proposi nilai menggambarkan bagaimana pelanggan dapat beralih dari suatu perusahaan ke perusahaan lainnya melalui produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan berbeda dengan kompetitornya” dengan kata lain bahwa dalam Proporsi nilai ini mencakup segala informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan, untuk kemudian diberikan kepada pelanggan dan pelanggan akan menilai produk mana yang akan

mereka beli atau gunakan. Terdapat beberapa hal yang dapat memberikan kontribusi dalam pemberian nilai pada produk menurut Permana (2013) diantaranya :

- a. Kebaruan antar komposisi produk, baik model, fungsi, inovasi ataupun fitur dalam produk tersebut.
- b. Kinerja perusahaan dalam pemenuhan kepuasan pelanggan terhadap kualitas atau kuantitas produk.
- c. Kostumisasi yang ditawarkan perusahaan terhadap permintaan pelanggan dalam menentukan model dan sebagainya.
- d. Merek produk juga mempengaruhi proporsi nilai produk.
- e. Harga juga menjadi hal penting, karena jika harga sesuai dengan pelanggan maka proporsi nilai produk secara otomatis akan meningkat.
- f. Akses dalam pendistribusian produk agar dapat di jangkau dimanapun pelanggan berada.

## 2. Segmen Pelanggan .

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan bahwa “pelanggan adalah salah satu kunci utama untuk mendapatkan keuntungan, tanpa pelanggan maka bisnis tidak dapat berjalan dan bertahan lama” oleh sebab itu sangat penting untuk tidak salah membuat segmen pelanggan, agar produk yang dibuat laku dipasaran .Segmentasi pelanggan ini dibagi menjadi segmentasi demografi, geografi, psikografis, dan segmentasi perilaku. Adapun pelanggan yang dapat dikategorikan sebagai segmentasi pasar yang dituju perusahaan adalah:

- a. Dilayani dan dipuaskan melalui proporsi nilai usaha yang dimiliki.
- b. Diperlukan pendekatan kepada pelanggan dengan metode yang berbeda.
- c. Memberi keuntungan yang berbeda sebab pelanggan menilai sesuai dengan proporsi nilai yang diterima.

## 3. Saluran Pemasaran .

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan bahwa “ chanel menggambarkan perusahaan dapat menjalin komunikasi dengan pelanggan dalam menyampaikan nilai proporsinya” oleh sebab itu penting memilih saluran pemasaran yang tepat. Saluran pemasaran ini dapat berupa media *online* atau *offline* tergantung dengan kebutuhan perusahaan.

## 4. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*)

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan bahwa “”hubungan dengan pelanggan dibangun sesuai dengan segmen pelanggan, dikarenakan setiap segmentasi memiliki segmen yang berbeda” . Dalam hubungan pelanggan ini mencangkup bagaimana cara agar pelanggan merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan, serta bagaimana pelanggan tidak pergi ke perusahaan lainnya. Adapun beberapa jenis hubungan menurut kurniasari dan kartikasari (2018) yaitu:

- a. *Personal Assisten* yaitu hubungan antara dua orang baik langsung atau melalui telepon , surat dan alat komunikasi lainnya. Semakin mudah pelanggan untuk elakukan komunikasi dengan penjual maka akan lebih meningkatkan hubungan antar sesama.
- b. *Dedicated Personal Assisten* yaitu Perlakuan yang berbeda kepada pelanggan hingga dia merasa istimewa. Setiap manusia memiki karakter yang berbeda, sangat penting bagi penjual untuk mengenal setiap pelanggan, agar penjual dapat memperlakukan pelanggan sesuai dengan karakter yang dimiliki pelanggan dan pelanggan merasa istimewa.
- c. *Self service* yaitu hubungan antara pelaku usaha dengan pelanggan yang memberi akses kepada pelanggan untuk berbelanja mandiri. Memberi akses pelanggan untuk berbelanja mandiri menjadi sangat penting dalam menjaga hubungan pelanggan, sebab tidak semua manusia suka selalu diikuti kemanapun mereka pergi selama berada di tempat perbelanjaan, bagi pelanggan yang tidak suka diikuti, maka mereka akan merasa seperti dicurigai.
- d. *Automated service* yaitu layanan yang menggunakan robot ataupun internet. Jenis hubungan ini bagus dimasa sekarang, karena akan lebih memudahkan pelanggan dalam mendapat produknya , seperti berbelanja *online*.
- e. Komunitas yaitu pembentukan suatu kelompok yang membawaan suatu merek produk.
- f. Kokreasi yaitu pemberian kesempatan untuk mengikutsertakan pelanggan dalam pembuatan desain produk. Untuk jenis hubungan ini mungkin sulit dilakukan, mengingat selera dari manusia berbeda. Namun hal ini perlu untuk sesekali dilakukan sebagai suatu penghargaan bagi konsumen.

##### 5. Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Dalam arus pendapatan ini berisi tentang asal pendapatan perusahaan masuk, hal ini penting untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan sebab jika perusahaan tahu, maka akan lebih memudahkan perusahaan

dalam menentukan hal apa yang akan ditingkatkan atau dikembangkan. Pendapatan sendiri bisa diperoleh dari penjualan retail, pemanfaatan biaya iklan, langganan, serta penjualan lisensi. Pendapatan juga dapat melalui investasi dari pihak lain yang ingin menanamkan uangnya pada bisnis yang anda miliki.

6. Sumber Daya Utama.

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan bahwa “sumber daya utama merupakan asset yang sangat penting yang diperlukan untuk membuat bisnis dapat berjalan” karena tanpa adanya sumber daya utama, produksi tidak dapat dilakukan dan akan terjadi perberhentian pendapatan atau dengan kata lain bisnis akan mati. Dalam elemen ini menjelaskan bahwa sumber daya utama dari perusahaan dapat berupa bahan baku, pekerja atau yang lainnya sesuai dengan kebutuhan dari bisnis yang akan dijalankan.

7. Aktivitas Kunci (*key activities*)

Dalam aktivitas kunci ini mencakup segala aktivitas perusahaan mulai dari mencari bahan baku hingga membuat produk yang layak untuk dipasarkan, termasuk *branding*, *packaging*, hingga produk memiliki proporsi nilai serta dapat mendatangkan keuntungan. Kurniasari (2018) membagi aktivitas kunci menjadi 3 garis yaitu :

- a. Aktivitas operasi produksi yaitu aktivitas yang berhubungan dengan perancangan, pembuatan dan penyerahan produk kepada pelanggan.
- b. Operasi jasa yaitu aktivitas yang berhubungan dengan pelayanan yang dilakukan karyawan terhadap pelanggan.
- c. *Platform* dan jaringan yaitu aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan teknologi baik mengembangkan *software* atau *hardware* dalam jejaring internet.

Ketiga aktivitas tersebut harus dijalankan secara bersamaan, sebab merupakan suatu kesatuan, tidak bisa hanya aktivitas jasa dan *platform* saja tanpa aktivitas operasi.

8. Kemitraan Utama (*Key Partners*)

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan bahwa “perusahaan membentuk kerja sama karena berbagai alasan, seperti mengoptimalkan bisnis, mengurangi terjadinya resiko dan untuk memiliki daya saing yang tinggi dengan para kompetitor. Menurut Kurniasari dan Kartikasari (2018), terdapat beberapa alasan pelaku usaha dalam menjalin kemitraan diantaranya :

- a. Untuk mencapai hasil yang optimal dalam kegiatan operasi usaha yang diserahkan kepada pihak lain, hingga dapat memberi keuntungan bagi perusahaan. yang dimaksud dengan hal ini yaitu apabila dalam proses produksi perusahaan tidak memiliki sumber daya alat atau sumber daya lainnya yang memadai maka sangat dianjurkan untuk bekerjasama dengan perusahaan lain yang lebih mampu, agar barang yang dihasilkan lebih optimal .
- b. Untuk mendapat sumber daya lain yang dibutuhkan. Sangat kita ketahui bahwa tidak semua perusahaan mampu memperoleh atau memproduksi bahan baku sedari bahan tersebut masih mentah, seperti perusahaan yang memproduksi ban, mereka akan membeli bahan baku(karet) dari tempat lain, sebab mereka tidak memiliki sumber daya karet sendiri.
- c. Untuk mendapat pengetahuan mengenai usaha yang dijalankan oleh mitra yang berhubungan dengan usaha yang dijalankan. Dunia terus berkembang dan selera konsumen juga selalu berubah, hal ini memicu perusahaan untuk selau berinovasi, namun tidak sedikit perusahaan yang mampu untuk mengikuti perubahan, oleh sebab itu dibutuhkan nya kerjasama dengan mitra lain untuk menggali ilmu baru agar dapat membuat produk yang terbaru serta diinginkan konsumen.
- d. Untuk membuka pasar baru akibat dari kemitraan yang dijalin. Semakin banyak bekerjasama , maka pangsa pasar akan semakin banyak, terlebih jika bermitra dengan perusahaan yang berbeda kota atau negara.

#### 9. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan bahwa “struktur biaya menggambarkan semua biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu model bisnis yang mana hal ini dapat ditentukan apabila aktifitas utama, sumber daya utama dan kemitraan telah ditentukan.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiono (2018) menyatakan bahwa: “ Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti objek pada kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana dalam penelitian ini peneliti adalah sebagai instrument kunci, yang mana teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), dan analisis data bersifat induktif/kualitatif serta pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive dan snowbaal*,”. Hasil penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan kuisisioner secara mendalam terhadap subjek penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti agar nantinya dapat menjelaskan tentang Strategi Keuangan Aberasi (Aksesoris Berbudaya Budaya Resin) serta bagaimana kondisi keuangan perusahaan apakah akan menarik investor atau bahkan sebaliknya.

#### 3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu tempat dimana penelitian itu dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan di Universitas Medan Area yang berada di Jalan Setia Budi. Pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Prodi Manajemen Stambuk 2017. Lokasi ini dipertimbangkan berdasarkan atas data yang diperoleh bahwa kebanyakan anak millennial khususnya pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Prodi Manajemen



Stambuk 2017 lebih menyukai penggunaan budaya luar atau bisa disebut dengan *Korean Wave/k-pop* serta kejenuhan terhadap model aksesoris yang sudah ada. Dan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti seperti tenaga dan yang lainnya juga menjadi pertimbangan

### 3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2020 sampai dengan Maret 2021.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

N O	Nama kegiatan	2020/2021									
		Okt 20	Nov 20	Des 20	Jan 20	Feb 21	Mar 21	Apr 21	Mei 21	Jun 21	
1	Penyusunan proposal										
2	Seminar Proposal										
3	Pengumpulan data										
4	Analisis Data										
5	Seminar Hasil										
6	Pengajuan Meja Hijau										
7	Meja Hijau										

## 3.2 Subjek dan Sumber Data

### 3.2.1 Subjek

Adapun yang menjadi subjek penelitian ini yaitu informan. Informan merupakan seseorang yang dianggap dan dapat diharapkan mampu memberikan informasi tentang situasi dan juga kondisi terkait dengan latar belakang objek yang sedang diteliti. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik pengambilan *snowbal sampling*. Menurut Sugiyono (2018) mengatakan

bahwa: “*Snowbaal sampling* adalah teknik pengumpulan sampel yang mula mula jumlahnya kecil, kemudian besar”. Maksudnya yaitu ketika peneliti membutuhkan lebih banyak sample maka peneliti boleh menambah jumlah sesuai dengan yang dibutuhkan. Kemudian adapun kriteria informan yang diteliti yaitu:

Mahasiswa Fakultas Ekonomi stambuk 2017 yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan terkait penggunaan aksesoris berbudaya.

1. Berusia lebih >17 tahun
2. Penjual aksesoris yang menyediakan produk berbahan resin.
3. Pemilik produksi resin yang dianggap mengetahui proses pembuatan resin.
4. Bersedia menjadi informan.

### 3.2.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti ada dua yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2012) menyatakan bahwa: “Data primer yaitu Data yang memberikan data langsung oleh pengumpul data”. Data primer diperoleh oleh hasil pengisian kuisisioner yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu oleh peneliti, serta wawancara kepada informan.

#### 2. Sumber Sekunder

Menurut Sugiyono (2012) menyatakan bahwa: “Data sekunder yaitu Data yang tidak diberikan langsung oleh pengumpul data”. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, prosiding artikel dan dokumen.

## 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuisisioner, wawancara dan dokumentasi. Kuisisioner yang berupa pertanyaan permasalahan serta keinginan onsumen terhadap pemberharuan aksesoris yang ada saat ini sebagai tumpuan untuk membuat produk ABERASI lebih baik . Lalu dengan menggunakan dokumentasi, yang berupa gambar seperti foto, gambar hidup,sketsa dan lain-lain (Sugiyono : 2012).

### 1. Kuisisioner

Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden yang kemudian akan dijawab hingga dapat memberi suatu informasi yang diinginkan peneliti. memberikan pertanyaan tertulis kepada respondennya melalui suatu media.

### 2. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung atau tatap muka . Dimana peneliti memberikan pertanyaan langsung terhadap responden yang ingin diwawancara baik secara formal atau informal.

### 3. Dokumentasi

Dokumen yaitu sebuah catatan yang berisikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar dan lainnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa secara garis besar bisnis ini layak untuk dijalankan, dikarenakan :

1. Penjualan Aberasi pada tahun 2020 setiap bulannya mengalami kenaikan, yang berarti pangsa pasar ABERASI terus meluas. Dengan begitu akan terus meningkat kan penjualan, menaikkan citra merek dan tentunya memberi banyak keuntungan bagi pemilik usaha maupun investor.
2. ROA dan ROI lebih dari standart minimum yang dibolehkan. ROA sebesar 58% , jumlah ini melebihi batas minimum yaitu 5,98% begitu juga dengan ROI sebesar 153% yang mana jumlah ini melebihi batas minimum yaitu 30%, dengan begitu berdasarkan ROA dan ROI bisnis ini layak.
3. *Payback Periode*(PP) ABERASI adalah 6 bulan, angka ini lebih kecil dari ketentuan seharusnya yaitu selama 1 tahun. Yang berarti juga berdasarkan *Payback Periode* ,bisnis ABERASI ini layak untuk terus dijalankan.
4. Secara keseluruhan bisnis Aberasi ini layak untuk dijalankan.

#### 5.2 Saran

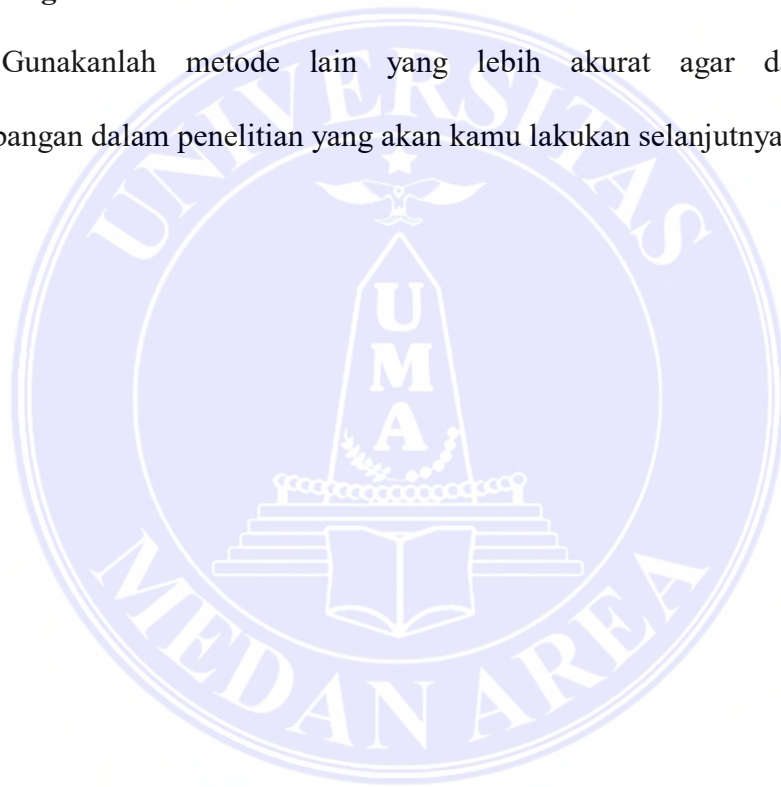
##### 5.2.1 Bagi pelaku bisnis

- a. Harus lebih detail dalam mencatat segala pengeluaran dan pemasukan agar tidak terjadi kesalahan perhitungan.
- b. Pisahkan selalu uang pribadi dengan uang usaha agar lebih terjaga keutuhan dari uang usaha tersebut .

- c. Mempersiapkan dana darurat, demi menghindari kebangkrutan secara langsung apabila terjadi suatu masalah yang akan menimbulkan kerugian besar.
- d. Tidak menyatukan bagian keuangan dengan kasir untuk meminimalisir kecurangan.
- e. Menggunakan laba untuk investasi dibidang lain.

### 5.2.2 Bagi Peneliti

Gunakanlah metode lain yang lebih akurat agar dapat menjadi pertimbangan dalam penelitian yang akan kamu lakukan selanjutnya.



## Daftar Pustaka

- Alamsyar, A., Muis, A., & Sulaeman. (2015). Analisis Titik Pulang Pokok Usaha Peternakan Ayam Ras Peterlur CV Menara Di Kota Palu. *Jurnal agroland*.
- Bachtiar, I. H., & Nurfadila. (2019). *Akuntansi Dasar Buku Pintar Untuk Semua*. Sleman: CV Budi Utama.
- Bahri, S. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hayati, I. (2021). *Matematika Ekonomi*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hidayat, W. W. (2018). *Dasar dasar Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Kariyoto. (2017). *Analisa Laporan Keuangan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Makmur, S. (2016). Kepastian Hukum Kepailitan Bagi Kreditur dan Debitur Pada Pengadilan Niaga Indonesia. *Jurnal Ilmu Syariah*.
- Mayasari. (2019). *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Mujiono, H. p. (2017). Pengaruh CR,DER,ROA,dan EPS terhadap Harga Saham Food And Beverages. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Nuzula, N. F., & Nurlaily, F. (2020). *Dasar dasar Manajemen Investasi*. Malang: UB Press.
- Priatinah, D., & Kusuma, P. A. (2012). Pengaruh Return on sset (ROI), Earning Per Share (EPS),dan Dividen Per Share (DER) terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2008 2010. *Jurnal Nominal*.
- Rusdi, L. H. (2018). *Strategi Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Elex media Komputindo.
- Santoso, A. B. (2012). Pengaruh Locus Of Control , Self Set dan Organizational ,set Hurdle Rates terhadap Eskalasi Komitmen Pada Level Pengambilan Keputusan Penganggaran Modal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*.
- Setiawati, L., & Diana, A. (2010). *Menggunakan Template Excel Untuk Mengetahui Laba Rugi Usaha Kecil*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Shatu, Y. P. (2016). *Kuasai Detail Akuntansi Laba & Rugi*. Jakarta: Pustaka Ilmu Semesta.
- Sugiono, A. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa laporan keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sulistiyowati, L. (2010). *panduan Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sundjaja, R., Inge, B., & Dharma, P. (2013). *Manajemen Keuangan*. Bandung: Literata Lintas Media.
- Syamsuddin, L. (2011). *Manajemen Keuangan perusahaan*. Jakarta: CV Rajawali.
- Wahyudiono, B. (2014). *Mudah Membaca Laporan Keuangan*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sugiono.(2018).*Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,dan H&D bandunng:Alfabet,Cv*
- Suprpto, R., & Azizi, W. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo.
- Suryawan, D. G., & Wirajaya, I. A. (2017). Pengaruh current ratio , Debt to equity dan Retun on asset pada harga saham. *Akuntansi universitas Udayana*.
- Yasuha, J. L., & Saifi, M. (2017). Analisis kelayakan Investasi Atas Rencana Penambahan Aktiva Tetap ( studi kasus PT Pelabuhan Indonesia III cabang Tanjung Perak Terminal Nilam). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- <https://m.liputan6.com/bisnis/read/4200567/tembus-ekspor-usd-892-juta-industri-kerajinan-nasional-makin-kompetitif>
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kriya#:~:text=Kriya%20atau%20hastakarya%20atau%20kerajinan,pakai%2C%20tetapi%20juga%20bernilai%20estetis>
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3034022/ada-47000-ikm-batik-serap-hampir-200000-tenaga-kerja>
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Keuangan>
- <https://www.coursehero.com/file/51599644/11-Strategi-Keuanganpdf/#:~:text=Strategi%20keuangan%20adalah%20suatu%20kajian,profit%20perusahaan%20sacara%20jangka%20panjang>

## Lampiran 1

### Permasalahan Konsumen (Kuisisioner)

#### a. Data Narasumber

No	NAMA	No	NAMA
1	Kartika Anggraeni S	29	Mawani Fadila
2	Manja Sindi Panjaitan	30	Amel Melati Suci
3	Rike Wulandari	31	Muhammad Rizki maisz
4	Sarah Rafina	32	Doni Tua Tambunan
5	Mutiara balqist	33	Harris Silitonga
6	Nadila savira	34	M. Ardiansyah
7	Suci ardini	35	Ade Rivana Sitorus
8	Wahdah	36	Lismawati
9	Julianti Lubis	37	Adeliya Dwi Agustin
10	Azani Pevi Putri	38	Riris Dwi Mari
11	Trisa laras sati	39	Irfan Adam Pratama
12	Nindya sari	40	Tesalonika Tarigan
13	M.fahmadi	41	Ajeng Retno P
14	Asih Kus Irawati	42	Tri Astuti
15	Annisa Pristy	43	Cindy Br. Sembiring
16	Andreawan Nasution	44	Gusti Fendy Irawan
17	Eko	45	Evita Meryani
18	Muhammad Branta	46	Ega Talia
19	Siti May sari	47	Kiki Anggraini
20	Julistia Wardhani	48	Silvi Agustina
21	Shifa riska Tanjung	49	Siti Khodijah
22	Lailan Ummi Nazli	50	Gita anjani
23	Cita Sari Marito Siadari	51	Rifat Ahmad Dhani
24	Sinta Marito Elisabet	52	Widya Pratiwi
25	Siska Pratiwi	53	Marizha Nch
26	Ratih Siti Jamilah	54	Fidiah Veronica Nst
27	Siti Yandi shinta	55	Afda Widyanti nst
28	Dedek Kurniawan	56	Laini

#### b. Pertanyaan dan hasil

1. Aksesoris apa yang biasa anda beli ?



Hasil	Penjelasan
<p style="text-align: center;"><b>DIAGRAM PAI</b></p> <p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Kalung - 21</li> <li><span style="color: green;">■</span> Anting anting - 5</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Gantungan kunci - 23</li> <li><span style="color: orange;">■</span> Bross - 7</li> </ul> </p>	<p>Berdasarkan survey dari 56 responden , didapat hasil bahwa minat membeli gantungan kunci paling tinggi sebesar 41,1% atau sama dengan 23 orang, diurutan kedua yaitu kalung , dengan persentase tidak jauh dari gantungan kunci yaitu 37,5% atau setara dengan 21 orang, dan urutan ketiga yaitu bross dengan persentase 12,5 % atau setara dengan 7 orang, kemudian yang terakhir dan paling sedikit peminatnya yaitu anting anting dengan persentase 8,9% atau setara dengan 5 orang.</p>

2. Dimana anda biasa membeli aksesoris?

Hasil	Penjelasan
<p style="text-align: center;"><b>DIAGRAM PAI</b></p> <p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Toko oleh-oleh - 19</li> <li><span style="color: green;">■</span> Pasar - 10</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Online shop - 27</li> </ul> </p>	<p>Berdasarkan kuesioner online yang telah disebar, mendapat hasil bahwa sebanyak 27 orang atau setara dengan 48,2 % orang membeli aksesoris di online shop, dan sebanyak 19 orang atau setara dengan 33,9% membeli aksesoris di toko oleh-oleh, sedangkan yang paling sedikit yaitu responden membeli aksesoris dipasar dengan persentase 17,9 % atau setara dengan 10 orang.</p>

3. Jika ada aksesoris yang menampilkan kebudayaan daerah, apakah ada tertarik untuk membelinya ?

Hasil	Penjelasan
<p style="text-align: center;"><b>DIAGRAM PAI</b></p> <p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">■</span> Susah mendapat penjual aksesoris - 11</li> <li><span style="color: green;">■</span> Harganya mahal - 10</li> <li><span style="color: yellow;">■</span> Tidak tahan lama - 35</li> </ul> </p>	<p>Berdasarkan survey yang telah disebar, dapat diketahui bahwa kendala pertama, yang biasa dialami saat membeli aksesoris yaitu tidak tahan lama , persentase tidak tahan lama yaitu 62,5% atau setara dengan 35 orang dari jumlah keseluruhan responden.</p>

## Lampiran 2 Pelaku Usaha (Wawancara)

### a. Data Narasumber

#### Pelaku Usaha 1.

Nama Lengkap: Muhammad Yusuf Habibi Siregar

Alamat: Kisaran

Pendidikan: Universitas Medan Area

Nama Usaha: Resin Art Siregar

Alamat Toko: Jl. Ismail Harun Gg. Kemuning

Usia Usaha: 1 Tahun

#### Pelaku Usaha 2.

Nama Lengkap: Fachrul Roji Siregar

Alamat: Medan

Pendidikan: Universitas Medan Area

Nama Usaha: Galeri Base Macan

Alamat Toko: Jl. Darmais 3 Komplek Veteran

Usia Usaha: 1 Tahun

#### Pelaku usaha 3

Nama Lengkap: Shania angela

Alamat: Jakarta

Pendidikan: -

Nama Usaha: Artspace.id

Alamat Toko: Jakarta

Usia Usaha: Kurang dari setahun

### b. Hasil Wawancara

#### Wawancara pelaku usaha 1

1. Berapa harga dari produk yang anda jual?

Jawab : untuk harga saya tentukan yaitu Rp 35.000, baik produk yang sudah ada atau produk yang dipesan sesuai keinginan konsumen.

2. Berapa modal awal yang kamu gunakan untuk memulai usaha resin ini?

Jawab : modal awal sekitar Rp 500.000

3. Kira – kira penjualan sebulan anda berapa?

Jawab : penjuala perbulannya sekitar 100 buah . karena selain berjualan sendiri , saya juga pakai sistem pentipan di tempat orang.

4. Berapa keuntungan yang diperoleh selama sebulan ?

Jawab : keuntungan perbuah nya itu sekitar 50% , sedangkan keuntungan perbulan secara keseluruhan masih kurang dari Rp 5.000.000

5. Kendala apa yang sering dihadapi selama berbisnis resin *art*?

Jawab : kendala saya ada dalam pembuatan lebih tepatnya *finishing*, dikarenakan resin yang saya gunakan merupakan resin yang biasa, jadi harus memiliki tenaga yang lebih untuk membuat hasil yang mengkilap .

## **Wawancara pelaku usaha 2**

1. Berapa harga dari produk yang anda jual?

Jawab : saya hanya menjual kalung dan gantungan kunci, untuk kalung saya beri harga Rp 35.000 sedangkan antungan kunci yaitu Rp 40.000 .

2. Berapa modal awal yang kamu gunakan untuk memulai usaha resin ini?

Jawab : modal awal saya sekitar Rp 400.000

3. Kira – kira penjualan sebulan anda berapa?

Jawab : penjuala perbulannya sekitar 70 buah secara keseluruhan. .

4. Berapa keuntungan yang diperoleh selama sebulan ?

Jawab : keuntungan perbulan secara keseluruhan masih kurang dari Rp 5.000.000

5. Kendala apa yang sering dihadapi selama berbisnis resin *art*?

Jawab : Kendala terutama saya ada pada modal, karena saya masih mahasiswa dan juga modal masih sendiri

### Wawancara pelaku usaha 3

1. Berapa harga dari produk yang anda jual?

Jawab : saya menjual sekitar Rp 20.000 sampai Rp 109.000 tergantung dengan seperti apa bentuk yang diminta

2. Berapa modal awal yang kamu gunakan untuk memulai usaha resin ini?

Jawab : untuk modal awal sekitar 2 jutaan

3. Kira – kira penjualan sebulan anda berapa?

Jawab : untuk penjualan tidak menentu , namun bisa sampai dengan 130 buah

4. Berapa keuntungan yang diperoleh selama sebulan ?

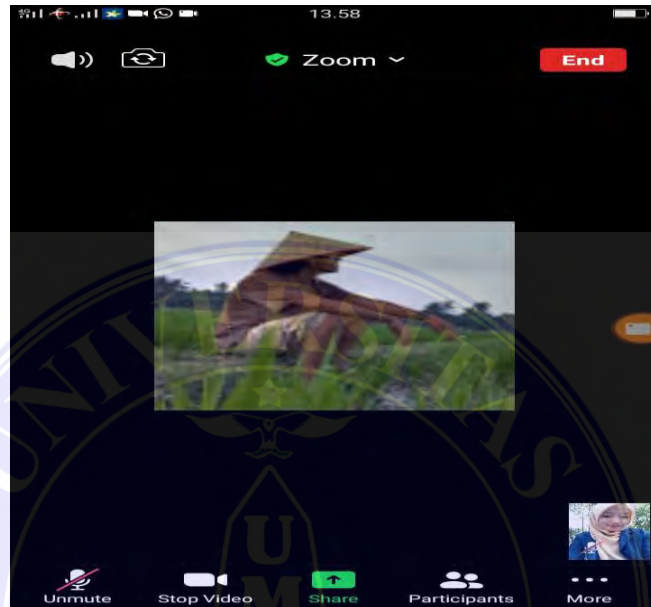
Jawab : keuntungan perbulan secara keseluruhan paling rendah Rp 2.000.000 sedangkan paling tinggi Rp 15.000.000 tergantung dengan kegiatan promosi yang dilakukan.

5. Kendala apa yang sering dihadapi selama berbisnis resin *art*?

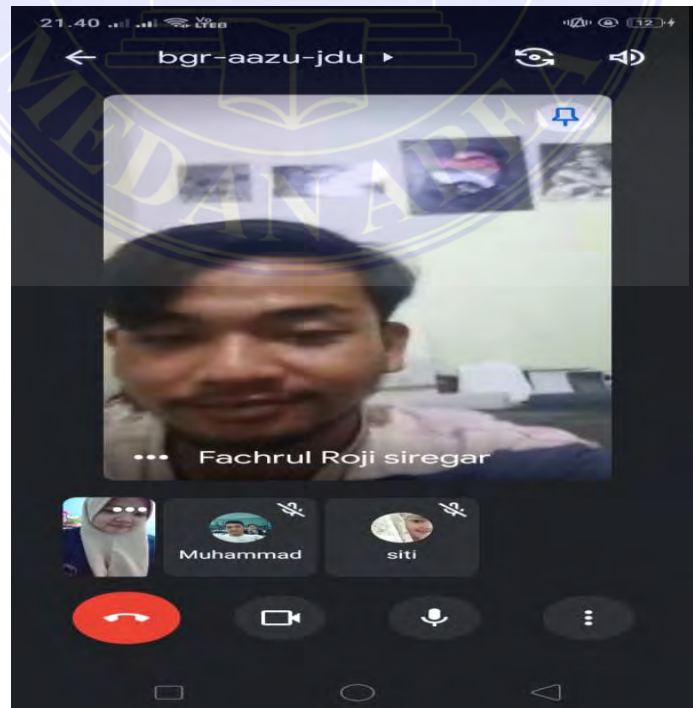
Jawab : sejauh ini belum terlalu terlihat, karena untuk pangsa pasar juga sudah lumayan apalagi disekitaran jakarta

## Lampiran 3 Dokumentasi

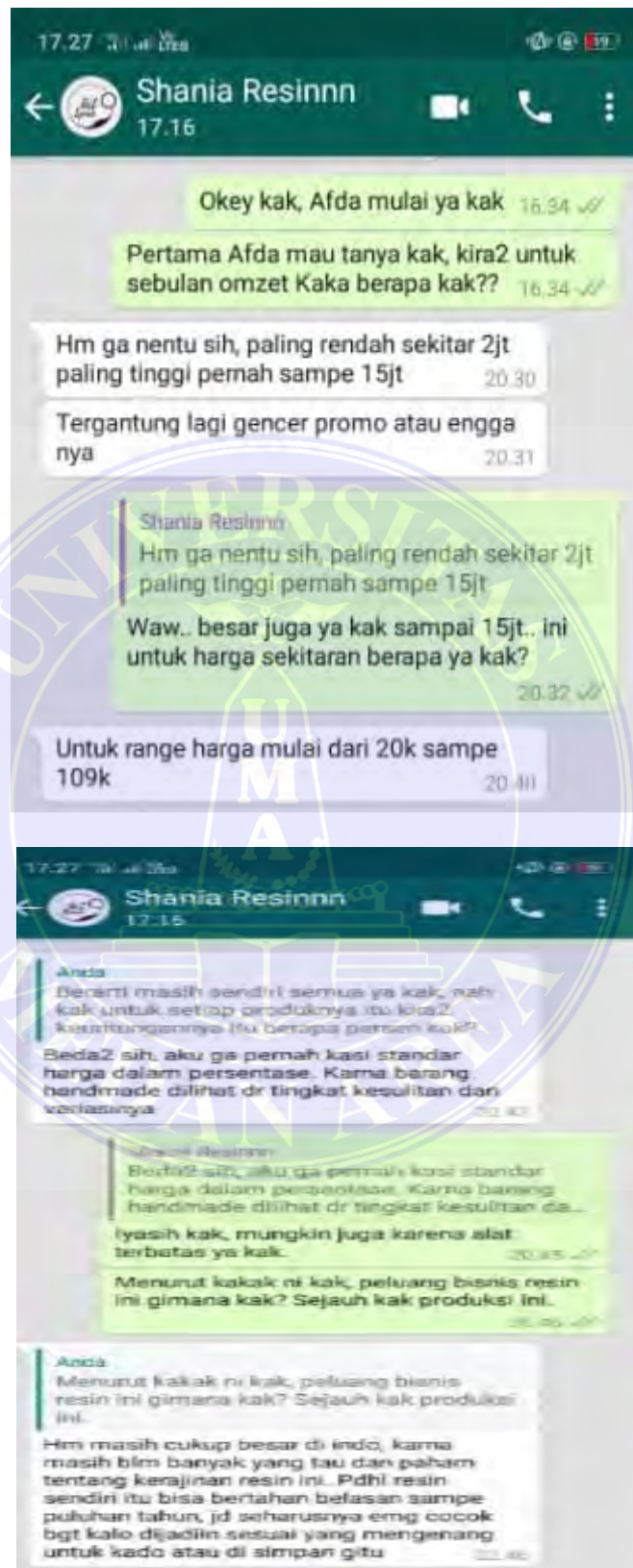
a. Wawancara bersama Muhammad Yusuf Habibi Siregar



b. Wawancara bersama Muhammad Fachrul Roji Siregar



## c. Bukti wawancara melalui Whatsapp bersama Shania Angela



## Lampiran 4 Surat Izin Penelitian



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

**Kampus I** : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061)7368012  
Medan 20223  
**Kampus II** : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061)  
8226331 Medan 20122

Nomor	: 1007/UMA/B/01.7/III/2021	15 Maret 2021
Lamp.	: 1 (satu) Berkas	
Hal	: Izin Penelitian Dan Pengambilan Data	

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Medan Area

di - M e d a n

Dengan hormat,

Sesuai dengan surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area nomor 188/FEB.1/01.1/I/2021 tertanggal 11 Januari 2021 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

**Nama** : Afda Widyanti Nasution  
**No. Pokok Mahasiswa** : 178320092  
**Program Studi** : Manajemen  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Lingkungan Universitas Medan Area, untuk penunjang tugas akhir dengan judul Skripsi “Strategi Keuangan Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (Aberasi)” Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Administrasi



Dr. Henry Maharant Barus, SH, M.Hum

**Tembusan :**

1. Mahasiswa Ybs
2. File

