

**PENERAPAN KONSEP *SUSTAINABILITY* DAN *ETICAL FASHION* PADA BISNIS HIJAB LAUREE
BIDANG KEUANGAN**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
gelar sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam



[Handwritten signature]
4/05/2024
Pheya
ass mureasayah

Oleh :
Ukhti Kurnia Ningrum
20423022

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ukhti Kurnia Ningrum
NIM : 20423022
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Penerapan Konsep *Sustainability* dan *Etichal Fashion* Pada Bisnis Hijab Luree (Bidang Keuangan)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata kemudian hari penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya akan bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 03 Mei 2024


Ukhti Kurnia Ningrum



PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 29 Mei 2024
Judul Tugas Akhir : Penerapan Konsep Sustainability dan Etichal Fashion pada Bisnis Hijab Lauree Bidang Keuangan
Disusun oleh : UKHTI KURNIA NINGRUM
Nomor Mahasiswa : 20423022

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Rheyza Virgiawan, Lc., ME (.....)
Penguji I : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)
Penguji II : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)

Yogyakarta, 29 Mei 2024

Dekan,



Dr. Drs. Asmuni, MA
Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji Syukur kepada Allah SWT, Tuhan pemilik alam semesta yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam atas Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk kebaikan yang Beliau berikan kepada penulis dan penulis harapkan syafaatnya di hari pertanggungjawaban nanti. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan kepada :

Bapak dan Ibu yang sangat penulis cintai. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir untuk penulis, atas seluruh cinta dan kasih sayang yang utuh, atas semua motivasi yang penuh, atas segala dukungan dan restu yang selalu turerahkan, atas segala kebahagiaan yang tak pernah lelah diberikan serta atas pengorbanan dan jerih payah yang tiada habisnya. Saudara adik kandung penulis Ikhwan Wicaksana dan Ahmat Mubarak juga penulis ucapkan terimakasih kepada teman dekat tercinta penulis, yang senantiasa mendampingi dan membantu guna kelancaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Terimakasih banyak penulis ucapkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Terkhusus penulis ucapkan kepada dosen pembimbing tugas akhir ini yaitu bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E. yang telah dengan sabar membantu dan juga membimbing penulis dan juga tim dalam penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir sidang saat ini. Semoga penulis bisa mengamalkan ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen dan nantinya menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua.

Terimakasih juga tak lupa penulis ucapkan kepada teman kelompok tim Lauree Hijab yaitu Rennata Noviana Nur Hamidah dan Salma Salsabila Pratami yang selama ini telah berjuang Bersama-sama menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Penulis mengapresiasi diri atas komitmennya untuk memberikan yang terbaik bagi orang-orang yang dicintai dan mencintainya.

MOTTO

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

*“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan
sungguh-sungguh (urusan) yang lain”*

(QS. Al-Insyirah : 7)

NOTA DINAS

Yogyakarta, $\frac{03 \text{ Mei } 2024 \text{ M}}{24 \text{ Syawal } 1445 \text{ H}}$

Hal : **Tugas Akhir Perintisan Bisnis**
Kepada : **Yth, Dekan Fakultas Agama Islam**
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1776/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2023 pada tanggal 21 November 2023 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

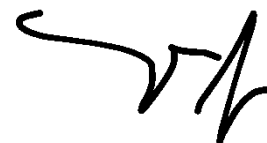
Nama : Ukhti Kurnia Ningrum
NIM : 20423022
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Penerapan Konsep *Sustainability* dan *Etichal Fashion* Pada Bisnis Hijab Luree (Bidang Keuangan)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami menetapkan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis Saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 03 Mei 2024

Dosen Pembimbing



Rheyza Virgiawan, L.c, M.E.



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan
Bisnis:

Nama Mahasiswa : Ukhti Kurnia Ningrum
NIM : 20423022
Judul Tugas Akhir : Penerapan Konsep *Sustainability* dan *Etichal Fashion* Pada Bisnis Hijab Luree (Bidang Keuangan)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 03 Mei 2024

Rheyza Virgiawan, L.c, M.E.

ABSTRAK

PENERAPAN KONSEP *SUSTAINABILITY* DAN *ETICAL FASHION* PADA BISNIS HIJAB LUREE (BIDANG KEUANGAN)

**UKHTI KURNIA NINGRUM
20423022**

Lauree Hijab, bisnis baru yang mengusung konsep "*sustainable fashion*", mulai beroperasi sejak Desember 2023. Fokus utamanya adalah produksi hijab yang ramah lingkungan dan menghasilkan sedikit limbah. Namun, dalam tahap awal, bisnis ini menghadapi beberapa kendala yang perlu diatasi. Pertama, sulitnya menentukan modal awal karena kesulitan memprediksi pengeluaran dan ketidakpastian pasar. Solusinya adalah membuat perkiraan pengeluaran yang detail, menyiapkan dana cadangan, dan meninjau kembali kebutuhan modal secara berkala. Kedua, dalam hal pengukuran dan optimalisasi pengeluaran pemasaran, Lauree Hijab menghadapi tantangan karena kurangnya data dan alat yang tepat. Solusi yang diajukan mencakup menetapkan tujuan pemasaran yang jelas, memanfaatkan alat analisis data, melakukan eksperimen, dan meninjau kembali anggaran pemasaran secara berkala. Ketiga, penetapan diskon menjadi masalah karena sulit menemukan keseimbangan antara diskon dan profitabilitas. Solusi pencegahannya termasuk melakukan riset pasar, mengintegrasikan diskon dengan strategi pemasaran, menawarkan diskon yang berbeda, dan mengevaluasi efektivitas diskon secara teratur. Terakhir, dalam menetapkan harga jual, Lauree Hijab mengalami kesulitan dalam menentukan harga yang tepat untuk produknya. Solusi yang diusulkan mencakup menghitung biaya, melihat kebutuhan internal dan eksternal, melakukan riset kompetitor, dan menentukan strategi harga yang sesuai. Diharapkan penelitian ini dapat membantu Lauree Hijab mengatasi kendala awalnya dan mencapai kesuksesan dalam jangka panjang dengan konsep *sustainable fashion* yang diusungnya.

Kata kunci: *Sustainable fashion*, hijab, pemecahan masalah.

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF SUSTAINABILITY AND ETHICAL FASHION CONCEPTS IN LAUREE HIJAB'S FINANCIAL ASPECT

**UKHTI KURNIA NINGRUM
20423022**

Lauree Hijab, a new business advocating "sustainable fashion," commenced operations in December 2023. Its primary focus lies in producing environmentally friendly hijabs with minimal waste. However, in its initial phase, the business encountered several challenges that needed addressing. Firstly, determining the initial capital proved difficult due to uncertainties in predicting expenses and market fluctuations. The solution involved creating detailed expenditure estimates, establishing reserve funds, and periodically reviewing capital requirements. Secondly, in terms of measuring and optimizing marketing expenses, Lauree Hijab faced challenges due to a lack of data and suitable tools. Proposed solutions included setting clear marketing objectives, leveraging data analysis tools, conducting experiments, and regularly reviewing marketing budgets. Thirdly, setting discounts posed an issue as finding a balance between discounts and profitability proved challenging. Prevention solutions included market research, integrating discounts into marketing strategies, offering different discount options, and evaluating discount effectiveness regularly. Lastly, determining the selling price was a struggle for Lauree Hijab. Proposed solutions encompassed cost calculation, assessing internal and external needs, conducting competitor research, and determining suitable pricing strategies. It is hoped that this research will aid Lauree Hijab in overcoming its initial challenges and achieving long-term success with its sustainable fashion concept.

Keywords: Sustainable fashion, hijab, problem-solving

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Table 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be

ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Table 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Table 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلٌ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Table 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...ي...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “1” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ تَجْرَاهَا وَ مِرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital

digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan penuh kelancaran. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasullullah SAW yang telah menjadi teladan penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan, termasuk melakukan dan menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul ” Penerapan Konsep *Sustainability* dan *Etichal Fashion* Pada Bisnis Hijab Luree (Bidang Keuangan)”

Perintisan Bisnis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasihat, motivasi, kritik, dan saran. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku ketua Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E. selaku Dosen Pembimbing Perintisan Bisnis yang telah dengan sabar membantu dan juga membimbing penulis dan juga tim dalam penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.

6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu dan juga memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh mahasiswa Ekonomi Islam
7. Kedua orangtua, Bapak Sumijo dan Ibu Sukirah yang selalu memberikan penulis semangat dan doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis penulis.
8. Keluarga penulis, Ibu Winanti, Selarasanti Sulistya, Ikhwan Wicaksana, Ahmat Mubarak dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir
9. Teman-teman seperjuangan Della Thunny Afriani, Pramudita Maharani, Siti Ainur Rofiqoh dan Rennata Noviana Nurhamidah atas segala dukungan dan doa dalam menemani penulis menyelesaikan Tugas Akhir.
10. Tim Lauree Hijab, Rennata Noviana Nurhamidah dan Salma Salsabila Pratami yang selama ini telah berjuang Bersama-sama menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal - hal yang kurang berkenan di hati, itu semata - mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wahabarakatuh

Yogyakarta, 03 Mei 2024



Ukhti Kurnia Ningrum

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
NOTA DINAS	vi
REKOMENDASI PEMBIMBING	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI	xxi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR GRAFIK	xxv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
BAB II	10
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS	10
A. Profil Bisnis	10
B. Pelaksanaan Bisnis	14
BAB II	42
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	42
A. Identifikasi Masalah	42
B. Tinjauan Teoritis	43
C. Pemecahan Masalah	47
BAB IV	50
KESIMPULAN DAN SARAN	50
A, Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52

LAMPIRAN FOTO	54
RIWAYAT HIDUP PENULIS	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Riset dan Perbandingan Lauree dengan Kompetitor.....	5
Tabel 2 Riset Harga Kompetitor	15
Tabel 3 Riset Tingkat Penjualan	16
Tabel 4 Modal Awal.....	20
Tabel 5 Presentase Bagi Hasil.....	20
Tabel 6 Variable Cost.....	22
Tabel 7 Total Cost.....	23
Tabel 8 Harga Pokok Penjualan.....	24
Tabel 9 Diskon	26
Tabel 10 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan November	29
Tabel 11 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan Januari.....	30
Tabel 12 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan Februari.....	31
Tabel 13 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan Maret.....	32
Tabel 14 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan April.....	34
Tabel 15 Laporan Arus Kas	35
Tabel 16 Laporan Laba Rugi.....	36
Tabel 17 Laporan Perubahan Modal	37
Tabel 18 Laporan Neraca	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Trend Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi, 2011-2022.....	2
Gambar 2. Jumlah Kasus Berdasarkan Jenis Pencemaran LBH Surabaya 2019.....	3
Gambar 3 Logo Lauree Hijab.....	13
Gambar 4 Skema Musyarahah.....	19

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 .Penyebaran Google Form.....	17
---------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara di mana mayoritas beragama Islam. Ada kemungkinan pasar muslim akan menjadi peluang besar di Indonesia. Bisnis hijab termasuk ke dalam bidang *fashion*, hal ini dapat menjadi salah satu peluang bisnis yang memiliki prospek yang menjanjikan dan peminat yang baik. Hijab bagi wanita muslim adalah salah satu *trend mode* saat ini. Banyak *trend* hijab masa kini cocok untuk perempuan muda yang ingin hijrah tetapi tetap tampil penuh gaya. Hingga saat ini, mode hijab secara bertahap meningkat, terutama pilihan modelnya. Karena tingginya kebutuhan akan mode, bisnis fashion saat ini berkembang karena munculnya pesaing baru dan lama serta perkembangan konsep dan pendekatan baru dalam industri. Karena kebutuhan pakaian global, mode memiliki pangsa pasar yang luas.



Gambar 1. Trend Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi, 2011-2022

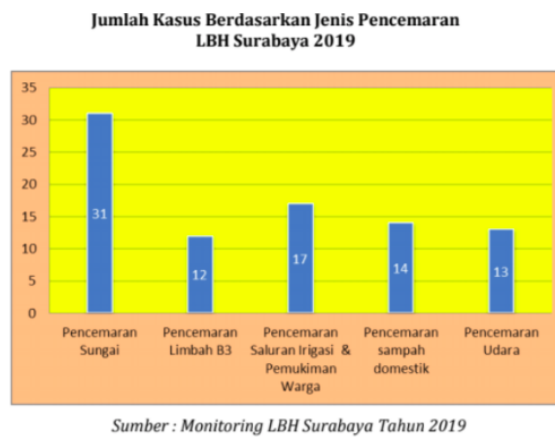
Source : [Data Industri](http://DataIndustri.com)

Gambar diatas menjelaskan perkembangan industri tekstil dan pakaian jadi, hijab termasuk kedalam industri tekstil dan pakaian jadi sehingga pertumbuhan fashion hijab di masa mendatang mempunyai masa depan yang cukup baik. Selain berkontribusi sebesar 18,01 persen pada perekonomian nasional, mode adalah salah satu dari tiga industri kreatif utama yang

berkontribusi pada pertumbuhan domestik bruto (PDB). (Munaf T. , 2018).

Penggunaan hijab telah menjadi bagian tak terpisahkan dari warisan budaya dan tradisi yang kaya di Indonesia, terutama di Yogyakarta. Seiring berjalannya waktu, tren dalam dunia fashion hijab berkembang dengan cepat, menjadi elemen kunci dalam mengekspresikan diri, identitas, dan keyakinan individu. Namun, di tengah tantangan perubahan iklim dan krisis lingkungan global, perlu bagi industri mode, terutama bisnis hijab, untuk mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan.

Industri fashion konvensional seringkali melibatkan proses produksi



Gambar 2. Jumlah Kasus Berdasarkan Jenis Pencemaran LBH Surabaya 2019

yang berpotensi merusak lingkungan, seperti penggunaan bahan kimia berbahaya, akumulasi limbah tekstil yang tidak dapat terurai, dan dampak perubahan iklim akibat transportasi.

Oleh karena itu, ada urgensi untuk mengadopsi pendekatan berkelanjutan atau fashion yang ramah lingkungan dalam menjalankan bisnis fashion, khususnya bisnis hijab. Membangun bisnis hijab dengan fokus pada prinsip-prinsip keberlanjutan adalah langkah yang bijak dan bertanggung jawab dalam dunia fashion. Selain berkontribusi pada pelestarian lingkungan, ini juga membuka peluang untuk memperluas pasar dan mendapatkan dukungan dari konsumen yang semakin peduli dengan isu keberlanjutan. Dengan menghadirkan produk hijab yang berorientasi pada lingkungan dan berkelanjutan, hijab Lauree memiliki potensi untuk menjadi pelopor dalam membawa perubahan positif

Lauree adalah sebuah brand bisnis hijab yang memiliki makna dari Bahasa Perancis yaitu pohon salam. Kaitannya pohon salam dengan konsep sustainable fashion yang dibangun untuk brand Lauree ini secara tidak langsung dapat dipahami dalam konteks upaya menerapkan prinsip-prinsip berkelanjutan dalam industry mode. Hal ini disebabkan oleh pesatnya pertumbuhan industri fashion hijab yang penuh persaingan. Kesempatan ini memberikan dorongan untuk menciptakan inovasi dalam fashion hijab yang berkelanjutan. Secara umum, dalam industri fashion, ada dua konsep yang berbeda, yaitu fast fashion dan slow fashion. Perusahaan besar yang menganut fast fashion telah mengubah lanskap mode global dengan produksi berlebihan, harga yang lebih terjangkau, dan siklus tren yang lebih cepat (Jin, 2014). Namun, pertumbuhan fast fashion tanpa disadari telah memberikan dampak negatif pada lingkungan. Oleh karena itu, saat ini industri fashion sedang beralih menuju konsep slow fashion. Slow fashion, juga dikenal sebagai sustainable fashion atau eco-fashion, adalah konsep berkelanjutan dalam industri fashion yang bertujuan untuk memaksimalkan dampak positif dan mengurangi dampak negatif pada lingkungan, masyarakat, dan ekonomi (Karen Ka-Leung Moon a, 2013)

Dalam konteks ini, Lauree berkomitmen untuk menerapkan konsep sustainable fashion mulai dari pemilihan bahan baku produksi hingga pendistribusiannya. Bahan baku yang akan digunakan untuk menghasilkan hijab Lauree adalah Cotton Bamboo, Cotton Bamboo merupakan jenis bahan kaos yang terbuat dari campuran serat bambu dan serat katun, yang membedakannya dari bahan kaos lainnya. Biasanya, kaos dibuat dari serat kapas, tetapi Cotton Bamboo menggunakan serat bambu sebagai bahan dasarnya, sehingga dinamai demikian. Bahan ini terdiri dari campuran 30% serat katun dan 70% serat bambu, dengan gramasi berkisar antara 150-160 gsm, memberikan tekstur yang tidak terlalu tebal atau tipis, ideal untuk berbagai kebutuhan kaos. Selain digunakan sebagai bahan kaos, Cotton Bamboo juga populer dalam industri konveksi untuk pembuatan pakaian bayi, selimut, dan sprei. Hal ini karena tekstur permukaannya yang halus dan

nyaman, serta tidak menyebabkan iritasi pada kulit bayi, menjadikannya pilihan aman untuk pakaian bayi. Meskipun memiliki kualitas yang premium dan dapat bersaing dengan cotton combed, harga Cotton Bamboo cenderung lebih tinggi karena kualitas bahannya yang unggul.

Sustainable fashion pada bisnis hijab mengacu pada praktik-praktik yang bertujuan untuk menghasilkan produk hijab yang lebih ramah lingkungan dan sosial. Tujuan utama dari sustainable fashion adalah untuk mengurangi dampak negatif industri fashion terhadap lingkungan dan masyarakat, sambil tetap memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari pakaian hijab yang modis dan sesuai dengan nilai-nilai mereka.

Bagian keuangan menjadi salah satu bagian terpenting dalam sebuah agar bisnis bisaberjalan sesuai dengan target yang ingin dicapai perusahaan. Bagian keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan dengan beberapatujuan secara menyeluruh untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut (Rangkuti,2008), analisis kelayakan aspek keuangan dalam bisnis bertujuan untuk mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan aliran kas serta sumber dana dan proyeksi keuangan, baikpemasukan ataupun pengeluaran yang mungkin terjadi selama masa produksi dan operasional proyek yang direncanakan.

Pada perintisan bisnis Luree hijab yang akan dilakukan dengan mengusung konsep *sustainable* pastinya membuat bagia keuangan harus memaksimalkan pengelolaan keuangannya, seperti pada pengelolaan modal untuk dibelanjakan bahan baku yang berkualitas dan mengandung serat alami yang tentunya harga pasarannya juga lebih tinggi, perhitungan pemberian gaji dan bonus yang untuk karyawan dengan nominal yang sudah ditetapkan dengan memperhatikan kesejahteraan karyawan tersebut, pembuatan perhitungan harga pokok penjualan melihat dari biaya produksi yang dihabiskan ditambah dengan biayapemasaran, danbiaya operasional lainnya yang dibutuhkan.

Brand	LAUREE	NADIRAA HIJAB
Layanan	Barang	Barang
Konsumen Target	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi Demografis: Perempuan mulai usia 16 tahun Sampai 50 tahun. 2. Segmentasi Geografis: Lauree menggunakan media online, jadi jangkauan geografisnya dapat menyeluruh ke seluruh Indonesia dengan transaksi online. 3. Segmentasi Psikografis: Pengguna hijab yang peduli 4. tentang lingkungan dan pelanggan yang mengutamakan produk berkelanjutan dan ramah lingkungan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelajar 2. Mahasiswi 3. Ibu rumah tangga 4. Pekerja
Tipe Kompetitor	Pesaing Langsung	Pesaing Langsung
Diferentiator (Pembeda antara Lauree dengan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan kualitas hijab yang terbaik dengan menggunakan bahan yang ramah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain hijabnya mengikuti pada setiap <i>trend model</i>.

Kompetitor)	<p>lingkungan.</p> <p>2. Konsumen dapat merasakan kenyamanan dalam menggunakan desain hijab yang diciptakan dengan model desain yang timeless dan memudahkan.</p> <p>3. Keterlibatan dalam gerakan lingkungan dan sosial kemasyarakatan</p>	<p>2. Karakter bahannya tidak jauh berbeda dengan yang ada di pasaran, dan dominannya mengandung polyester.</p> <p>3. Packaging masih menggunakan plastik.</p> <p>4. Memiliki banyak model dan warna dengan kuantitas yang tinggi.</p>
Strategi Marketing (Lauree dengan Kompitor)	<p>1. <i>Social Media</i></p> <p>2. <i>Marketplace</i></p> <p>3. Kolaborasi dengan brand</p>	<p>1. <i>Social Media</i></p> <p>2. <i>Marketplace</i></p>
Kekuatan (Lauree dengan Kompitor)	<p>1. Memiliki kualitas yang terbaik.</p> <p>2. Produk memfokuskan pada desain</p>	<p>1. Memiliki desain toko</p> <p>2. Jam buka tetap</p> <p>3. Produk hijab yang</p>

	<p>yang timeless dan memudahkan dalam beraktivitas.</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki produk dengan sistem ready stock. Packaging menggunakan kain kanvas atau kain yang berasal dari sisa potongan bahan yang di produksi. Penjualan di prioritaskan untuk online guna mempermudah transaksi. 	<p>bervariasi</p> <ol style="list-style-type: none"> Harga mengikuti pasar Memiliki produk ready stock Lokasi strategis dekat area Seturan belakang UPN
<p>Kelemahan (Lauree dengan Kompitor)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Kurang terpenuhinya permintaan konsumen pada produk. Kurangnya pilihan warna pada produk. 	<p>Kurangnya quality control pada produk.</p>

Berdasarkan analisis tabel 1 dapat disimpulkan bahwa Lauree dan Nadiraa Hijab keduanya berfokus pada penyediaan barang dengan fokus utama pada hijab. Namun, Nadiraa Hijab juga menawarkan produk fashion selain hijab. Lauree menargetkan konsumen perempuan berusia 16-50 tahun yang peduli terhadap lingkungan dan mencari produk berkelanjutan, sedangkan Nadiraa Hijab

menargetkan pelajar, mahasiswi, ibu rumah tangga, dan pekerja. Lauree membedakan diri dari kompetitornya dengan menekankan kualitas hijab terbaik, desain yang timeless, serta keterlibatan dalam gerakan lingkungan sosial. Di sisi lain, Nadiraa Hijab mengikuti trendesain terbaru, menawarkan banyak pilihan warna dan model hijab, tetapi kurang dalam kontrol kualitas produknya. Keduanya menggunakan strategipemasaran yang serupa melalui media sosial dan marketplace. Lauree memiliki keunggulan dalam kualitas produk, desain yang inovatif, dan fokus pada produk ramah lingkungan, sementara Nadiraa Hijab memiliki keunggulan dalam variasi produk dan tren terkini. Dalam menghadapipersaingan, Lauree dapat meningkatkan diversifikasi produk dan strategi pemasaran berkelanjutan, sedangkan Nadiraa Hijab perlu fokus pada kontrol kualitas produknya untuk memperkuat posisinya di pasar.

B. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam penyusunan laporan bisnis ini, penulis menerapkan sistematika yang terbagi menjadi tiga bagian utama. Bagian pertama adalah bagian awal, yang mencakup sampul depan dengan identitas penulis, logo universitas, dan judul laporan. Sementara itu, bagian kedua merupakan inti dari laporan yang terdiri dari empat bagian terpisah, yakni Bab I, Bab II, Bab III, dan Bab IV.

Bab I menguraikan latar belakang ide bisnis yang diusulkan, proses analisis kelayakan bisnis, dan struktur laporan tugas akhir yang menjelaskan rancang bangun dan implementasi bisnis secara ringkas.

Pada bagian Bab II, membahas tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis yang terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, waktu pendirian, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis laporan ini berisikan tentang aspek-aspek keuangan pada bisnis Lauree Hijab.

Pada Bab III berisikan indentifikasi masalah dan pemecahan masalah yang terdiri dari mengindentifikasi masalah, pemecahan suatu masalah dan tinjauan teoritis. Pada bagian indentifikasi masalah ini membahas mengenai soslusi atau cara mengurangi permasalahan yang dihadapi pada bisnis tersebut. Pada bagian

pemecahan masalah menjelaskan tentang pendekatan atau teori apa yang digunakan dalam memecahkan suatu permasalahan yang terjadi. Sedangkan pada bagian teoritis ini membahas tentang teori tentang permasalahan yang muncul.

Pada Bab IV berisikan kesimpulan dan saran, menjelaskan mengenai kegiatan bisnis dengan secara umum dan saran kepada penulis sebagai calon sarjana yang akan berkecimpung pada bidang bisnis yang sama dengan yang dilakukan.

Pada bagian akhir terdapat penulis memaparkan mengenai daftar Pustaka dan lampiran – lampiran yang diperlukan dalam menjalankan bisnis tersebut.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Lauree Hijab, didirikan dengan visi menjadi pelopor dalam industri hijab yang berkelanjutan, menghadirkan dimensi baru dalam dunia fashion. Berdiri pada tahun 2023 sebagai perintisan bisnis untuk tugas akhir. Lauree Hijab memanfaatkan konsep sustainable fashion dan zero waste sebagai pondasi bisnisnya. Mengatasi seriusnya masalah pencemaran lingkungan oleh limbah pakaian, Lauree Hijab memprioritaskan keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi limbah produksi dan mengadopsi praktik produksi yang ramah lingkungan. Produk berkualitas tinggi menjadi tanda khas Lauree Hijab, tidak hanya memenuhi standar mode, tetapi juga memberikan pelanggan pengalaman baru yang tahan lama. Dengan program inovatif "Beli Satu Hijab, Tanam Satu Pohon," setiap pembelian hijab di Lauree Hijab berarti kontribusi langsung terhadap pelestarian lingkungan dengan menanam pohon. Selain memberdayakan pelanggan dengan pilihan gaya hijab yang unik, bisnis ini juga berkomitmen pada pemberdayaan masyarakat lokal dan pendidikan tentang keberlanjutan. Lauree Hijab tidak hanya menciptakan gaya, tetapi juga menginspirasi perubahan positif di dalam dan di luar dunia fashion, menjadikannya destinasi utama bagi mereka yang menghargai keindahan dan kesadaran lingkungan.

Pada zaman sekarang, dunia fashion dibagi menjadi dua konsep utama, yaitu fast fashion dan slow fashion. Fast fashion lebih fokus pada produksi pakaian yang cepat dan terinspirasi oleh tren musiman, tetapi seringkali mengorbankan kualitas, keberlanjutan, dan etika produksi. Sebaliknya, slow fashion lebih menekankan pada nilai-nilai seperti keberlanjutan dan kualitas tinggi. Mereka menggunakan proses produksi yang lebih lambat untuk menciptakan pakaian yang tahan lama dan ramah lingkungan. Perbedaan mendasar antara keduanya menciptakan dinamika khusus dalam dunia fashion, yang menimbulkan pertanyaan tentang dampak lingkungan, dan social. Dampak terus-menerus dari produksi fast

fashion terlihat pada lingkungan, yang menyebabkan peningkatan volume sampah dan polusi. Sebagian besar limbah yang dihasilkan berasal dari produk fast fashion berupa limbah tekstil yang terbuat dari bahan polyester. Penelitian dari Institut Pertanian Bogor (IPB) menunjukkan bahwa sekitar 70% wilayah tengah Sungai Citarum tercemar oleh mikroplastik, terutama serat benang polyester. Oleh karena itu, United Nations merekomendasikan penggunaan bahan ramah lingkungan sebagai alternatif untuk mengurangi dampak limbah tekstil (*sumber: ITS Online*).

Lauree merupakan bisnis hijab yang bergerak di bidang fashion, hijab Lauree mengangkat inovasi berkelanjutan atau sustainability. Produk berkelanjutan dalam industri fashion mencakup produk yang diproduksi dengan cara yang ramah lingkungan, menggunakan bahan-bahan yang bersahabat dengan lingkungan, menjalani proses pemilihan bahan yang transparan, dan mendukung kesejahteraan pekerja dengan memberikan upah yang adil (*Goworek, 2011*).

Dalam sebuah bisnis, Lauree hijab memiliki sebuah Visi dan Misi, sebagai berikut:

1. Visi: Menjadikan Lauree hijab industry hijab yang berkelanjutan dengan menciptakan tren fashion yang ramah lingkungan tanpa mengurangi kualitas dan gaya.
2. Misi: Menyediakan produk hijab berkualitas tinggi yang di produksi secara etis, mendukung keberlanjutan dengan konsep zero waste, dan menjadikan setiap pembelian hijab sebagai Langkah konkrit dalam penanaman pohon untuk mendukung perlindungan terhadap lingkungan.

Tujuan utama dari bisnis Lauree hijab ini adalah menciptakan dampak positif dan berkelanjutan dalam tiga dimensi utama yaitu: lingkungan, konsumen, dan masyarakat. Bisnis ini memiliki tujuan yang mencerminkan komitmen penuh terhadap tanggung jawab social dan lingkungan:

1. Keberlanjutan Lingkungan
Pengurangan Limbah: Menekan dampak limbah pakaian dengan mengurangi dan mendaur ulang bahan, serta meminimalkan limbah produksi.
2. Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Produk Berkualitas Tinggi: Menawarkan hijab berkualitas tinggi yang tidak hanya memenuhi standar mode tetapi juga tahan lama, memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

3. Kontribusi Positif kepada Masyarakat:
 - a. Pemberdayaan Masyarakat: Melibatkan komunitas dalam rantai pasok dengan memberdayakan pekerja lokal dan mendukung praktik produksi yang etis.
 - b. Pendidikan tentang Keberlanjutan: Memberikan edukasi kepada pelanggan dan masyarakat tentang pentingnya keberlanjutan dalam dunia fashion dan dampak positif yang dapat dicapai melalui keputusan konsumen.

Dengan tujuan-tujuan ini, memberikan kontribusi pada perubahan positif terhadap lingkungan dengan memadukan keindahan fashion, kualitas produk, dan tanggung jawab lingkungan. Lauree hijab menjadi agen perubahan yang membawa kesadaran keberlanjutan ke dalam industri fashion hijab dan memberikan dampak positif yang nyata bagi lingkungan dan masyarakat.

Merintis sebuah bisnis yang mempunyai daya saing yang ketat dapat memberikan kesempatan bagi Lauree hijab dalam menciptakan keunggulan bisnisnya dari competitor lain. Fokus utama Lauree hijab ini adalah keberlanjutan dan tanggung jawab terhadap lingkungan, bisnis ini menawarkan produk yang ramah lingkungan dengan bahan baku yang teruji kualitasnya, selain itu juga memberikan kontribusi terhadap pelestarian lingkungan dengan program-program penanaman pohon. Hal ini dapat memberikan kesempatan bagi konsumen untuk bisa berkontribusi secara langsung dalam pelestarian lingkungan dalam pembelian hijab.

Lauree hijab merupakan nama brand yang diambil dari bahasa Perancis yaitu Pohon Salam. Namun, pohon salam dengan konsep sustainable memang tidak ada kaitannya secara langsung, hanya saja sebagai brand yang mengangkat isu tentang lingkungan, hal ini sangat cocok dikaitkan dengan pohon salam sebagai symbol dari brand Lauree. Untuk memajukan industri kreatif, diperlukan strategi dan inovasi yang terus-menerus, sehingga mampu bertahan dan bahkan unggul dibandingkan pesaing lainnya. Industri kreatif menekankan bahwa keunggulan produk adalah

faktor kunci dalam kesuksesan produk, terutama jika mitra dapat terus mengembangkan produknya untuk bersaing secara efektif di pasar global (Suhaeni, 2018). Mengangkat sebuah inovasi Sustainable adalah untuk mengurangi isu kerusakan pada lingkungan dan ketidakadilan kondisi yang dialami oleh mereka yang terlibat dalam proses produksi. Permasalahan lingkungan, seperti polusi air, penggunaan air yang berlebihan, dan pembuangan limbah produksi, merupakan beberapa faktor yang menyebabkan kerusakan pada lingkungan (Chanifathin Nidia, 2020). Dengan menggunakan strategi penerapan konsep sustainable selain mengurangi dampak pada lingkungan juga daya tahan produk yang lebih lama, meskipun harga lebih mahal tetapi memiliki kualitas yang baik.

Lauree hijab bertempat pada lokasinya sendiri di Yogyakarta, namun untuk tempat produksinya terpisah yaitu di daerah Banyumas. Lauree hijab menggunakan sistem ready stock dalam menjalankan bisnisnya, metode yang digunakan oleh Lauree hijab adalah sustainable dan zero waste. Lauree mengangkat zero waste tentu untuk meminimalisir hasil sisa produksinya untuk dapat di manfaatkan kembali.

Lauree memiliki logo brand sebagai berikut



Gambar 3 Logo Lauree Hijab

- 1) lauree yg memiliki arti sebuah brand yang berasal dari bahasa Perancis yang berarti "Pohon Salam". Hijab Lauree mengangkat konsep bisnis yang Sustainable, Dalam konteks ini, Lauree berkomitmen untuk menerapkan konsep sustainable fashion mulai dari pemilihan bahan baku produksi hingga pendistribusiannya.
- 2) pada tulisan hijab di bawah tulisan laure, Hijab berasal dari bahasa Arab yang kata dasarnya adalah hajaban yang berarti penghalang. hijab diartikan secara harfiah menurut keilmuan Islam, hijab lebih merujuk kepada tata cara berpakaian yang pantas sesuai dengan tuntunan agama dan hijab juga bisa

berarti suatu pembatas yang menutupi aurat, satu pakaian wajib bagi di gunakan bagi kaum perempuan, jadi untuk bisnis hijab bisa menjadi tren tersendiri di kalangan para remaja maupun ibu rumah tangga.

- 3) gambar daun salam melambangkan “Daun” yang berarti keteduhan dan “salam” yang berarti doa/keselamatan. Warna hijau pada daun salam melambangkan keteduhan dan kesegaran.
- 4) warna hitam pada tulisan melambangkan ke kekuatan, kemewahan & elegan. Filosofi warna hitam juga identik dengan sisi seksi dan anggun dari seorang wanita.

Anggota kelompok yang memiliki tugas dan peran masing-masing untuk menjalankan pengembangan bisnis Lauree untuk meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga, dan meningkatkan produktivitas. Lauree membagi tim kerja yang terdiri dari 3 anggota:

1. Ukhti Kurnia Ningrum: Riset dan Keuangan
2. Salma Salsabila Pratami : Produksi
3. Rennata Novianna Nur Hamidah : Pemasaran

B. Pelaksanaan Bisnis

Pelaksanaan perintisan bisnis Lauree hijab dilaksanakan pada bulan November 2023. Dalam perintisan bisnis ini penulis memiliki fokus pada bidang dan keuangan yang didalamnya terdapat beberapa bagian yang telah disesuaikan dengan kebutuhan jalanya bisnis ini pada bagian keuangan. Dalam penulisan ini penulis akan membahas beberapa aspek tugas bagian riset dan keuangan. Dalam penyusunan laporan ini penulis membagi menjadi tiga tahap utama yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Perencanaan

Pada perintisan bisnis, perencanaan keuangan memegang peran yang sangat krusial dalam menentukan kesuksesan jangka panjang. Dalam proses ini penting untuk merancang strategi keuangan yang tepat dan berkelanjutan untuk mendukung visi dan tujuan bisnis. Perencanaan keuangan yang cermat akan

membantu mengidentifikasi sumber daya finansial yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis dengan efisien. Hal ini meliputi perhitungan modal awal untuk pembelian bahan baku, pengeluaran operasional harian, serta estimasi pendapatan dan arus kas masa depan.

a. Riset Harga

Sebelum memasuki tahap pengembangan bisnis, penulis telah melakukan riset harga pasar pada beberapa ecommers mengenai range dan tingkat penjualan produk secara online. Melalui platform jual beli online seperti Shopee dan Tiktok Shop, kami melakukan observasi mendalam, memilih dua platform toko online yang paling sesuai dengan kebutuhan dan strategi bisnis Lauree Hijab. Dengan informasi ini, penulis dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam menentukan harga jual produk Lauree dan meningkatkan daya saing di pasar online. Berikut hasil observasi dan analisis kompetitor :

1. Bentangan Harga di Platform Ecommers

Tabel 1 Riset Harga Kompetitor

Toko 1	Toko 2	Toko 3	Toko 4	Toko 5
VASTR wear	Daissy Studio	saneeraofficial	Baby Loop	Daissy.id
Rp. 89.000	Rp. 90.000	Rp. 115.000	Rp. 149.00	Rp. 109.000
49,5 (177)	4,9/5 (411)	5/5 (4)	5/5 (4)	5/5 (10)
347 di shopee	1,3 rb di shopee	5 di shopee	8 di shopee	35 di shopee
shp.ee/rruu1j4	shp.ee/fm247is	shp.ee/65rJN6t	shp.ee/tdrq uyn	shp.ee/40mjj mc
Toko 6	Toko 7	Toko 8	Toko 9	Toko 10
Lyradyba.id	Lafiye	NabillaSyal	Velose Official	MyQueens_id

Rp. 84.835	Rp. 158.860	Rp. 111.860	Rp. 118.800	Rp. 90.000
5/5 (3)	5/5 (1,5k)	5/5 (39)	5/5 (419)	4,8 (33)
22 di Tiktokshop	7k di Tiktokshop	366 di Tiktokshop	1,5k di shopee	95 di shopee
s.id/2465s	s.id/2465H	s.id/2465V	shp.ee/4814 79y	shp.ee/2z8lln u

Berdasarkan tabel riset di atas penulis melakukan riset range harga komoditas secara online, penulis memperoleh hasil riset mengenai kisaran harga dari dua platform jual beli online yang berbeda. Terdapat kisaran harga diangka Rp. 80.000 sampai dengan harga Rp. 160.000.

Berdasarkan hasil riset harga yang telah dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa kisaran harga yang dijual oleh komoditas yang ada, maka penulis dan tim Lauree Hijab berdiskusi dan mengambil keputusan dalam penetapan harga untuk produk jenis shawl Lauree Hijab ditetapkan dengan harga Rp. 115.000. Keputusan ini didasarkan pada analisis komperhensif terhadap faktor-faktor seperti kualitas produk, harga pesaing, serta preferensi dan kemampuan pembeli potensial. Selain itu, penulis juga mempertimbangkan strategi penetapan harga yang memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal sambil tetap bersaing di pasar yang kompetitif.

2. Tingkat Penjualan Produk di Platform Ecommers

Tabel 2Riset Tingkat Penjualan

Toko 1	Toko 2	Toko 3	Toko 4	Toko 5
VASTR wear	Daissy Studio	saneeraofficial	Baby Loop	Daissy.id
49,5 (177)	4,9/5 (411)	5/5 (4)	5/5 (4)	5/5 (10)
347 di shopee	1,3 rb di shopee	5 di shopee	8 di shopee	35 di shopee
shp.ee/rruu1j4	shp.ee/fm247is	shp.ee/65rJN6t	shp.ee/tdrquyn	shp.ee/40mjjmc

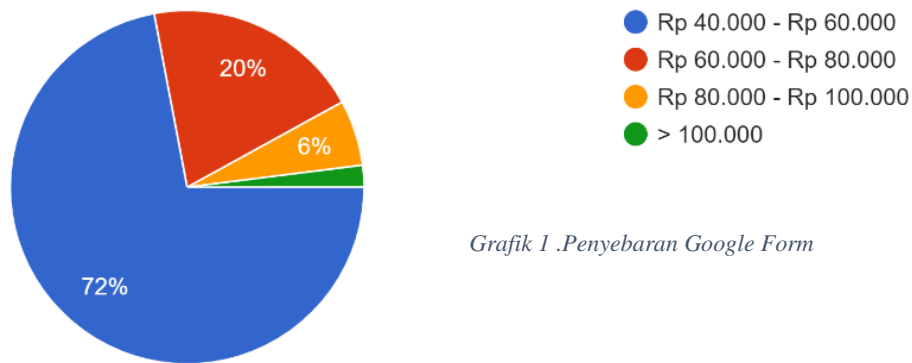
Toko 6	Toko 7	Toko 8	Toko 9	Toko 10
Lyradyba.id	Lafiye	NabillaSyal	Velose	MyQueens_id
5/5 (3)	5/5 (1,5k)	5/5 (39)	5/5 (419)	4,8 (33)
22 di Tiktokshop	7k di Tiktokshop	366 di Tiktokshop	1,5k di shopee	95 di shopee
s.id/2465s	s.id/2465H	s.id/2465V	shp.ee/48l479y	shp.ee/2z8llnu

Pada table diatas penulis melakukan riset mengenai tingkat penjualan hijab yang menawarkan konsep dan bahan ramah lingkungan pada platform ecommers yang ada, pada riset ini terdapat hasil mengenai tingkat penjualan hijab ramah lingkungan berkisar diangka 5 pcs sampai dengan 7.000 pcs terjual.

Berdasarkan hasil riset tingkat penjualan hijab ramah lingkungan yang telah dilakukan oleh penulis, menunjukkan hasil yang positif dari tingkat penjualan hijab ramah lingkungan yang dijual oleh komoditas yang ada. Maka dengan adanya hasil tersebut dapat mendukung Lauree Hijab dalam melaksanakan usaha dibidang tersebut. Selain itu, hal ini juga mencerminkan pergeseran perilaku konsumen menuju produk yang ramah lingkungan, yang merupakan peluang besar bagi Lauree hijab untuk memperkuat citra merek sebagai pelopor hijab yang peduli lingkungan.

3. Penyebaran Google Form

Dalam proses riset harga tim Lauree hijab juga menyebarkan google form dengan menunjukkan sample produk hijabnya untuk mengetahui minat calon konsumen terhadap produk dan kisaran harga yang sesuai menurut responden. Dengan memanfaatkan data survey ini, kami dapat memperoleh wawasan mengenai persepsi pasar terhadap produk Lauree, memahami preferensi konsumen dan menyesuaikan strategi harga produk Lauree Hijab untuk memenuhi kebutuhan pasar secara optimal. Selain itu, partisipasi responden dalam survey ini membantu membangun hubungan baik antara Lauree Hijab dan konsumen potensial, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan memperkuat loyalitas dalam jangka Panjang.



Grafik 1 .Penyebaran Google Form

Hasil riset diatas menunjukkan bahwa dari total 50 responden, 36 responden dengan presentase sebesar 72% memilih range harga Rp. 40.000 – Rp. 60.000, 10 responden dengan presentase 20% memilih range harga Rp. 60.000 – Rp. 80.000, 3 responden dengan presentase 6% memilih range harga Rp. 80.000 – Rp. 100.000, dan 1 responden dengan presentase 2% memilih range harga > Rp. 100.000. berdasarkan penjelasan diatas range harga yang paling diminati oleh responden ialah Rp. 40.000 – Rp. 60.000. Hasil riset ini memberikaan pandangan yang komperhensif tentang preferensi harga konsumen, memungkinkan tim Lauree Hijab untuk menyesuaikan strategi penetapan harga agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keingan pasar yang beragam.

a. Menganalisis Aspek Keuangan

Menganalisa aspek keuangan merupakan aspek yang sangat penting untuk dilakukan bagi setiap divisi keuangan pada suatu perusahaan atau bisnis. Dalam menganalisa suatu bisnis diperlukan beberapa indikator penting yang harus dilakukan untuk menilai tingkat kelayakan pada suatu bisnis. Oleh karena itu perlu menentukan beberapa indikator pada aspek keuangan bisnis Lauree Hijab yaitu Pertama adalah modal, yang merupakan jumlah dana yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan operasi bisnis. Modal yang cukup penting untuk memastikan kelancaran operasional dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Selanjutnya, fixed cost merupakan biaya-biaya yang tidak berubah terlepas dari

volume produksi atau penjualan. Selain itu, variable cost adalah biaya yang berubah seiring dengan volume produksi atau penjualan, seperti bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Total cost adalah jumlah dari fixed cost dan variable cost, yang merupakan biaya total yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis. Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah biaya total untuk menghasilkan barang atau jasa yang dijual, yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harga jual produk. Terakhir, Break Even Point (BEP) adalah titik di mana pendapatan total sama dengan total biaya, menunjukkan kapan bisnis akan mulai mencapai titik impas dan menghasilkan keuntungan. Dengan memahami dan memantau indikator-indikator ini, divisi keuangan Lauree Hijab dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan strategis untuk mengelola keuangan perusahaan dan mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

1. Modal atau Sumber Dana

Dalam pengumpulan modal awal tim Lauree Hijab bersepakat mengumpulkan modal awal sebesar Rp. 1.500.000,- dengan menggunakan akad Musyarakah, dan pembagian nisbah bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Keputusan menggunakan akad Musyarakah dalam pengumpulan modal awal dipilih karena memungkinkan untuk berbagi resiko dan keuntungan secara adil diantara semua anggota tim. Adapun Rukun Akad Musyarakah yaitu :

- 1) Ijab Kabul/Shighat
- 2) Pihak-pihak yang berakad/Aqidain (Tim Lauree Hijab)
- 3) Objek Akad/Mauqud Alaih (Modal)
- 4) Bagi Hasil/Nisbah (Tim Lauree Hijab)

Skema Musyarakah



Gambar 4 Skema Musyarakah

Setiap anggota tim berkontribusi dalam permodalan awal bisnis lauree hijab. Penulis dan tim sepakat untuk mengumpulkan modal sampel sebesar Rp. 83.000 per orang, sehingga diperoleh modal awal untuk pembuatan sampel Rp. 274.000. dan modal yang digunakan untuk produksi ialah sebesar Rp. 500.000 per orang, sehingga diperoleh modal awal untuk produksi Rp. 1.500.000.

Tabel 3 Modal Awal

Tanggal	Nama	Modal	Keterangan
21-11-2023	Salma Salsabila	Rp. 83.000	Modal Sample
21-11-2023	Rennata Noviana	Rp. 83.000	
21-11-2023	Ukhti Kurnia	Rp. 83.000	
06-01-2024	Salma Salsabila	Rp. 500.000	Modal Produksi
06-01-2024	Rennata Noviana	Rp. 500.000	
06-01-2024	Ukhti Kurnia	Rp. 500.000	

Presentase Bagi Hasil

Tabel 4 Presentase Bagi Hasil

<p>Pemilik Modal 1 = Rp. 500.000 X 100 % = 30 % Rp. 1.500.000</p>
<p>Pemilik Modal 2 = Rp. 500.000 X 100 % = 30 % Rp. 1.500.000</p>

Pemilik Modal 3 = Rp. 500.000 X 100 % = 30 %

Rp. 1.500.000

Pada tabel diatas, tim Lauree Hijab menyepakati untuk meembagi keuntungan pemilik modal, dimana masing-masing akan menerima 30% dari total keuntungan. Jadi total jumlah keuntungan untuk para pemilik modal 90%, sementara 10% sisanya akan dialokasikan sebagai dana kas sesuai kesepakatan. Pembagian presentase penggunaan biaya dari modal tersebut adalah sebagai berikut:

- Biaya produksi
- Biaya operasional
- Biaya promosi

Pada bulan November, tim Lauree Hijab telah melakukan pembahasan mengenai jumlah modal yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis Lauree Hijab ini. Diskusi ini ditujukan untuk memastikan ketersediaan dana yang cukup untuk membeli bahan yang diperlukan dalam pembuatan hijab Lauree dan untuk memenuhi kebutuhan lainnya seperti biaya produksi, biaya promosi, biaya operasional dan kebutuhan yang tidak terduga.

2. *Fixed Cost*

Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan pengeluaran biaya yang jumlahnya tidak berubah dan tidak dapat dipengaruhi oleh perubahan output kegiatan atau aktivitas bisnis. Dalam tahap awal perintisan bisnis, Lauree Hijab tidak mengalami biaya tetap yang signifikan. Hal ini karena Lauree Hijab beroperasi dalam skala yang relatif kecil dan belum memiliki aset tetap yang memerlukan pembayaran rutin, seperti sewa kantor atau gaji karyawan tetap. Dengan tidak adanya biaya tetap yang signifikan, struktur biaya Lauree Hijab menjadi lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan dalam tingkat produksi atau penjualan. Hal ini memungkinkan penulis untuk mengelola kas dengan lebih efisien dan mengurangi risiko finansial selama tahap awal perintisan bisnis.

3. Variable Cost

Biaya variable (*variable cost*) adalah biaya yang akan berubah tergantung pada perubahan proporsional pada tingkat aktivitas dari suatu bisnis. Hal ini tergantung pada permintaan dan penawaran barang ataupun jasa. Untuk melihat variable cost dapat menentukan instrumen pengeluaran saat bisnis bertambah atau berkurang. Meskipun biaya variabel dapat berubah seiring dengan aktivitas bisnis, Lauree Hijab tetap berkomitmen untuk mengendalikan biaya ini dengan cermat. Penulis akan melakukan evaluasi yang teratur terhadap setiap komponen biaya variabel dan mencari cara untuk meningkatkan efisiensi operasional guna meminimalkan biaya yang tidak perlu.

Tabel 5 Variable Cost

No	Nama Barang	Jumlah / keterangan		Harga Satuan	Jumlah Harga
1.	Endorse	1	Unit	Rp 200.000	Rp 200.000
2.	Shopee Ads	30	Hari	Rp 30.000	Rp 300.000
3.	Operasional	1	Unit	Rp	Rp 200.000
4.	Talent	1	Unit	Rp 150.000	Rp 150.000
5.	Bahan	32	Unit	Rp 34.000	Rp 1.088.000
6.	Biaya Produksi	32	Unit	Rp 10.000	Rp 320.000
7.	Pouch	32	Unit	Rp 3.000	Rp 96.000
8.	Packaging pengiriman	32	Unit	Rp 1.000	Rp 32.000

9.	Label	32	Unit	Rp 1.000	Rp 32.000
10.	Hangtag	32	Unit	Rp 1.000	Rp 32.000
11.	Bibit pohon salam	32	unit	Rp 3.000	Rp 96.000
TOTAL					Rp 2.546.000 0

Pada tabel variable cost tersebut diatas terdapat empat poin yang menjadi fokus utama dalam operasional bisnis Lauree Hijab yang terdiri dari endors influencer, iklan shopee, biaya operasional, biaya kerjasama dengan talent biaya pembelian bahan baku, biaya produksi, pembelian pouch, packaging pengiriman, label, Hangtag, dan bibit pohon salam. Dan poin-poin diatas bisa berubah ubah pada biaya pengeluarannya disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran dan perkembangan bisnis. Misalnya jika Lauree Hijab melakukan kampanye pemasaran besar-besaran, maka biaya iklan dan promosi mungkin akan meningkat.

4. Total Cost

Biaya total (*Total Cost*) adalah jumlah dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang baik biaya tetap ataupun biaya variable digunakan untuk mengetahui jumlah total biaya yang dikeluarkan pada suatu bisnis. Dapat disimpulkan bahwa *Total Cost* adalah hasil dari penggabungan biaya *Fixed Cost* dan *Variable Cost*.

Tabel 6 Total Cost

No	Jenis	Jumlah
1	<i>Fixed Cost</i>	-
2	<i>Variabel Cost</i>	Rp. 2.546.000
	Total Cost	Rp. 2.546.000

Pada perhitungan table *total cost* diatas jumlah yang dibutuhkan bisnis Lauree Hijab dalam memproduksi 1 periode sebesar Rp 2.546.000. Hasil Total cost merupakan hasil penjumlahan dari *variable cost* dan *fixed cost*. Dengan mengetahui total cost ini, Lauree Hijab dapat melakukan perencanaan keuangan yang lebih baik untuk mengelola biaya produksi dan mengoptimalkan keuntungan. Analisis terhadap total cost juga membantu dalam menentukan harga jual yang tepat, sehingga dapat mencapai titik impas (break even point) lebih cepat dan meningkatkan profitabilitas bisnis secara keseluruhan.

5. Penjualan (HPP)

Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah biaya total yang dikeluarkan oleh sebuah bisnis untuk memproduksi barang atau menyediakan layanan tertentu, mencakup biaya langsung dan tidak langsung terkait dengan proses produksi. HPP merupakan indikator yang sangat penting untuk menentukan sebuah bisnis yang dijalankan apakah mengalami keuntungan atau kerugian.

Tabel 7 Harga Pokok Penjualan

NO	Barang	Jumlah	Jumlah Harga (Rp)
BAHAN PRODUKSI			
1	Bahan	8 KG	1.088.000
2	Biaya Produksi	32 pcs	320.000
3	Label	32 pcs	32.000
4	Hangtag	32 pcs	32.000
5	Bibit Pohon Salam	32 pcs	96.000
KEMASAN			
1	Pouch	32 pcs	96.000
2	Packaging Pengiriman	32 pcs	32.000
Total HPP			Rp 1.696.000

$$\text{Harga Pokok Penjualan (HPP)} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit yang dihasilkan}}$$

$$\text{HPP} = \text{Rp. 1.696.000} / 32$$

$$= \text{Rp. 53.000}$$

Jadi HPP (Harga Pokok Penjualan) satuan produk Lauree Hijab adalah Rp. 53.000

6. Harga Penjualan

Dalam menentukan harga jual produk penulis perlu mempertimbangkan beberapa faktor yang meliputi biaya produksi, biaya pemasaran dan kondisi pasar yang ada. Penetapan harga yang tepat adalah kunci untuk mencapai profitabilitas yang diinginkan serta memenangkan persaingan di pasar. Harga jual merupakan hasil akumulasi dari berbagai komponen, termasuk harga pokok penjualan (HPP) yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan overhead produksi lainnya. Selain itu, biaya pemasaran juga harus dipertimbangkan, seperti biaya iklan, promosi dan distribusi. Dengan memperhitungkan semua faktor ini secara cermat, penulis dapat menetapkan harga jual yang kompetitif namun juga menguntungkan. Harga jual yang optimal harus mencakup semua biaya yang terlibat dalam produksi dan pemasaran produk, serta memberikan margin keuntungan yang memadai untuk menjamin kelangsungan bisnis. Penetapan harga yang tepat akan membantu Lauree Hijab untuk mencapai tujuan profitabilitas sambil memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pasar.

$$\text{Harga Jual} = \text{HPP} + \text{Biaya Pemasaran} + \text{Profit 30\%}$$

$$\text{HPP} = \text{Rp. 53.000}$$

$$\text{Biaya Pemasaran} = \text{Rp. 850.000} / 32$$

$$= \text{Rp. 26.500}$$

$$\text{Profit 30\%} = \text{Rp. 35.500}$$

Harga Jual	= Rp. 115.000
------------	---------------

Penetapan harga jual produk Lauree Hijab tidak sepenuhnya sesuai dengan hasil riset yang telah dilakukan terhadap harga kompetitor. Hal ini disebabkan oleh pertimbangan strategis yang diambil oleh penulis bersama tim pemasaran Lauree Hijab. Penulis memutuskan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga yang ditawarkan oleh kompetitor, sebagai bagian dari strategi pemasaran yang mencakup penerapan diskon pada setiap pembelian untuk lebih menarik pembeli. Strategi pemberian diskon diharapkan dapat menciptakan persepsi nilai lebih di mata konsumen, sehingga mereka merasa mendapatkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang lebih terjangkau. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk, mendorong loyalitas pelanggan, dan memperluas pangsa pasar Lauree Hijab.

7. Diskon

Dalam upaya meningkatkan daya tarik produk dan mendorong penjualan, penulis berdiskusi dengan bagian pemasaran dalam mengimplementasikan strategi diskon yang tepat. Diskon merupakan metode promosi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan mempercepat putaran stok produk. Dengan memberikan diskon, Lauree Hijab dapat menciptakan insentif bagi konsumen untuk membeli produk Lauree terutama untuk menarik pelanggan baru. Namun, penting bagi Lauree Hijab untuk mengelola strategi diskon agar tidak mengurangi nilai merek dan merusak margin keuntungan.

Tabel 8 Diskon

No	Jenis Diskon	Presentase	Periode
1	Grand Launching	20%	29 feb – 1 mar 2024
2	Ikuti Saya	25%	3 Mar 2024
3	For Marhaban ya Ramadhan	15%	8 Mar – 10 Mar 2024
4	Free Promo Harian	10%	21 Mar – 23 Mar

			2024
5	Sale Ramadhan	10%	29 Mar – 14 Apr 2024
6	Day Sale	10%	22 Apr – 28 Apr 2024

Divisi keuangan bertanggung jawab atas pengelolaan diskon dengan cermat. Penulis melakukan analisis terhadap dampak finansial dari pemberian diskon, termasuk perhitungan terhadap pengurangan pendapatan dan margin keuntungan yang dihasilkan dari setiap transaksi. Sebelum menentukan besarnya diskon penulis juga mempertimbangkan beberapa faktor yang relevan. Pertama-tama, penulis melakukan analisis terhadap harga pesaing di platform serupa untuk memahami tren diskon yang ada dan memastikan bahwa penawaran yang diberikan tetap kompetitif. Selain itu, penulis juga memperhitungkan margin keuntungan yang diinginkan serta biaya operasional terkait penjualan di platform tersebut, seperti biaya iklan, biaya pengiriman, dan komisi penjualan. Dengan memperhatikan semua faktor ini, penulis dapat menetapkan diskon yang menarik bagi konsumen namun tetap menguntungkan bagi Lauree Hijab.

8. *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (BEP) adalah keadaan di mana suatu perusahaan atau bisnis tidak menghasilkan keuntungan atau mengalami kerugian dalam kegiatan operasionalnya. Artinya, pendapatan yang diperoleh sama dengan biaya yang dikeluarkan, sehingga tidak ada laba atau rugi pada titik tersebut. Oleh karena itu, analisis *Break Even Point* (BEP) diperlukan untuk menentukan titik impas keuangan suatu bisnis. Ini penting untuk mengetahui tingkat aktivitas bisnis di mana pendapatan dari penjualan sama dengan total biaya variabel dan biaya tetapnya, atau dengan kata lain, di mana bisnis mencapai titik impas. Dalam menghitung *Break Even Point* (BEP) untuk bisnis Lauree Hijab, perlu diperhitungkan jumlah dari beberapa indikator seperti biaya tetap, biaya variabel, dan harga pokok penjualan (HPP) yang telah ditentukan. Berikut adalah perhitungan titik impas untuk bisnis Lauree Hijab.

Rumus perhitungan BEP dalam Unit :

BEP (Unit) = Biaya Tetap / (Harga Jual per unit - Biaya Variabel per unit)

BEP (Unit) = Rp 2.546.000 / (Rp 115.000 - Rp 0)

BEP (Unit) = 22.14

Berdasarkan asumsi semua biaya bersifat tetap, BEP diperkirakan 22 unit. Artinya, perusahaan perlu menjual minimal 22 unit produk untuk menutupi total biaya tetap per periode (Rp 2.546.000). Dengan mengetahui BEP, Lauree Hijab dapat menentukan target penjualan yang realistis untuk mencapai titik impas dan mulai menghasilkan keuntungan. Selain itu, pemahaman tentang BEP juga memungkinkan tim keuangan untuk merencanakan strategi penjualan yang efektif, termasuk penetapan harga yang sesuai dan alokasi sumber daya yang optimal, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas bisnis secara keseluruhan.

2. Pelaksanaan

Dalam bisnis aspek keuangan menjadi salah satu aspek yang penting, karena keuangan merupakan salah satu penopang utama dalam pelaksanaan bisnis. Sebagai bagian dari upaya untuk menjaga kesehatan keuangan dan keberlanjutan bisnis, penulis telah menyusun laporan yang mendetail mengenai pelaksanaan bisnis di bidang keuangan. Dalam pelaksanaan bisnis ini penulis menyusun laporan tentang pelaksanaan bisnis dibidang keuangan yang meliputi beberapa hal diantaranya :

a. Pencatatan Laporan Keuangan

Dalam operasional bisnis, penting untuk melakukan pencatatan secara rinci untuk memantau aliran kas, transaksi pembelian dan aktivitas bisnis lainnya. Dengan pencatatan yang tepat maka dapat mempermudah analisis transaksi dan memungkinkan tim Lauree Hijab untuk mengidentifikasi aspek keuangan dalam bisnis dengan baik. Dalam pencatatan laporan keuangan, penulis mencatatnya dengan cara yang sederhana agar memudahkan pemahaman terhadap pembukuan bisnis tersebut. Pencatatan pendapatan dan pengeluaran dilakukan secara periodik dilakukan secara berkala, kemudian pencatatan laporan keuangan dilakukan secara periodik setiap periode produksi. Dengan sistem pencatatan sederhana ini, Lauree

Hijab dapat memantau kesehatan keuangan perusahaan dengan lebih efisien, membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi keuangan yang tersedia. Selain itu, dengan mencatat laporan keuangan secara berkala, penulis dapat memperoleh pemahaman tentang Kesehatan keuangan bisnis.

1. Pendapatan dan Pengeluaran November

Tabel 9 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan November

REKAP BULANAN LAUREE HIJAB NOVEMBER 2023					
N O	TANGGAL	URAIAN	PEMASUKAN	PENGELUARAN	SALDO
1	21-Nov	Iuran I	Rp 274,000		Rp 274,000
2	21-Nov	Sample kain	Rp -	Rp 274,000	Rp -

Pada bulan November 2023 Penulis beserta tim Lauree Hijab melakukan survey bahan baku untuk hijab, kemudian memutuskan untuk membeli sample kain *Tencel* dan kain *Bamboo* masing-masing 1 kilogram untuk dilakukan percobaan pembuatan sample hijab. Yang mana total dari 2 kilogram kain tersebut adalah Rp. 274.000 dan tim Lauree Hijab bersepakat untuk melakukan iuran rata untuk membayar pembelian bahan sample tersebut.

2. Pendapatan dan Pengeluaran Januari

Tabel 10 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan Januari

REKAP BULANAN LAUREE HIJAB JANUARI 2024					
NO	TANGGAL	URAIAN	PEMASUKAN	PENGELUARAN	SALDO
					Rp
1	6-Jan	Modal	Rp 1,500,000	Rp -	1,500,00 0
2	22-Jan	Pembelian Bahan	Rp -	Rp 942,600	Rp 557,400
3	30-Jan	DP Pouch	Rp -	Rp 100,000	Rp 457,400
4	31-Jan	Pelunasan Pouch	Rp -	Rp 50,000	Rp 407,400

Pada bulan Januari 2024 tim Lauree Hijab mengambil Langkah dengan melakukan pendanaan dengan cara melakukan pengumpulan modal dari pihak-pihak yang berakad yaitu tim Lauree Hijab dengan menggunakan akad musyarakah sesuai dengan angka yang sudah ditentukan di awal saat tim Laure melakukan akad. Dana yang terkumpul dari hasil pengumpulan modal akan dikumpulkan pada satu rekening kosong agar mudah dalam melakukan pencatatan dan menganalisis uang masuk dan keluar melalui *mobile banking*. Kemudian pada bulan ini juga melakukan pembelian bahan baku kain untuk pembuatan hijab dan juga pembelian pouch packaging.

3. Pendapatan dan Pengeluaran Februari

Tabel 11 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan Februari

REKAP BULANAN					
LAUREE HIJAB					
FEBRUARI 2024					
NO	TANGGAL	URAIAN	PEMASUKAN	PENGELUARAN	SALDO
		SALDO AWAL			Rp 407,400
1	10-Feb	Pembelian Hangtag	Rp -	Rp 36,100	Rp 371,300
2	10-Feb	Pembelian Emblem	Rp -	Rp 30,500	Rp 340,800
4	16-Feb	Pembelian Hangtag	Rp -	Rp 21,500	Rp 319,300
5	20-Feb	Pembelian Pohon Salam	Rp -	Rp 43,500	Rp 275,800
6	28-Feb	Pembelian Plastik Packaging	Rp -	Rp 20,000	Rp 255,800

Pada bulan Februari tim Lauree Hijab sudah mulai melakukan produksi, di bulan ini juga melakukan beberapa transaksi pembelian untuk keperluan produksi. Dikarenakan modal awal yang dikeluarkan tidak mencukupi untuk pembayaran produksi periode ini, sehingga tim Lauree Hijab berdiskusi dengan pihak produksi untuk membayarkan biaya produksi pada saat sudah ada transaksi penjualan hijab pada bulan maret.

4. Pendapatan dan Pengeluaran Maret

Tabel 12 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan Maret

REKAP BULANAN LAUREE HIJAB MARET 2024					
NO	TANGGAL	URAIAN	PEMASUKAN	PENGELUARAN	SALDO
		SALDO AWAL			Rp 255,800
1	1-Mar	Endorse mutiaranajla	Rp -	Rp 174,000	Rp 81,800
2	1-Mar	Jahit Tag	Rp -	Rp 30,000	Rp 51,800
3	4-Mar	Talent Photoshoot	Rp -	Rp 100,000	-Rp 48,200
4	10-Mar	Endorse ameeraluna	Rp -	Rp 158,000	-Rp 206,200
5	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		-Rp 108,450
6	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		-Rp 10,700
7	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		Rp 87,050
8	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		Rp 184,800
9	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		Rp 282,550
10	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		Rp 380,300
11	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		Rp 478,050

12	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		Rp 575,800
13	14-Mar	Penjualan	Rp 97,750		Rp 673,550
14	16-Mar	Penjualan	Rp 94,817		Rp 768,367
15	31-Mar	Penjualan	Rp 103,500		Rp 871,867
16	31-Mar	Penjualan	Rp 103,500		Rp 975,367
17	31-Mar	Utang Produksi		Rp 356,000	Rp 619,367
					Rp 619,367

Pada tabel bulan maret diatas tim Lauree hijab sudah selesai melakukan produksi pertamanya. Pada bulan ini tim Laure Hijab juga banyak melakukan transaksi pengeluaran, terutama bagian pemasaran. Bagian pemasaran Lauree hijab menjalankan programnya di bulan ini diantaranya melakukan *endorse* terhadap beberapa *influencer* dan juga melakukan kerja sama *photoshoot* terhadap *talent* yang telah dipilih dan disepakati dengan tim Lauree Hijab. Pada bulan ini Lauree hijab juga sudah menerima beberapa penjualan hijab. Karena jumlah penjualan sudah cukup untuk membayar hutang biaya produksi, tim Lauree Hijab memutuskan untuk segera membayarkan hutang tersebut. Langkah ini mencerminkan komitmen Lauree Hijab dalam menjaga kesehatan keuangan perusahaan dan memastikan keteraturan dalam pembayaran utang. Dengan demikian, bulan Maret menjadi momen penting bagi Lauree Hijab sebagai awal yang positif dalam perjalanan bisnis mereka, di mana mereka berhasil menyelesaikan produksi pertama, melakukan langkah-langkah pemasaran yang efektif, dan mengelola keuangan perusahaan dengan baik.

5. Pendapatan dan Pengeluaran April

Tabel 13 Pendapatan dan Pengeluaran Bulan April

REKAP BULANAN					
LAUREE HIJAB					
Apr-24					
NO	TANGGAL	URAIAN	PEMASUKAN	PENGELUARAN	SALDO
		SALDO AWAL	Rp -	Rp -	Rp 619,367
1	4-Apr	Penjualan	Rp 100,395	Rp -	Rp 719,762
2	8-Apr	Penjualan	Rp 103,500	Rp -	Rp 823,262
3	9-Apr	Penjualan	Rp 103,500	Rp -	Rp 926,762
4	10-Apr	Penjualan	Rp 103,500	Rp -	Rp 1,030,262
					Rp 1,030,262

Pada tabel bulan April di atas, tercatat bahwa tidak terjadi pengeluaran apa pun selama periode tersebut. Meskipun demikian, terdapat beberapa transaksi penjualan yang terjadi. Meskipun tidak ada pengeluaran yang dicatat, penting untuk memahami bahwa keberadaan penjualan menandakan adanya arus kas masuk ke dalam bisnis. Meskipun bulan April tercatat sebagai periode dengan sedikit aktivitas pengeluaran, penjualan yang tetap terjadi menunjukkan bahwa bisnis masih mengalami aktivitas perdagangan dan potensial pendapatan. Hal ini menegaskan pentingnya pemantauan terhadap kedua sisi arus kas, baik masuk maupun keluar, guna memastikan keseimbangan keuangan yang optimal dalam perjalanan bisnis.

6. Laporan Arus Kas

Tabel 14 Laporan Arus Kas

LAUREE HIJAB	
<u>LAPORAN ARUS KAS</u>	
Arus Kas Kegiatan Operasional	
Arus Kas Masuk :	
Modal	Rp 1,774,000
Penjualan Maret	Rp 1,181,567
Penjualan April	<u>Rp 410,895</u>
Jumlah Arus Kas Masuk Kegiatan Operasional	Rp 3,366,462
Arus Kas Keluar :	
Sample kain	Rp 274,000
Pembelian Bahan	Rp 942,600
Pembelian (DP Pouch)	Rp 100,000
Pelunasan Pouch	Rp 50,000
Pembelian Hangtag	Rp 36,100
Pembelian Emblem	Rp 30,500
Pembelian Tali Hangtag	Rp 21,500
Pembelian Pohon Salam	Rp 43,500
Pembelian Plastik Packaging	Rp 20,000
Endorse mutiaranajla	Rp 174,000
Jahit Tag	Rp 30,000
Talent Photoshoot	Rp 100,000
Endorse ameeraluna	Rp 158,000
Utang Produksi	<u>Rp 356,000</u>
Jumlah Arus Kas Keluar Kegiatan Operasional	Rp 2,336,200
Saldo Kas Akhir Periode	Rp 1,030,262

Pada periode ini, Lauree Hijab mencatat total arus kas masuk dari kegiatan operasional sebesar Rp 3,366,462, yang terdiri dari modal awal sebesar Rp 1,774,000, penjualan bulan Maret sebesar Rp 1,181,567, dan penjualan bulan April sebesar Rp 410,895. Di sisi lain, arus kas keluar untuk berbagai keperluan operasional mencapai Rp 2,336,200. Pengeluaran ini meliputi biaya untuk sample kain, pembelian bahan, pembayaran down payment dan

pelunasan pouch, pembelian hangtag, emblem, tali hangtag, dan plastik packaging, serta pembelian pohon salam. Selain itu, biaya pemasaran seperti endorse, serta talent photoshoot, juga turut menyumbang pada arus kas keluar. Biaya jahit tag dan upah produksi juga tercatat dalam pengeluaran. Dengan pengelolaan yang baik, LAUREE HIJAB berhasil mempertahankan saldo kas akhir periode sebesar Rp 1,030,262.

7. Laporan Laba Rugi

Tabel 15 Laporan Laba Rugi

LAUREE HIJAB		
<u>LAPORAN LABA RUGI</u>		
PENJUALAN		Rp 1,592,462
HARGA POKOK PENJUALAN		<u>Rp 1,244,200</u>
LABA KOTOR		Rp 348,262
BEBAN :		
BEBAN PRODUKSI	Rp 356,000	
BIAYA ENDORS	Rp 332,000	
BIAYA JAHIT	Rp 30,000	
BIAYA SAMPEL	Rp 274,000	-
BIAYA TALENT	<u>Rp 100,000</u>	
TOTAL BEBAN		<u>Rp 1,092,000</u>
		-Rp 743,738

Pada periode ini, Lauree Hijab mencatat total penjualan sebesar Rp 1,592,462 dengan harga pokok penjualan sebesar Rp 1,244,200, sehingga menghasilkan laba kotor sebesar Rp 348,262. Namun, setelah memperhitungkan berbagai beban operasional, seperti beban produksi sebesar Rp 356,000, biaya endorse sebesar Rp 332,000, biaya jahit sebesar Rp 30,000, biaya sample sebesar Rp 274,000, dan biaya talent sebesar Rp 100,000, total beban

mencapai Rp 1,092,000. Akibatnya, Lauree mengalami rugi bersih sebesar Rp 743,738. Rugi ini menunjukkan bahwa meskipun bisnis berhasil mencapai penjualan yang cukup baik, beban operasional yang tinggi menyebabkan hasil akhir menjadi negatif. Evaluasi terhadap efisiensi biaya dan strategi pemasaran mungkin diperlukan untuk meningkatkan profitabilitas di masa mendatang.

8. Laporan Perubahan Modal

Tabel 16 Laporan Perubahan Modal

LAUREE HIJAB		
<u>LAPORAN PERUBAHAN MODAL</u>		
MODAL AWAL	Rp	1,774,000
RUGI USAHA	<u>-Rp</u>	<u>743,738</u>
MODAL AKHIR	Rp	1,030,262

Pada periode ini, LAUREE HIJAB memulai dengan modal awal sebesar Rp 1,774,000. Setelah memperhitungkan rugi bersih sebesar Rp 743,738 dari operasi selama periode tersebut, modal akhir perusahaan tercatat sebesar Rp 1,030,262. Ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan mengalami kerugian, modal yang tersisa masih cukup untuk mendukung kegiatan operasional dan pengembangan lebih lanjut.

9. Neraca

Tabel 17 Laporan Neraca

LAUREE HIJAB			
<u>NERACA</u>			
AKTIVA		PASIVA	
KAS	Rp 1,030,262	MODAL	Rp 3,844,000
		RUGI USAHA	-Rp 743,738
PERSEDIAAN	Rp 2,070,000		
	Rp 3,100,262		Rp 3,100,262

Pada akhir periode, Lauree Hijab memiliki total aktiva berupa kas sebesar Rp 1,030,262. Di sisi pasiva, memiliki modal awal sebesar Rp 1,774,000 dan mencatat rugi usaha sebesar Rp 743,738, yang mengurangi modal. Total pasiva, yang terdiri dari modal dikurangi rugi usaha, juga berjumlah Rp 1,030,262. Neraca ini menunjukkan keseimbangan antara aktiva dan pasiva, mencerminkan bahwa laporan keuangan disusun dengan benar dan posisi keuangan perusahaan terjaga meskipun ada kerugian usaha. Dengan modal yang masih ada, Lauree memiliki dasar yang cukup untuk terus beroperasi dan merencanakan langkah perbaikan.

3. Evaluasi

Pada akhir periode, penulis akan meninjau kembali berbagai aspek yang terkait dengan kinerja keuangan bisnis Lauree Hijab. Evaluasi ini mencakup analisis mendalam terhadap berbagai faktor kunci yang memengaruhi kesehatan keuangan perusahaan. Pertama-tama, peninjauan akan fokus pada biaya produksi, di mana penulis akan mengevaluasi efisiensi pengeluaran dalam memproduksi produk hijab. Dengan menganalisis biaya produksi secara rinci, Lauree Hijab dapat mengidentifikasi potensi penghematan dan efisiensi dalam rantai pasok mereka, sehingga meningkatkan profitabilitas. Selain itu, efektivitas program pemasaran akan menjadi fokus utama peninjauan. Penulis akan mengevaluasi kembali strategi pemasaran yang telah dilakukan, termasuk program endorse influencer dan kerjasama photoshoot dengan talent, untuk menentukan apakah strategi tersebut memberikan hasil yang diharapkan. Dengan memahami efektivitas program pemasaran, Lauree Hijab dapat menyesuaikan strategi mereka untuk meningkatkan eksposur merek dan meningkatkan penjualan. Penetapan harga jual produk juga akan diperiksa secara mendalam. Penulis akan membandingkan harga jual produk dengan biaya produksi dan permintaan pasar untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan nilai produk dan memungkinkan untuk mendapatkan margin keuntungan yang sehat. Terakhir, peninjauan akan mencakup analisis arus

kas perusahaan. Penulis akan mengevaluasi aliran kas masuk dan keluar perusahaan untuk memastikan keseimbangan keuangan yang stabil dan menemukan cara untuk meningkatkan aliran kas positif. Dengan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek ini, Lauree Hijab dapat mengidentifikasi potensi peningkatan kinerja keuangan dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Evaluasi berkala ini penting untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis dalam jangka Panjang

a. Evaluasi Biaya Produksi

Evaluasi biaya produksi merupakan langkah penting dalam menilai efisiensi operasional bisnis dan memastikan bahwa biaya produksi tetap terkendali. Setelah penulis dan bagian produksi memperhitungkan biaya produksi, jika bisa memaksimalkan untuk pembelian bahan baku dalam jumlah yang lebih besar dapat memberikan kesempatan untuk mengurangi biaya produksi. Namun, hal ini akan mengharuskan peningkatan volume produksi. Dampaknya, divisi pemasaran juga akan dihadapkan pada tugas yang lebih berat untuk memaksimalkan pemasaran produk tersebut.

b. Evaluasi Program Pemasaran

Evaluasi program pemasaran merupakan langkah penting dalam menilai efektivitas strategi pemasaran perusahaan dan memastikan bahwa anggaran pemasaran dialokasikan dengan optimal. Salah satu program pemasaran yang tim Lauree jalankan adalah kerjasama dengan influencer untuk melakukan endorse produk kami di media sosial. Namun, dalam satu kasus, program endors kepada influencer gagal mencapai target yang diharapkan. Meskipun telah mengeluarkan produk untuk kerjasama tersebut, kami tidak mendapatkan feedback yang memadai dari influencer terkait performa kampanye. Hal ini tidak hanya berdampak pada keuangan bisnis, tetapi juga memberikan pembelajaran berharga bagi tim Lauree Hijab. Pentingnya memiliki mekanisme yang jelas untuk memantau dan mengevaluasi kinerja setiap program. Selain itu, terdapat salah satu program pemasaran yang sudah dianggarkan sejak awal tetapi tidak terlaksana, yaitu

program iklan di platform Shopee selama 30 hari sepanjang bulan Ramadhan. Kegagalan pelaksanaan program ini memiliki dampak signifikan terhadap rencana bisnis keseluruhan. Sejak awal, anggaran untuk program iklan ini telah dimasukkan ke dalam perhitungan biaya produksi (HPP) dan penentuan harga jual produk. Dengan tidak terlaksananya program ini, terdapat kesenjangan antara proyeksi biaya dan pendapatan yang mempengaruhi keseimbangan anggaran. Iklan di platform Shopee selama periode Ramadhan diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara signifikan, terutama mengingat tingginya aktivitas belanja online selama bulan tersebut. Tanpa implementasi iklan ini, peluang untuk meningkatkan penjualan melalui promosi di salah satu platform e-commerce terbesar tidak tercapai, yang berdampak pada pencapaian target penjualan dan keuntungan yang sudah direncanakan. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi ulang terhadap strategi pemasaran dan alokasi anggaran untuk memastikan target bisnis tetap tercapai meskipun program ini tidak berjalan sesuai rencana.

c. Evaluasi Harga Jual

Dalam proses evaluasi harga jual produk, penulis mengambil langkah-langkah yang cermat untuk memastikan keseimbangan yang tepat antara memenuhi biaya produksi dan mencapai target keuntungan perusahaan, sambil tetap bersaing secara efektif di pasar. Pertama adalah melakukan penilaian terhadap biaya produksi, yang mencakup semua biaya terkait mulai dari bahan baku hingga biaya distribusi. Dengan memahami biaya produksi secara menyeluruh, penulis dapat menetapkan harga jual yang mencakup semua biaya yang dikeluarkan. Selanjutnya, penulis menetapkan keuntungan yang diinginkan untuk setiap produk, yang mencakup laba bersih yang diharapkan setelah mengurangi semua biaya. Penulis juga melakukan analisis pasar untuk memahami harga yang ditawarkan oleh pesaing dan bagaimana produk Lauree Hijab membandingkan dengan produk serupa di pasar. Dengan mempertimbangkan harga pesaing, kami dapat menetapkan harga yang bersaing namun masih menghasilkan keuntungan yang diinginkan. Penetapan harga jual produk Lauree Hijab tidak sepenuhnya sesuai dengan hasil

riset yang telah dilakukan terhadap harga kompetitor. Hal ini disebabkan oleh pertimbangan strategis yang diambil oleh penulis bersama tim pemasaran Lauree Hijab. Tim Lauree Hijab memutuskan untuk mengimplementasikan program diskon harga pada setiap pembelian sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak konsumen. Dengan adanya program diskon, konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dari setiap pembelian, yang diharapkan dapat meningkatkan frekuensi pembelian ulang dan memperluas pangsa pasar kami. Selain itu, strategi ini juga diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan daya saing produk Lauree Hijab di pasar yang semakin kompetitif.

d. Evaluasi Arus Kas

Evaluasi arus kas merupakan langkah penting dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan dan memastikan kelancaran operasional serta kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan. Penulis melakukan analisis keseluruhan terhadap arus kas, termasuk perbandingan dengan target arus kas, tren setiap periode, dan evaluasi terhadap rasio-rasio arus kas. Penulis akan mengevaluasi kinerja arus kas perusahaan secara keseluruhan dan mengidentifikasi area di mana perbaikan dapat dilakukan.

Setelah melakukan evaluasi arus kas penulis telah mengidentifikasi beberapa hal. Arus kas dari aktivitas operasi cenderung stabil selama periode produksi pertama, dimulai dari pengumpulan modal, produksi hingga penjualan produk. Secara keseluruhan, arus kas Lauree Hijab cukup stabil namun masih perlu ditingkatkan dalam beberapa area. Penulis akan mengimplementasikan beberapa langkah perbaikan untuk meningkatkan arus kas dan memastikan operasional serta pertumbuhan yang berkelanjutan.

BAB II

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Dalam proses menjalankan bisnis, pastinya banyak permasalahan dan kendala yang dihadapi baik dalam internal maupun eksternal, pada tahap identifikasi masalah ada beberapa situasi yang dihadapi, berikut beberapa kendala dalam menjalankan bisnis :

1. Kendala Penentuan / Penetapan Modal Awal

Saat bisnis ini dijalankan penulis kesulitan dalam memprediksi pengeluaran seperti biaya tak terduga, seperti kerusakan peralatan atau perubahan harga bahan baku, dapat mengganggu perhitungan modal awal. Selain itu, ketidakpastian pasar juga menjadi permasalahan yang penulis dan tim produksi hadapi. Permintaan dan daya beli konsumen yang fluktuatif membuat penulis sulit untuk memperkirakan jumlah modal yang dibutuhkan untuk mencapai target penjualan.

2. Kesulitan Mengukur dan Mengoptimalkan Pengeluaran Pemasaran

Mengukur dan mengoptimalkan pengeluaran *budget* pemasaran merupakan rintangan besar bagi bisnis yang dirintis. Kurangnya data, atribusi multi-saluran yang rumit, tujuan yang tidak jelas, dan kurangnya alat yang tepat memicu kesulitan ini. Akibatnya terjadi pemborosan sumber daya dan modal, dan bahkan kehilangan pangsa pasar. Kurangnya proses yang terstruktur untuk mengelola dan mengoptimalkan pengeluaran pemasaran Lauree Hijab menyebabkan inefisiensi dan pemborosan.

3. Kendala dalam Menetapkan Diskon

Penulis dan tim Lauree Hijab menemui kendala saat menetapkan diskon dimana tantangan utama terletak pada menemukan keseimbangan yang tepat. Selain itu penulis belum mampu mengoptimalkan serta menemukan cara bagaimana diskon yang tim buat terintegrasi dengan strategi pemasaran yang komprehensif dan berkelanjutan. Sejauh ini

diskon yang tim Lauree Hijab tawarkan sangat kecil dan kurang menarik minat customer.

4. Penetapan Harga Jual

Masalah perintisan bisnis dalam menentukan harga jual produk merupakan hal yang sering kali rumit dan menantang. Pada tahap perencanaan penulis sempat mengalami beberapa kendala dalam menentukan harga jual. Mulai dari pemahaman yang kurang tentang pasar dan pesaing, hingga kebutuhan untuk memperhitungkan biaya produksi, distribusi, serta kebutuhan margin keuntungan yang wajar. Penetapan harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik produk di pasaran, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengurangi profitabilitas perusahaan dan citra mereknya. Oleh karena itu, menemukan harga yang tepat yang memperhitungkan berbagai faktor tersebut menjadi kunci bagi perusahaan baru untuk mencapai kesuksesan dalam pasar yang kompetitif. Penulis berkoordinasi dengan bagian produksi dan pemasaran dalam menentukan harga jual.

B. Tinjauan Teoritis

1. Modal Awal

Prihatminingtyas (2019): Modal awal usaha didefinisikan sebagai jumlah uang atau aset yang dibutuhkan untuk memulai suatu usaha sebelum usaha tersebut mulai menghasilkan pendapatan. Modal ini digunakan untuk membiayai berbagai keperluan awal usaha, seperti pembelian inventaris, sewa tempat usaha, dan biaya operasional lainnya. Hardana (2022): Modal awal usaha diartikan sebagai dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan usaha sejak awal didirikannya usaha tersebut. Modal ini dapat berasal dari berbagai sumber, seperti tabungan pribadi, pinjaman bank, atau investasi dari pihak lain. Devi (2021): Modal awal usaha dijelaskan sebagai sumber daya keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha untuk membiayai operasional awal usahanya. Modal ini berperan penting dalam kelancaran usaha, terutama pada tahap awal ketika usaha belum menghasilkan

keuntungan yang signifikan.

Secara umum, modal awal usaha dapat dipahami sebagai dana yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan suatu usaha sebelum usaha tersebut mulai menghasilkan pendapatan. Modal ini mencakup berbagai keperluan, seperti (Tarigan et al, 2024):

- Biaya persiapan: Biaya sewa tempat, pembelian peralatan dan inventaris, desain logo dan branding, dan lain sebagainya.
- Biaya operasional awal: Biaya gaji karyawan, biaya produksi, biaya pemasaran, dan lain sebagainya.
- Biaya cadangan: Dana yang disiapkan untuk mengantisipasi pengeluaran tak terduga atau untuk pengembangan usaha di masa depan.

2. Budget Pemasaran

Mahfud (2020): Budget pemasaran didefinisikan sebagai rencana pengeluaran yang disusun oleh bank syariah untuk menjalankan kegiatan pemasarannya. *Budget* ini mencakup berbagai biaya, seperti biaya iklan, biaya promosi, biaya riset pasar, biaya gaji tim marketing, dan lain sebagainya. Budget pemasaran disusun berdasarkan analisis kebutuhan dan target pasar yang ingin dicapai oleh bank syariah. Sipayung (2020): *Budget* pemasaran diartikan sebagai alokasi dana yang direncanakan untuk kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan. *Budget* ini disusun untuk mengendalikan pengeluaran dan memaksimalkan efektivitas kegiatan pemasaran. Budget pemasaran harus disusun dengan cermat dan realistis agar tidak terjadi pemborosan dana. Kusumaningrum (2021): *Budget* pemasaran dijelaskan sebagai perkiraan biaya yang akan dikeluarkan untuk menjalankan strategi pemasaran suatu tempat wisata. Budget ini mencakup berbagai biaya, seperti biaya pembuatan brosur, biaya iklan online, biaya penyelenggaraan event, dan lain sebagainya. Budget pemasaran disusun berdasarkan analisis SWOT dan penetapan target kunjungan wisatawan.

Secara umum, budget pemasaran dapat dipahami sebagai rencana pengeluaran yang disusun untuk membiayai kegiatan pemasaran suatu organisasi. Budget ini mencakup berbagai biaya yang terkait dengan upaya organisasi untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan

3. Diskon

Kusnawan et al. (2019) mendefinisikan diskon sebagai potongan harga yang ditawarkan oleh penyedia aplikasi e-wallet kepada konsumen milenial di wilayah Tangerang untuk menarik minat pembelian impulsif. Rahayu (2019) mendefinisikan diskon sebagai pengurangan harga jual produk di Matahari Department Store Kediri Town Square untuk menarik minat beli konsumen. Dwi et al. (2021) mendefinisikan diskon sebagai pengurangan harga jual produk Maharani Prima Skin Care di Blitar untuk menarik minat beli konsumen. Secara umum, ketiga jurnal tersebut menunjukkan bahwa diskon adalah potongan harga yang ditawarkan oleh penjual sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan. Diskon terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen.

4. Pencatatan Keuangan

Syamsul (2022) mendefinisikan pencatatan keuangan UMKM sebagai proses mencatat semua transaksi keuangan yang dilakukan oleh UMKM, termasuk penjualan, pembelian, dan pengeluaran operasional. Definisi lainnya terkait pencatatan keuangan menurut Khairullah (2019) menjelaskan bahwa pencatatan keuangan dalam aplikasi manajemen keuangan e-dompet berbasis Android adalah proses mencatat setiap transaksi keuangan yang terjadi, seperti pengeluaran, pemasukan, dan transfer. Lestari & Latifah (2019) menjelaskan bahwa aplikasi pencatatan keuangan pribadi berfungsi untuk mencatat setiap transaksi keuangan pribadi, seperti pengeluaran, pemasukan, dan tabungan. Dengan pencatatan

keuangan yang baik dan rinci dapat mengetahui profitabilitas dan membuat keputusan yang lebih strategis di masa depan.

5. PENETAPAN HARGA JUAL

Purwanto (2020) menggunakan metode full costing untuk menghitung harga pokok produksi (HPP) sebagai dasar penetapan harga jual. Metode ini memperhitungkan semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, baik biaya langsung maupun biaya tidak langsung. Harga jual kemudian ditentukan dengan menambahkan markup pada HPP. Markup adalah persentase keuntungan yang ingin diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Lestari et al. (2019) juga menggunakan metode full costing untuk menghitung HPP. Namun, dalam jurnalnya, mereka tidak secara eksplisit menjelaskan tentang penetapan harga jual. Yustitia & Adriansah (2022) dalam jurnalnya membahas tentang pendampingan UMKM dalam menentukan HPP dan harga jual. Mereka menggunakan pendekatan yang lebih praktis dengan mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu biaya produksi: Ini termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead, Harga pasar: Mereka menganalisis harga produk yang sejenis di pasaran, Keuntungan yang diinginkan: UMKM menentukan berapa keuntungan yang ingin mereka peroleh dari penjualan produknya.

6. *BREAK EVENT POINT (BEP)*

Jubaedah (2020) Break event point atau BEP didefinisikan sebagai titik dimana pendapatan total perusahaan sama dengan total biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Manuho et al. (2021) mendefinisikan BEP sebagai titik dimana total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Annisa & Setiawan (2022). Jurnal ini juga mendefinisikan BEP sebagai titik dimana total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel.

C. Pemecahan Masalah

1. Kendala Penentuan/Penetapan Modal Awal

- **Membuat Perkiraan Pengeluaran yang Detail:** Penulis akan melakukan riset menyeluruh untuk memprediksi pengeluaran, termasuk biaya tak terduga seperti kerusakan peralatan dan fluktuasi harga bahan baku. Selanjutnya penulis akan menggunakan data historis dan tren industri untuk membuat perkiraan yang realistis.
- **Menyiapkan Dana Cadangan:** Kedepannya tim Lauree Hijab akan mengalokasikan dana cadangan untuk mengantisipasi pengeluaran tak terduga. Jumlah dana cadangan ini nantinya dapat disesuaikan dengan tingkat risiko dan kebutuhan bisnis dalam periode tertentu.
- **Meninjau Kembali Kebutuhan Modal Secara Berkala:** Tim Lauree Hijab akan mengevaluasi kembali kebutuhan modal secara berkala, terutama saat terjadi perubahan pasar atau strategi bisnis.

2. Kesulitan Mengukur dan Mengoptimalkan Pengeluaran Pemasaran

- **Menentukan Tujuan Pemasaran yang Jelas:** Penulis beserta divisi pemasaran akan merumuskan dan menetapkan tujuan pemasaran yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan terikat waktu (SMART). Tujuan ini akan menjadi acuan untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran.
- **Memanfaatkan Alat Analisis Data:** kedepannya akan menggunakan alat analisis data seperti Google Analytics untuk melacak performa kampanye pemasaran dan mengukur konversi. Data ini dapat membantu mengoptimalkan strategi pemasaran dan mengalokasikan anggaran dengan lebih efektif.
- **Melakukan Eksperimen dan A/B Testing:** Melakukan eksperimen dengan berbagai strategi pemasaran dan bandingkan hasilnya

menggunakan A/B testing. Hal ini dapat membantu menemukan strategi yang paling efektif dalam mencapai tujuan pemasaran.

- **Meninjau Kembali Anggaran Pemasaran Secara Berkala:** melakukan evaluasi kembali anggaran pemasaran secara berkala berdasarkan performa kampanye dan tren pasar.

3. Kendala dalam Menetapkan Diskon

- **Melakukan Riset Pasar:** melakukan riset pasar untuk memahami perilaku konsumen dan sensitivitas harga mereka. Hal ini diharapkan dapat membantu menentukan tingkat diskon yang optimal.
- **Mengintegrasikan Diskon dengan Strategi Pemasaran:** Tim Lauree Hijab akan menggunakan diskon sebagai bagian dari strategi pemasaran yang komprehensif, bukan hanya sebagai alat untuk menarik pelanggan. Kombinasikan diskon dengan strategi lain seperti promosi dan membangun loyalitas pelanggan.
- **Menawarkan Diskon yang Berbeda:** menawarkan diskon yang berbeda untuk produk, segmen pelanggan, atau periode waktu tertentu. Tim Lauree Hijab berharap dengan dilakukannya hal ini dapat membantu memaksimalkan keuntungan dan menarik minat pelanggan yang berbeda.
- **Mengevaluasi Efektivitas Diskon:** melakukan pelacakan dan analisis sederhana terkait efektivitas diskon dengan menganalisis data penjualan dan perilaku konsumen.

4. Penetapan Harga Jual

- **Perhitungan Biaya :** Menganalisis biaya produksi, distribusi, dan pemasaran secara cermat untuk menentukan titik impas (break-even point) dan margin keuntungan yang diinginkan.
- **Melihat kebutuhan internal maupun eksternal :** Dengan memperhatikan kebutuhan internal dan eksternal dalam bisnis dapat menemukan cara

yang tepat dalam menetapkan harga yang memuaskan semua pihak. dengan begitu tim Lauree hijab bisa membuat keputusan yang lebih baik tentang harga yang tepat untuk produk hijab sesuai dengan rencana dan situasi pasar.

- Riset Kompetitor : Dengan melakukan riset kompetitor, penulis dapat mengidentifikasi strategi harga yang digunakan oleh pesaing. Riset kompetitor juga membantu penulis memahami konsumen menilai harga produk Lauree Hijab dibandingkan dengan produk pesaing. Dengan mengetahui harga-harga yang ditawarkan oleh pesaing dan memahami biaya produksi serta struktur biaya Lauree Hijab, penulis dapat mengidentifikasi titik impas pesaing, yaitu di mana harga yang ditetapkan masih dapat mencapai keuntungan yang diinginkan.
- Penentuan Strategi Harga: Memilih strategi penetapan harga yang sesuai dengan posisi produk di pasar, misalnya penetapan harga berdasarkan nilai, penetapan harga yang bersaing, atau penetapan harga premium.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A, Kesimpulan

Sebagai bagian dari tim Lauree Hijab, penulis telah merasakan secara langsung bagaimana proses perintisan bisnis ini menempa tim Lauree Hijab dalam menghadapi berbagai rintangan dan belajar dari pengalaman berharga di setiap tahapannya. Sebelum melaksanakan bisnis, tim lauree menentukan Modal awal sebesar Rp. 1.500.000 dan per orang dikenakan Rp. 500.000. Penulis telah menganalisis keuangan bisnis guna menetapkan harga produk hijab lauree, biaya-biaya untuk menetapkan harga tersebut berdasarkan HPP, Biaya pemasaran dan profit. Dari perincian biaya-biaya tersebut, ditentukan harga hijab lauree adalah Rp. 115.000 dan terdapat potongan harga di setiap harinya yang termasuk bagian dari program pemasaran. Selama bisnis beroperasi, penulis mencatat seluruh arus kas masuk dan keluar, kemudian pada setiap periodenya penulis menyusun laporan keuangan. Dalam hal ini, penulis mendapati bahwasannya bisnis belum mencapai BEP dan belum mendapatkan profit karena produk belum terjual habis. Total produk yang terjual 16 pcs dengan total pendapatan Rp. 1.592.462.

Secara internal, tim Lauree Hijab dihadapkan pada tantangan dalam menentukan modal awal yang tepat, mengoptimalkan pengeluaran pemasaran, menetapkan strategi diskon yang efektif, dan menentukan harga jual yang kompetitif. Tantangan-tantangan ini menuntut penulis untuk melakukan riset pasar yang mendalam, membuat perencanaan yang matang, dan berinovasi dalam berbagai aspek, termasuk desain produk, kerjasama dengan supplier, dan strategi promosi.

Di sisi eksternal, tim Lauree Hijab harus bersaing dengan para kompetitor yang telah mapan di pasar hijab, menghadapi ketidakpastian permintaan pasar, dan beradaptasi dengan fluktuasi harga bahan baku. Hal ini mendorong tim Lauree Hijab untuk terus belajar dan berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan. Meskipun masih dalam tahap awal, Lauree Hijab telah menunjukkan potensi yang besar untuk berkembang. Tim telah menunjukkan

kegigihan, kemampuan beradaptasi, dan komitmen yang tinggi dalam membangun bisnis ini. Dengan terus belajar dari pengalaman, melakukan riset pasar secara berkelanjutan, membangun *brand awareness*, memberikan layanan pelanggan yang *excellent*, dan terus berinovasi, penulis yakin Lauree Hijab dapat mencapai tujuannya untuk menjadi salah satu brand hijab ternama di Indonesia. Dengan tekad yang kuat, strategi yang tepat, dan kemampuan untuk terus belajar dan berinovasi, setiap mimpi dan tujuan dapat diraih.

B. Saran

Tim Lauree Hijab dapat meningkatkan efektivitas program keuangannya dengan menerapkan beberapa saran berikut: melakukan analisis sensitivitas untuk menentukan modal awal yang diperlukan dan memilih sumber pendanaan yang sesuai; memperkuat sistem penagihan untuk pembayaran tepat waktu dan menerapkan strategi manajemen persediaan yang efisien; mengimplementasikan sistem akuntansi untuk melacak dan mengendalikan pengeluaran serta membuat anggaran yang detail; dan pertimbangkan untuk merekrut staf keuangan yang kompeten dan menggunakan perangkat lunak analisis keuangan. Dengan langkah-langkah ini, Lauree Hijab dapat meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, M. L., & Setiawan, B. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Perhitungan Break Even Point Pada UKM Sumsel Cafters Palembang. *Pengabdian Deli Sumatera*, 1(1), 15-20.
- Devi, R. (2021). Pengaruh Modal Usaha Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Usaha Kecil (Mikro) Di Kawasan M. Said Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 36-45.
- Dwi, D. M., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8-19.
- Goworek, H. (2011, March). Social and environmental sustainability in the clothing industry: A case study of a fair trade retailer. *Social Responsibility Journal*, 74-86.
- Hardana, A. (2022). Implementasi akad murabahah untuk pembiayaan modal usaha di bank syariah indonesia sipirok. *Jurnal pengabdian masyarakat: pemberdayaan, inovasi dan perubahan*, 2(4), 140-149.
- Jin, S. (2014). A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, 510-519.
- Jubaedah, E. (2020). Analisis break even point dalam perencanaan laba (studi kasus PT Dirgantara Indonesia). *Jurnal: Industri Elektro dan Penerbangan*, 10(1).
- Karen Ka-Leung Moon a, C. Y.-h. (2013). Product design scenarios for energy saving: A case study of fashion apparel. *International Journal of Production Economics*, 392-401.
- Khairullah, K. (2019). Sistem Pencatatan dan Pengolahan Keuangan Pada Aplikasi Manajemen Keuangan E-Dompet Berbasis Android. *Journal of Technopreneurship and Information System*, 2(1), 24-29.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2).
- Kusumaningrum, D. A. (2021). Strategi pemasaran TWA Mangrove Angke Kapuk Jakarta terkait kunjungan wisatawan di masa pandemi. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 2101-2116.
- Lestari, A., Rosita, S. I., & Marlina, T. (2019). Analisis Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 173-178.
- Lestari, C. T., & Latifah, F. (2019). Aplikasi pencatatan keuangan pribadi dengan analisa SWOT menggunakan algoritma sequential search berbasis mobile. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 3(2), 11-18.
- Mahfud, I. (2020). Strategi Pemasaran Perbankan Syariah di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah di Indonesia. *Madani Syari'ah*, 3(3), 15-27.
- Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarmo, N. S. (2021). Analisis break even point (BEP). *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1), 21-28.

- Munaf, T. (2018). Data statistik dan hasil survei ekonomi kreatif. Jakarta: BEKRAF.
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar Landungsari. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(2), 147-154.
- Purwanto, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248-253.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 42-51.
- Sipayung, T. D. (2020). Sistem akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas pada pt. Pertani (persero) cabang pemasaran sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(1), 108-108.
- Syamsul, S. (2022). Analisis Pencatatan Dan Pelaporan Keuangan Umkm. *Keunis*, 10(1), 33-42.
- Tarigan, W. J., Mariani Alimuddin, S. E., Poddala, P., Ak, S., Fadly, H., S ST, M. M., ... & MM, M. (2024). *KEWIRAUSAHAAN*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Yustitia, E., & Adriansah, A. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-9.

LAMPIRAN FOTO

PT. KNITTO TEKSTIL IN INDONESIA
 JL. JENDERAL SUDIRMAN NO.300 SEMARANG
 (024)7605704, (024)7607285
 www.knitto.co.id

No Penjualan : OS220124010
 Tanggal : 22-01-2024
 Kode Antrian : 2010
 Customer : SALMA SALSABELA
 Ekspedisi : JNT CARGO

COT BAMBOO 305 - ABU TUA		
2.00 Kg	133,500	267,000
COT BAMBOO 305 - HITAM REAKTIF SPECIAL		
2.00 Kg	136,500	273,000
COT BAMBOO 305 - DUSTY PINK		
1.00 Kg	126,500	126,500
COT BAMBOO 305 - BEIGE		
2.00 Kg	126,500	253,000

SUBTOTAL Rp. 919,500
 Estimasi Ongkir [1] Rp. 22,100

Total Bayar Rp. 941,600
 Total KG-an : 7KG (4)
 Total Roll-an : 0Kg (0)

Desainerku.id Kunjungi Toko >

Pre-order PROMO Hangtag Baju | Hantag...
 2 Sisi + Lam. Doff, (IV 260) 8 x 5 cm x90
~~Rp36.900~~ Rp35.100

Total Pesanan Rp36.100 v

Pembelian bahan produksi

IMOET KIDS BABY SHOP
 Menjual Pakaian Bayi / Anak - Anak
 (Cabang Tanah Abang - Jakarta)
 Jl. Raya Jatilawang (Depan Alun - Alun)
 Hp. 0818 0804 3300

Tanggal, Ck. Fkt.2024
 Kepada Yth.
 Tuan Toko
 Lauree

FAKTUR NO. :

No.	BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
1	10 pcs	Pashmina Beige	8.000	80.000
2	10 pcs	" Abu Abu	8.000	80.000
3	8 pcs	" Hitam	8.000	64.000
4	1 pcs	" Pink	8.000	8.000

Tanda Terima, Jumlah Rp. 256.000
 Hormat Kami,

PERHATIAN !!!
 Barang yang sudah dibeli
 tidak dapat dikembalikan
 atau ditukarkan
 kecuali ada perjanjian

Dipindai dengan *Twinkl Scanner*
 Semangat Selalu Menjadi Lagganannya Kami

IMOET KIDS BABY SHOP
 Menjual Pakaian Bayi / Anak - Anak
 (Cabang Tanah Abang - Jakarta)
 Jl. Raya Jatilawang (Depan Alun - Alun)
 Hp. 0818 0804 3300

Tanggal,20...
 Kepada Yth.
 Tuan Toko
 Lauree

FAKTUR NO. :

No.	BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
1	50 pcs	Sablon dompet	2.000	100.000
2				
3				
4				
5		Total :		
6		Pashmina		256.000
7		Sablon dompet		100.000

Tanda Terima, Jumlah Rp. 356.000
 Hormat Kami,

PERHATIAN !!!
 Barang yang sudah dibeli
 tidak dapat dikembalikan
 atau ditukarkan
 kecuali ada perjanjian

Dipindai dengan *Twinkl Scanner*
 Semangat Selalu Menjadi Lagganannya Kami

Pembayaran Jasa Produksi

← Keuangan

Total Saldo Transaksi >
Rp1.592.462 Penarikan Dana

Penghasilan Saya >

Total Penjualan

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis dilahirkan di Sleman pada tanggal 26 Juni 2002 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri Sumijo dan Sukirah. Saat ini penulis bertempat tinggal di Cangkringan Sleman Yogyakarta. Hp: 082326483225. Alamat E-mail: ukhtikurnianingrum@gmail.com. Pendidikan SMA di tempuh di SMA Negeri 1 Cangkringan, lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020, penulis menempuh pendidikan di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.