

**PENGEMBANGAN MAKEUP ARTIST (MUA)
KAMELAMAKEUP DENGAN PENGGUNAAN PRODUK
BERSERTIFIKASI HALAL ASPEK KEUANGAN**

**DEVELOPMENT OF MAKEUP ARTIST (MUA)
KAMELAMAKEUP WITH THE USE OF HALAL CERTIFIED
PRODUCTS FINANCIAL ASPECT**

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

Najwa Salsabila Saif

21423021

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Najwa Salsabila Saif
Nomor Induk Mahasiswa : 21423021
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Pengembangan Makeup Artist (MUA) Kamelamakeup
dengan Penggunaan Produk Bersrtifikasi Halal
Aspek Keuangan

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan plagiat bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya dan tidak dipaksa.

Yogyakarta, 14 Juni 2025



Najwa Salsabila Saif

NOTA DINAS

Yogyakarta $\frac{1 \text{ Juli } 2025 \text{ M}}{5 \text{ Muharram } 1447 \text{ H}}$

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
D.I Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1694/Dek/60/DAATI/FIAI/XII/2024 tanggal 27 Desember 2024 M, 55 Jumadil Awal 1446 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

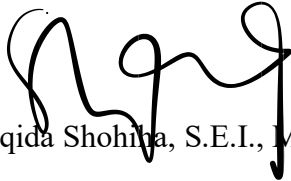
Nama : Najwa Salsabila Saif
Nomor Induk Mahasiswa : 21423021
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Skripsi : Pengembangan Makeup Artist (MUA)
Kamelamakeup dengan Penggunaan Produk
Bersrtifikasi Halal
Aspek Keuangan

Setelah kami teliti adakah perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dosen Pembimbing


Aqida Shohiba, S.E.I., M.E.

REKOMENDASI PEMBIMBING

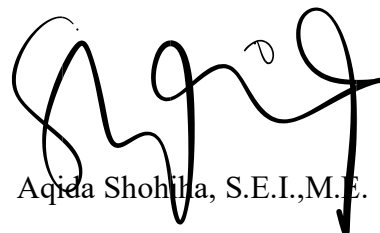
Yang betanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama : Najwa Salsabila Saif
NIM : 21423021
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : **Pengembangan Makeup Artist (MUA)
Kamelamakeup dengan Penggunaan Produk
Bersrtifikasi Halal (Aspek 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, 1 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Aqida Shohilla, S.E.I., M.E.



**FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM**

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kalurang Km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 890444 ext. 4511
F. (0274) 890463
E. fiat@uii.ac.id
W. fiat.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin
Tanggal : 1 September 2025
Judul Tugas Akhir : Pengembangan Makeup Artist (MUA) Kamelamakeup dengan Penggunaan Produk Bersertifikasi Halal Aspek Keuangan
Disusun oleh : NAJWA SALSABILA SAIF
Nomor Mahasiswa : 21423021

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

Penguji I : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

Penguji II : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME

(.....)
(.....)
(.....)

Yogyakarta, 1 September 2025



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat, taufik, hidayah-Nya, dengan izin dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan dan tersampaikan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah banyak berjasa untuk umat manusia di bumi ini, yang senantiasa menjadi *role model* pemimpin umat manusia. Semoga kita semua mendapatkan keberkahan dan penulis berharap mendapatkan syafaatnya di hari akhir kelak, Aamiinn.

Persembahan dan ucapan terima kasih penulis tujukan kepada: penulis sendiri. Terima kasih sebanyak-banyaknya penulis ucapkan untuk penulis sendiri yang telah berjuang keras dan sejauh ini menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dan melewati segala ujian didalamnya. Penulis ucapkan terima kasih kepada orang tua kandung penulis Ibu Syafa'ah dan Bapak Mas Saifuddin yang telah mencurahkan segala do'a, rindho, kasih, cinta, sayang, *support*, dan masukannya untuk keberlangsungan masa pendidikan ini. Terima kasih sudah menjadi tempat ternyaman untuk penulis pulang ketika sedang *stress*, sedih, dan bahagianya.

Kepada orang tua kedua penulis Ibu Umu Latifah dan Bapak Miftahuddin yang selalu *support* dan memberikan semangat untuk penulis. Kepada kayak dan adik penulis, Wardastussa'idah Saif dan Ashilla Firdie Saif, yang selalu membuat hal konyol untuk membuat penulis menjadi bahagia dan tertawa. Kepada grup CCN yang selalu hadir dalam sedih dan tawa penulis. Ucapan terima kasih yang mendalam dan tulus penulis berikan kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Agama Islam, terkhusus dosen pembimbing penulis Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. yang sudah membimbing dan memberikan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Semoga ilmu yang telah berikan kepada penulis menjadi bekal bermanfaat di fase kehidupan selanjutnya.

Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kepada seluruh tim Kamelamakeup yaitu Rayhana Arifani dan Putri Salma Kamilah yang telah berjuang bersama-sama

dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Terakhir kepada seluruh teman dan orang-orang yang telah berkontribusi memberikan semangat dan do'a nya untuk keberlangsungan penyusunan karya tulis Tugas Akhir ini. Semoga karya penulis dapat memberikan manfaat bagi yang membaca nya dan dapat menjadi amal jariyah untuk penulis sendiri.

MOTTO

“Tetaplah menjadi versi terbaik dari dirimu sendiri, tetap menjadi baik walaupun tak dianggap, berdamailah dengan keadaan, karna sejatinya luka bathin hanya bisa disembuhkan dengan diri sendiri”

Ali Bin Abi Thalib berkata “Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup, maka Allah akan membayar tuntas semua kecewa mu dengan beribu-ribu kebaikan. Belajarlah untuk mengerti bahwa segala sesuatu yang baik untukmu, tidak akan Allah ijinkan untuk pergi. Kecuali, akan diganti dengan lebih baik lagi”

ABSTRAK

PENGEMBANGAN MAKEUP ARTIST (MUA) KAMELAMAKEUP DENGAN PENGGUNAAN PRODUK BERSERTIFIKASI HALAL ASPEK KEUANGAN

NAJWA SALSABILA SAIF
21423021

Tahun 2006 Presiden Indonesia yang ke-6 Bapak Susilo Bambang Yudhoyono mengembangkan perekonomian Negara Indonesia pada sektor Ekonomi Kreatif. Salah satu profesi nya yakni, MakeUp Artist. MakeUp Artist atau MUA adalah pekerjaan bidang jasa tata rias yang pekerja nya menggunakan keterampilan, kreatifitas, serta ide tren terbaru dalam seni bermakeup untuk menghasilkan penampilan yang menarik dan sesuai dengan keinginan customer untuk acara khusus maupun acara sehari-hari. Berdasarkan hasil survei yang dimuat oleh Databoks, variasi produk kecantikan dan perawatan diri berlogo halal, kategori makeup menempati posisi ke-8 dari 22 kategori produk yang disurvei. Berangkat dari hasil tim Kamelamakeup mengambil inovasi “MakeUp Artist (MUA) dengan Penggunaan Produk Bersertifikasi Halal”. Perintisan bisnis ini berjalan selama 4 bulan periode, dari bulan Februari 2025 hingga Mei 2025.

Dalam bisnis ini, penulis bertanggung jawab untuk mengelola dan menyusun laporan keuangan pada Kamelamakeup secara transparan. Tugas pokok dari penulis adalah perencanaan keuangan yang meliputi penyusunan rencana anggaran seperti variable cost, fixed cost, biaya operasional, dan penggunaan Bank Syariah Indonesia (BSI). Riset pasar dan harga, riset harga antar competitor, penentuan HPP, Harga Jual Produk (HJP), dan BEP. Penjualan jasa yang berkoordinasi bersama bidang pemasaran dan produksi. Penyusunan laporan keuangan yang berisikan tabel penjualan, pemasukan, pengeluaran, arus kas, neraca saldo, dan laba rugi yang dibuat di setiap bulannya. Dari hasil Analisa dan penyusunan laporan keuangan, akumulasi diakhir periode penjualan pada bulan Mei, Kamelamakeup telah mencapai *Break Event Point* (BEP) yakni dengan total customer yang diperoleh sebanyak 8 customer dengan total penjualan sebesar Rp1,210,000.

Kata Kunci: Makeup Artist, MUA, Laporan Keuangan, Produk Halal, Perintisan Bisnis, MUA Halal

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF MAKEUP ARTIST (MUA) KAMELAMAKEUP WITH THE USE OF HALAL CERTIFIED PRODUCTS FINANCIAL ASPECT

**NAJWA SALSABILA SAIF
21423021**

In 2006, the 6th President of Indonesia, Mr. Susilo Bambang Yudhoyono, developed the Indonesian economy in the Creative Economy sector. One of his professions is MakeUp Artist. MakeUp Artist or MUA is a job in the field of make-up services whose workers use skills, creativity, and the latest trend ideas in the art of make-up to produce an attractive appearance and according to customer desires for special events or everyday events. Based on the results of a survey published by Databoks, the variety of beauty and self-care products with the halal logo, the makeup category is in 8th place out of 22 product categories surveyed. Departing from the results, the Kamelamakeup team took the innovation of "MakeUp Artist (MUA) with the Use of Halal Certified Products". This business pioneering period lasted for 4 months, from February 2025 to May 2025.

In this business, the author is responsible for managing and compiling financial reports at Kamelamakeup transparently. The main task of the author is financial planning which includes the preparation of budget plans such as variable costs, fixed costs, operational costs, and the use of Bank Syariah Indonesia (BSI). Market and price research, price research between competitors, determination of HPP, Product Selling Price (HJP), and BEP. Sales of services that coordinate with the marketing and production fields. Preparation of financial reports containing sales tables, income, expenses, cash flow, balance sheets, and profit and loss made every month. From the results of the Analysis and preparation of financial reports, the accumulation at the end of the sales period in May, Kamelamakeup has reached Break Event Point (BEP) with a total of 8 customers obtained with total sales of Rp1,210,000.

Keywords: *Makeup Artist, MUA, Financial Report, Halal Products, Business Pioneering, Halal MUA*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi

Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia. Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

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.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman

Transliterasi Arab-Latin Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. 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:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

b. Vokal Rangkap

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

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـَوَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

C. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...َ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

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

D. 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

- طَلْحَة talhah

E. 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
- الْبِرُّ al-birr

F. 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 “l” 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

G. 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

H. 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:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| - وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ |
| | Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| - بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا | Bismillāhi majrehā wa mursāhā |

I. 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
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ 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

J. 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

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur senantiasa tercurahkan kehadirat Allah *Subhanahu waTa'ala*, Tuhan semesta alam, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan Rahmat, Karunia, Taufik, dan Hidayah-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis senantiasa diberikan kekuatan, kesabaran, dan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini, Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad *Shallahu 'Alaihi Wa Sallam*, beserta keluarganya, para sahabat, para tabi'in dan tabi'at, yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis untuk terus bersemangat mengerjakan kebajikan, termasuk melaksanakan, menulis, dan menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.

Penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang berjudul “Pengembangan Makeup Artist (MUA) Kamelamakeup dengan Penggunaan Produk Bersertifikasi Halal Aspek Keuangan” ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Dalam proses penyusunannya, tentu penulis menghadapi berbagai tantangan dan rintangan. Namun, berkat bimbingan, dukungan, do'a dari banyak pihak, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.SC., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indoensia.
5. Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dengan sabar, tulus, dan penuh dedikasi dalam meluangkan waktunya, serta memberikan bimbingan, arahan, saran, masukan, dan motivasi yang tak terhingga dari awal hingga akhir penyelesaian Tugas Akhir Perintisan Bisnis.
6. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indoneisa yang telah berjasa dan memberikan seluruh ilmu dan bimbingan selama penulis menempuh studi.
7. Untuk diri penulis sendiri Najwa Salsabila Saif yang sudah berjuang sampai dititik terakhir menyelesaikan Tugas Akhir, perjuangan dengan segala situasi dan kondisi yang bahagia, sedih, susah, kecewa, semangat, dan penuh harapan. Sehingga dapat sampai dititk terkahir dalam menerima amanah gelar Sarjana Ekonomi yang akan selalu tersemat didalam namanya. Semoga gelar tersebut bisa menjadi amal jariyah penulis yang akan terus disebarakan lewat ilmu, perlakuan bermasyarakat, tutur kata yang sopan dari yang sudah diterima selama masa studi berlangsung.
8. Kedua orang tua kandung penulis, Ibu Syafa'ah dan Bapak Mas Saifuddin yang selalu dan senantiasa mendo'akan, meridhoi, menasihati, menemani, membimbing, mendengarkan segala curhatan dan keluh kesah penulis, untuk terus semangat menghadapi kerasnya dunia ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan segala bentuk amanah yang diberikan kepada penulis dan penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima Kasih sudah menjadi tempat pulang terbaik bagi penulis.
9. Untuk Ibu Umu Latifah dan Bapak Miftahudin yang senantiasa mendo'akan, memberikan semangat, dukungan, *support*, untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Kakak dan adik penulis, Wardatussa'idah Saif dan Ashilla Firdie Saif yang selalu mau direpotkan dan diganggu waktunya untuk menjadi *support system* bagi penulis Ketika penulis sedih.

11. Grup CCN yang berisikan 3 orang yang penuh akan tingkah konyol dan janji wacana nya, Ayu Mu'thia Zahra, Putri Aulia Zahra, dan Wardatussa'idah Saif. Terima kasih selalu memberi kebahagiaan, dukungan, penyemangat kepada penulis.
12. Tim bisnis Kamelamakeup yaitu Rayhana Arifani dan Putri Salma Kamilah yang telah berjuang Bersama atas keberlangsungan dan penyelesaian Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.
13. Seluruh kerabat dan teman seperjuangan penulis, yang telah memberikan motivasi, tawa, dan canda nya bagi penulis.
14. Semua pihak yang berkaitan dan berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan kesadaran penuh serta kerendahan hati, penulis memohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kekurangan, kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semua semata-mata kelalaian dan kekhilafan yang datang dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki karya ini kedepannya, Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri, institusi Pendidikan, maupun bagi perkembangan ilmu di bidang bisnis.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Yogyakarta, 27 Juni 2025



Najwa Salsabila Saif

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
FORM LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xi
KATA PENGANTAR	xx
DAFTAR ISI.....	xxiii
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS.....	12
A. Profil Bisnis	12
B. Pelaksanaan Bisnis	15
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH.....	49
A. Identifikasi Masalah	49
B. Tinjauan Teoritis	50
C. Pemecahan Masalah	55
BAB IV PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pesaing Kamelamakeup Di Yogyakarta.....	7
Tabel 1. 2 Data Pesaing Terdekat	9
Tabel 2. 1 Pembagian Tugas Kerja	14
Tabel 2. 2 Sumber Modal Usaha Berupa Uang Di Kamleamakeup	16
Tabel 2. 3 Sumber Modal Usaha Berupa Barang Di Kamelamakeup.....	17
Tabel 2. 4 Total Keseluruhan Modal Usaha Di Kamelamakeup	18
Tabel 2. 5 Persentase Kerugian Dan Bagi Hasil Setiap Anggota	18
Tabel 2. 6 Rincian Variable Cost	18
Tabel 2. 7 Total Fixed Cost Kamelamakeup.....	20
Tabel 2. 8 Rincian Biaya Operasional Kamelamakeup	21
Tabel 2. 9 Rician Total Cost Kamelamakeup	21
Tabel 2. 10 Data Riset <i>Competitor</i>	23
Tabel 2. 11 Total Variable Cost Kamelamakeup	24
Tabel 2. 12 Rincian Harga Jual Produk <i>Variant</i> Makeup Untuk Wisuda, Pendamping Wisuda, <i>Photoshoot</i>	27
Tabel 2. 13 Rincian Harga Jual Produk <i>Variant</i> Makeup <i>Wedding</i>	27
Tabel 2. 14 Penjualan Jasa Kamelamakeup	32
Tabel 2. 15 Rincian Pemasukan Bulan April.....	33
Tabel 2. 16 Rincian Pemasukan Bulan Mei.....	33
Tabel 2. 17 Pengeluaran Kamelamakeup Bulan Februari.....	34
Tabel 2. 18 Pengeluaran Kamelamakeup Bulan Maret.....	34
Tabel 2. 19 Pengeluaran Kamelamakeup Bulan April.....	35
Tabel 2. 20 Pengeluaran Kamelamakeup Bulan Mei.....	35
Tabel 2. 21 Rincian Total Pemasukan Dan Pengeluaran Kamelamakeup	35
Tabel 2. 22 Laoran Arus Kas Periode 1-28 Februari 2025	36
Tabel 2. 23 Laoran Arus Kas Periode 1-31 Maret 2025	37
Tabel 2. 24 Laoran Arus Kas Periode 1-30 April 2025	37
Tabel 2. 25 Laoran Arus Kas Periode 1-31 Mei 2025	38
Tabel 2. 26 Tabel Neraca Saldo Kamelamekup Bulan Februari.....	39

Tabel 2. 27 Tabel Neraca Saldo Kamelamekup Bulan Maret.....	39
Tabel 2. 28 Tabel Neraca Saldo Kamelamekup Bulan April.....	40
Tabel 2. 29 Tabel Neraca Saldo Kamelamekup Bulan Mei.....	40
Tabel 2. 30 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan Februari	42
Tabel 2. 31 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan Maret	43
Tabel 2. 32 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan April.....	43
Tabel 2. 33 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan Mei.....	44
Tabel 2. 34 Pembagian Bagi Hasil Uang	45
Tabel 2. 35 Pembagian Bagi Hasil Barang	46
Tabel 2. 36 Pembagian Bagi Hasil Keseluruhan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Peningkatan Produk Bersertifikasi Halal (2020-2023).....	2
Gambar 1. 2 data produk kecantikan dan perawatan pribadi dengan logo halal.....	4
Gambar 1. 3 Question google formulir analisis customer journey	5
Gambar 1. 4 Negara dengan Skor GIEI) Tertinggi di Dunia (2020)	6
Gambar 2. 1 Logo Usaha Kamelamakeup	13
Gambar 2. 2 pembukaan rekening bank BSI	22
Gambar 2. 3 Pembagian brosur Kamelamakeup.....	29
Gambar 2. 4 Promosi via istagram story	30
Gambar 2. 5 membantu bidang produksi mempersiapkan koper makeup	31
Gambar 2. 6 Grafik total asset Kamelamakeup	41
Gambar 2. 7 Garfik Laba Rugi Kamelamakeup.....	45
Gambar 2. 8 Grafik Pemasukan Kamelamakeup	47
Gambar 2. 9 Grafik Pengeluaran Kamelamakeup	47
Gambar 2. 10 Chart Total Customer Kamelamakeup.....	48
Gambar 2. 11 Garfik Laba Rugi Kamelamakeup.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Keseluruhan Modal Usaha Kamelamakeup	66
Lampiran 2 Tabel Persediaan Kamelamakeup.....	66
Lampiran 3 Tabel Persediaan dan Peralatan Usaha Kamelamakeup	66
Lampiran 4 Tabel Pemasukan dan Pengeluaran Kamelamakeup	67
Lampiran 5 Tabel Pemasukan, Pengeluaran, dan Saldo Modal Akhir Usaha Kamelamakeup.....	67
Lampiran 6 Nota Foto Copy Brodur	68
Lampiran 7 Pembelian Background Photo Customer	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

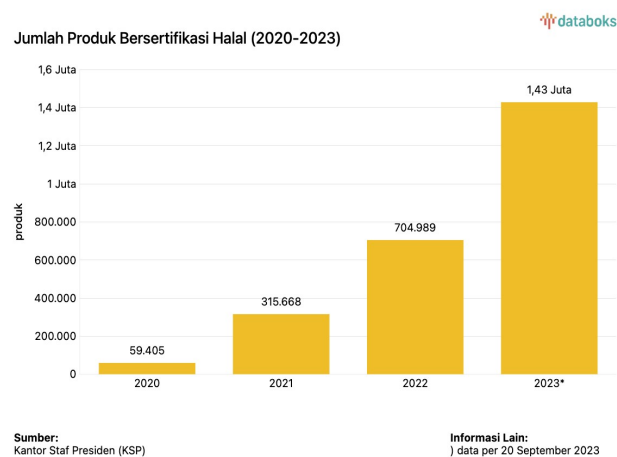
Penampilan yang sempurna merupakan dambaan setiap Wanita, karena dapat menambah rasa percaya diri dalam segala tindakannya. Hal ini mempengaruhi aktivitas sehari-harinya, Wanita yang berpenampilan terbaik pasti akan percaya diri dalam melakukan yang dilakukannya. Hal tersebut adalah daya dukung setiap individu baik disadari atau tidak, yang akan berdampak pada kehidupan mereka sehari-hari (Latief & Ulum, 2023).

Penampilan merupakan komponen terpenting dalam mengembangkan rasa percaya diri seseorang. Seseorang yang berpenampilan menarik kemungkinan besar akan lebih dihargai, baik dari segi wajah maupun pakaian. Oleh karena itu, kosmetik digunakan untuk mempercantik penampilan seseorang khususnya Wanita (Putri dkk, 2022). Kosmetik merupakan bahan yang digunakan untuk membersihkan, mengubah penampilan, melindungi atau mengawetkan tubuh agar tetap dalam Keadaan baik. Kosmetik juga digunakan di luar tubuh manusia (Fauziyah et al., 2021). MakeUp bukan hanya sekedar untuk mempercantik atau merias diri, trend MakeUp di Indonesia sudah sangat berkembang dan populer seiring dengan berjalannya waktu. State of the Global Islamic Economy (SGIE) di tahun 2023 mengungkapkan bahwa Indonesia menjadi negara ke 2 setelah India yang menjadi pasar terbesar berdasarkan belanja konsumen muslim untuk kosmetik.

Gaya hidup halal merupakan tren global yang sedang berkembang dan diterapkan di banyak wilayah. Negara-negara mayoritas non-muslim juga berlomba-lomba menerapkan gaya hidup ini, tidak hanya negara-negara yang penduduknya beragama Islam. Hal ini menunjukkan bahwa konsep gaya hidup halal telah diterima baik secara nasional maupun global (Adinugraha & Sartika, 2019). Halal telah menjadi gaya hidup global, merujuk kepada tanda- tandanya yaitu tidak terbatas pada negara-negara

yang mayoritas penduduknya beragama islam, negara-negara dengan minoritas muslim juga berkontribusi memperlihatkan tren ini. Industry halal menguasai pangsa pasar yang besar dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Kosmetik halal membantu Wanita muslim cantik dengan memanfaatkan bahan-bahan halal dan sesuai syariat. Produk yang populer di kalangan konsumen muslim biasanya tidak memiliki label halal pada kemasannya (Latief & Ulum, 2023)

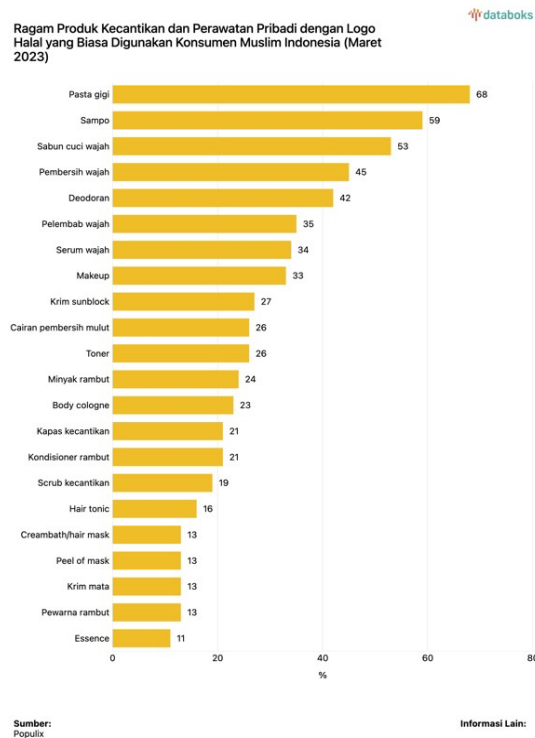
Berdasarkan ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal (UU JPH), setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia diwajibkan untuk memiliki sertifikat halal. Ketentuan ini juga mencakup produk kosmetik sebagai salah satu kategori yang diatur dalam regulasi tersebut. Penerapan kewajiban ini secara resmi akan dimulai pada tanggal 17 Oktober 2026. Berdasarkan data aplikasi SiHalal yang dikelola oleh Kantor Staf Presiden (KSP), jumlah barang bersertifikat halal di Indonesia mengalami peningkatan selama 4 tahun terakhir. Pada tahun 2020, hanya 59.40 ribu barang bersertifikat halal yang dilaporkan. Satu tahun kemudian jumlahnya meningkat menjadi 315,66 ribu produk.



Gambar 1. 1 Jumlah Peningkatan Produk Bersertifikasi Halal (2020-2023)
(Sumber: databoks)

Mantan Wakil Presiden Republik Indonesia (Wapres RI) yang juga Ketua Harian Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), Prof. Dr. KH Ma'ruf Amin menyampaikan bahwa target Indonesia menjadi pusat halal dunia adalah upaya untuk mendorong industri dan keuangan sebagai arus baru ekonomi Indonesia (KOMPAS.COM, 2024). Menurut data The Royal Islamic Strategi Centre (RISCC) 2023, jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa. Jumlah ini setara dengan 86,7% dari populasi penduduk nasional yang mencapai 277,53 juta jiwa. Hal ini menjadi salah satu potensi besar untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat halal dunia.

Saat ini, semakin banyak masyarakat dari berbagai kalangan, baik perempuan maupun laki-laki, yang memilih menggunakan produk kosmetik berlabel halal. Pilihan ini tidak semata-mata didorong oleh label kehalalan, tetapi juga karena label halal memberikan rasa percaya diri terhadap kualitas, keamanan, dan kebersihan produk yang digunakan. Di sisi lain, Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) mencatat bahwa kebutuhan akan produk halal, termasuk kosmetik, terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi umat Muslim di dunia yang kini mencapai sekitar 1,8 miliar jiwa dan terus menyebar di berbagai penjuru dunia. (Habibi & Mubasiroh, 2023). Berdasarkan hasil survei yang dimuat dalam Databoks terkait variasi produk kecantikan dan perawatan diri berlogo halal, kategori makeup menempati posisi ke-8. Tercatat sebanyak 33 responden menyatakan bahwa produk makeup termasuk dalam jenis barang yang dinilai penting untuk memiliki sertifikasi halal.



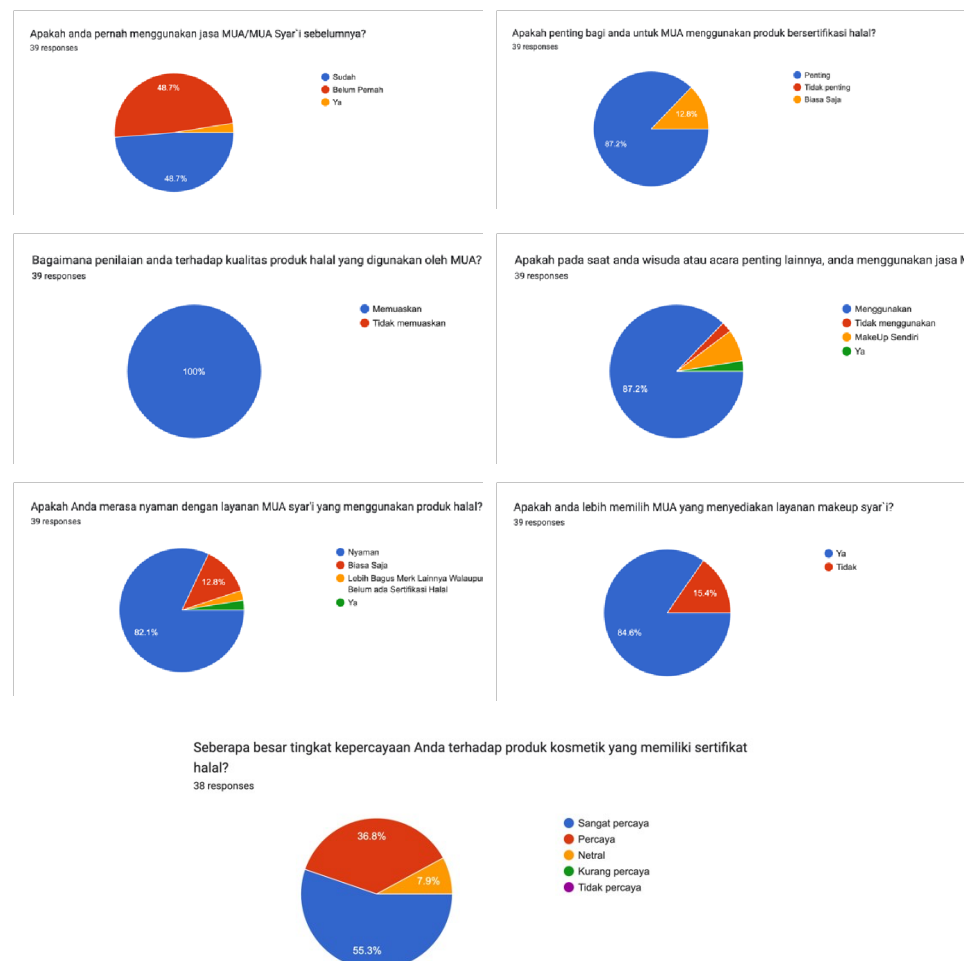
Gambar 1. 2 data produk kecantikan dan perawatan pribadi dengan logo halal
(sumber: databoks)

Pada tahun 2006 masa jabatan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengembangkan perekonomian Negara Indonesia pada sektor Ekonomi Kreatif. Adanya sektor tersebut membuat pangsa pasar Indonesia menjadi lebih luas. Tahun 2023 Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) mendorong legalisasi wirausaha social dan terbanyak berada di sektor Ekonomi Kreatif. Bisnis jas pada MakeUp Artist (MUA) menjadi salah satu pekerjaan dalam sektor Ekonomi Kreatif pada bidang Fashion MakeUp. MakeUp Artist adalah seniman profesional yang menggunakan kulit, terutama wajah sebagai medium karyanya dan produk MakeUp sebagai alatnya (Arifien & Wiwitan, 2022).

Kamelamakeup telah terbangun sekitar 4 tahun yang lalu oleh seorang pengusaha muda Bernama Putri Salma Kamilah. Bisnis ini terbangun karna adanya bakat dalam diri, dengan bermodalkan mengikuti kelas MakeUp yang diadakan oleh seorang MUA ternama di daerah

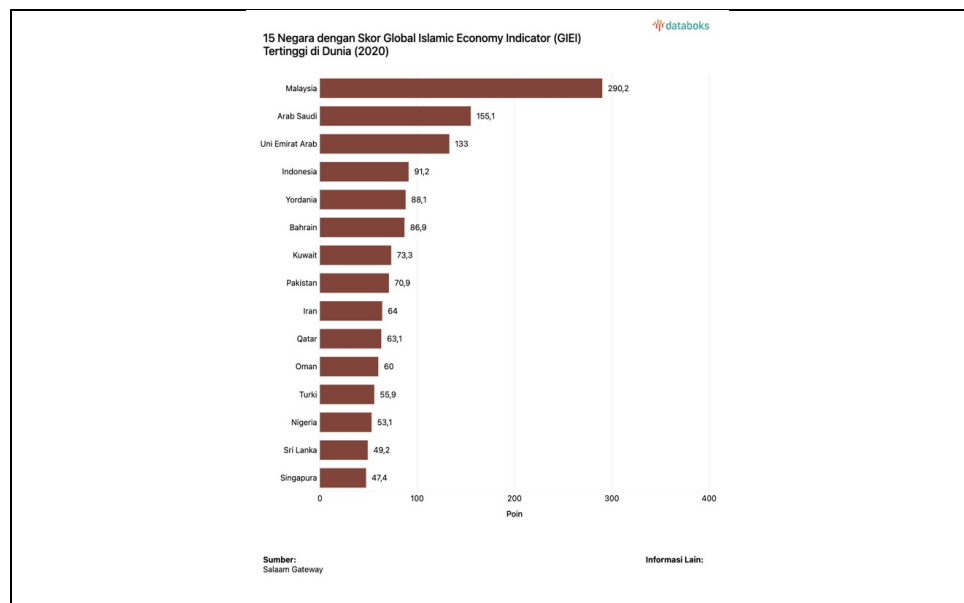
Bandung yaitu Rismayanti Make-Up Artist, berdirilah bisnis jasa MUA Kamelamakeup. Namun, karena terhalang adanya masa Pendidikan di jenjang sarjana yang ditekuni oleh Putri Salma Kamilah, bisnis ini menjadi terhenti. Jika diteruskan dikhawatirkan akan mengganggu masa Pendidikan. Oleh karena itu, tim Kamelamakeup memperbaharui inovasi di dalam bisnis MUA ini yakni, dengan inovasi penggunaan produk MakeUp yang sudah tersertifikasi halal.

Inovasi terbaru yang diangkat oleh tim Kamelamakeup berdasarkan dari analisis *Customer Journey* yang tim Kamelamakeup lakukan melalui *questioner* dengan 8 pertanyaan dan 39 responden.



Gambar 1. 3 Question google formulir analisis customer journey
(sumber: google formulir)

Questioner tersebut dilakukan agar tim Kamelamakeup mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh para target customer yang akan dijangkau. Pada bagian ini penulis memegang tanggung jawab pada bagian keuangan. Divisi keuangan Kamelamakeup menggunakan prinsip-prinsip ekonomi islam. Menggunakan akad istishna kepada customer dan akad musyarakah kepada setiap anggota dengan sistem patungan modal di awal serta Kerjasama antar tim sekaligus membagi rata hasil keuntungan dan kerugian. Global Islamic Economy Indicator (GIEI) di tahun 2020 menyebutkan bahwa ekonomi syariah Indonesia berada di peringkat ke 4 dunia sebesar 91,2. Pada skor ini memperhitungkan beberapa sektor dalam ekonomi syariah, seperti makanan halal, keuangan, pariwisata, *fashion*, kosmetik, serta media dan hiburan. Indonesia mencatatkan kenaikan signifikan pada sektor media dan hiburan, kosmetik, makanan halal, serta keuangan.



Gambar 1. 4 Negara dengan Skor Global Islamic Economy Indicator (GIEI) Tertinggi di Dunia (2020)
(sumber: databoks)

Dilansir dari laman Halal MUI terdapat 6 bahan dasar kosmetik yang memiliki titik kritis keharamannya. Seperti lemak dan turunannya yang dimana lemak merupakan jenis bahan yang berasal dari hewan,

kemudian ada kolagen dan elastin yang juga berasal dari hewan, kemudian ada ekstrak plasenta dan amnion (cairan ketuban) yang berasal dari hewan dan manusia, vitamin yang berasal dari hewan, kemudian asam alfa hidroksi (AHA) yang dimana terdapat senyawa AHA yaitu asam laktat dalam pembuatannya bisa menggunakan media yang berasal dari hewan, dan terakhir ada hormon, terdapat 3 hormon yang berasal dari hewan yaitu hormone estrogen, ekstrak timus, dan melantonin.

Selain itu, menurut Sumarlin *et al* (2024) menyatakan bahwa terdapat poin-poin krusial pada saat sertifikasi halal produk yang mempunyai bahan turunan hewan, dengan diidentifikasi memeriksa seluruh rantai produk, mulai dari bahan baku hingga produk jadinya. Bahan-bahan seperti gelatin, kolagen, asam amino, enzim, lemak, darah, plasenta dapat dianggap haram jika asal usulnya tidak pasti atau tidak mengikuti syariat islam.

Dalam mempertimbangkan sertifikasi halal, BPJPH melakukan pertimbangan elemen-elemen krusial pada saat sertifikasi halal kosmetik, termasuk factor-faktor yang berpotensi mengharamkan suatu produk. Salah satu contohnya adalah peralatan aplikasi kosmetik (kuas, *sponge beauty blend*, dan sebagainya) harus mencantumkan bahan bakunya, karena mungkin dipasarkan secara terpisah atau dalam kemasan yang sama dengan produk kosmetik itu sendiri.

Saat ini perkembangan MUA berproduk halal di Yogyakarta tidak banyak, tim Kamelamakeup melakukan pencarian competitor secara acak pada media social media menemukan 6 competitor seperti dibawah ini:

Tabel 1. 1 Data Pesaing Kamelamakeup di Yogyakarta
(Sumber: Instagram)

NAMA MUA	JUMLAH PENGIKUT	KELEBIHAN	KEKURANGAN	HARGA
@weddingsyari_jogja	7.897	Promosi sebagai	Tidak menjelaskan	<i>Start From</i> Rp250,000

		MakeUp Artist Syar'i dengan gaun wedding syar'i	produk yang digunakan halal atau tidak	
@noirbymeida_makeupsyari	5.001	menggunakan produk halal pada MakeUp nya penerapan prinsip-prinsip islam. seperti, tidak menerima MakeUp untuk prewedding	Homebase MUA yang berada di magelang cukup jauh dari UII	Rp275,000 dan transport Rp150,000
@chan_makeupsyari	2.297	Promosi dengan menekankan MakeUp tanpa cukur alis, bulu mata palsu, dan jilbab menutup dada	Social media Instagram kurang aktif untuk promosi	Rp250,000 - Rp300,000
@liahansa_mua	2.279	Promosi dengan mengikuti trend terkini	Kurang menonjolkan sebagai MUA Syar'i	Start From Rp150,000 – Rp400,000
@nadiyahnh.makeup	2.115	Promosi dengan	Tidak menjelaskan	MakeUp by Owner

		edukasi dan tips MakeUp	produk yang digunakan halal atau tidak	(Nadiyah) Rp350,000 – Rp400,000 MakeUp by Partner/Team Rp250,000 - Rp450,000
--	--	-------------------------	--	---

Dari tabel tersebut bisnis sejenis di wilayah Yogyakarta memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kamelamakeup akan berusaha memenuhi kekurangan para competitor dengan penggunaan produk bersertifikasi halal, promosi yang aktif pada setiap social media yang dimiliki, membangun personal branding bahwa Kamelamakeup adalah Specialist MakeUp Artist (MUA) yang menggunakan produk-produk bersertifikasi halal, dengan harga yang lebih terjangkau namun hasil yang memuaskan. Terdapat beberapa MUA terdekat yang hal ini bisa menjadi competitor langsung pada bisnis MUA dapat terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Data Pesaing terdekat
(Sumber: Instagram)

NAMA MUA	LOKASI
@makeupsyarijogja_donna	Ngaglik, Slema
@mahirmakeup_	Sleman

Adanya data tersebut dapat menjadi ancaman dan peluang bagi Kamelamakeup, yaitu dapat menjadi peluang bagi bisnis tersebut untuk dapat memenuhi pasar yang berbeda atau yang belum terpenuhi. Dalam hal keuangan Kamelamakeup menggunakan 2 akad yakni, istishna untuk customer dan musyarakah untuk setiap tim. Akad istishna adalah akad jual pesanan / pengerajin / penerima pesanan (shani') dan pemesan (mustashni') untuk menciptakan suatu produk dengan spesifikasi tertentu (mashnu'),

dimana bahan baku dan biaya produksi menjadi tanggung jawab produsen, dan pembayaran dapat dilakukan diawal, tengah, atau akhir (Muslimin et al., 2021). Akad musyarakah adalah perjanjian kerja sama antara dua orang atau lebih untuk suatu perusahaan atau bisnis tertentu. Keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan, sedangkan kerugian didasarkan pada uang tunai dan asset non moneter yang diperbolehkan berdasarkan syariah (Alimatul Farida, 2020).

Manajemen keuangan penting bagi bisnis karena berbagai alasan. Pertama, pengelolaan keuangan yang efisien dapat membantu perusahaan dalam mengelola anggarannya dengan lebih baik. Dengan mengendalikan anggaran dengan baik, perusahaan dapat memastikan bahwa pengeluarannya berada pada jalurnya dan tidak melebihi dana yang tersedia. Hal ini dapat membantu perusahaan menghindari utang yang belum dibayar dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap kemampuannya menciptakan arus kas yang konsisten. Kedua, pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu bisnis menemukan sumber daya keuangan yang dapat diakses. Perusahaan harus mampu mengenali sumber daya keuangan yang tersedia, baik internal (laba ditahan dan kas) maupun eksternal (pinjaman). Dengan mengelola sumber daya keuangan secara efektif, bisnis dapat memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia sekaligus menghindari pemborosan (Ompusunggu & Irenetia, 2023).

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada dasarnya berisi uraian secara terperinci terhadap tahapan-tahapan dalam pembahasan yang dilakukan. Adapun dalam perintisan ini terdapat atas empat bbab, yaitu sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan. Terdiri dari latar belakang yang menggambarkan munculnya ide bisnis yang sedang dipertimbangkan dan bagaimana proses analisis kelayakan bisnis dilakukan, serta laporan sistematika

yang menjelaskan secara singkat laporan akhir tentang desain dan implementasi bisnis ini dibuat.

2. BAB II Pelaksanaan Kegiatan Perintisan Bisnis. Laporan Umum Pelaksanaan Kegiatan Bisnis terdiri dari profil bisnis dan implementasinya. Bagian profil bisnis menyediakan profil bisnis secara keseluruhan, termasuk bidang usaha, lokasi, waktu berdirinya, dan pengembangan bisnis secara umum. Bagian pelaksanaan bisnis memiliki beberapa komponen, yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan.
3. BAB III Identifikasi dan Pemecahan Masalah. Bagian identifikasi masalah menguraikan kesulitan yang dihadapi oleh pelaku bisnis saat memulai bisnisnya. Bagian tinjauan teoritis selanjutnya mencakup teori yang relevan dengan masalah perkembangan, diikuti oleh bagian penyelesaian masalah yang merinci. Teori atau pendekatan apa yang digunakan untuk mengatasi masalah dan seberapa efektifnya.
4. BAB IV Kesimpulan. Terdiri dari penjelasan tentang kinerja bisnis secara keseluruhan. Penerapan aspek fungsional, penyelesaian masalah yang ditemukan sebagaimana diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon lulusan yang akan bekerja di sektor bisnis yang sama dengan yang dijalankan.
5. Terakhir, menguraikan daftar Pustaka dan lampiran yang mendukung operasi bisnis.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

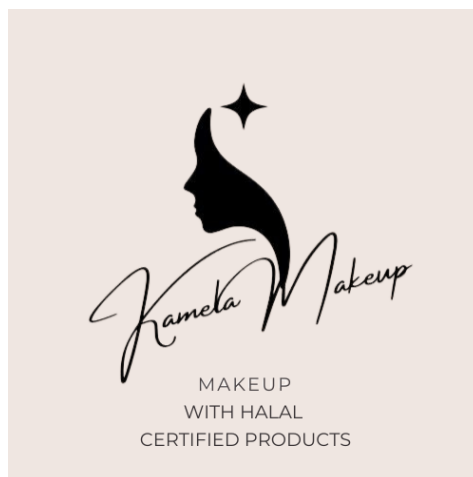
MakeUp Artist (MUA) adalah spesialis bisnis industri kecantikan yang mengkhususkan diri dalam mengaplikasikan tata rias untuk berbagai keperluan. Seorang MakeUp Artist (MUA) tidak hanya bertanggung jawab untuk “memoles wajah”, tetapi juga mempelajari Teknik, produk, warna, dan jenis kulit customer untuk menciptakan tampilan yang melengkapi tema acara dan kepribadian individu. MakeUp Artist (MUA) saat ini menjadi salah satu bidang bisnis yang banyak diminati oleh para Wanita, karna bisnis MakeUp Artist (MUA) bisa terlahir dari salah satu bakat yang terdapat dalam diri. Kemudian bakat tersebut terus diasah dengan berbagai cara bisa dengan mengikuti kelas yang dibuka oleh para MUA-MUA terkenal atau ahli atau bisa diasah melalui tayangan video di youtube yang dibagikan secara gratis.

Kamelamakeup merupakan bisnis yang dibangun atas keterampilan diri dari Putri Salma Kamilah pada tahun 2019, namun karna adanya masa Pendidikan jenjang kuliah bisnis ini sempat berhenti. Pada tahun 2025 bisnis ini Kembali didirikan Bersama tim yang berisikan 3 orang ownernya sendiri, yakni Putri Salma Kamilah Bersama 2 rekan lainnya, yaitu Rayhana Arifani dan Najwa Salsabila Saif. Kamelamakeup Berlokasi di Jl. Kenayan, Wedomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta ID 55584 yang berjarak 8,1 km atau setara dengan 13 menit menggunakan mobil dan motor menuju UII pusat.

Nama Kamelamakeup didapat dari nama Putri Salma Kamilah sendiri sebagai owner. Mengambil nama Kamilah di nama belakang pada Putri Salma Kamilah sebagai identitas atau *name brand* dari bisnis MUA ini. Arti nama Kamela sendiri adalah sempurna atau lengkap dari Bahasa arab yakni Kamilah. Dengan nama tersebut, kami berharap Kamelamakeup bisa menjadi penyempurna bagi *customer* disetiap acara terindahnya.

Logo sebagai identitas utama dalam penciptaan sebuah merek sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pengenalan merek di masyarakat. Oleh karena itu, penulis dan tim memilih warna beige dan hitam dipilih untuk melambangkan keseimbangan. Warna beige memberikan kesan lembut, netral, dan *elegant*. Sedangkan warna hitam melambangkan profesionalisme, kepercayaan diri, dan standar kualitas MakeUp yang baik. Logo Kamelamakeup menggambarkan siluet Wanita yang melambangkan sebagai kecantikan yang tetap pada prinsip islam, sementara bintang diatas kepala menjadi symbol cahaya dan inspirasi, mencerminkan harapan agar setiap customer bisa tampil menawan dengan produk MakeUp yang sudah bersertifikasi halal. Karna Wanita muslim pun bisa tampil dan menunjukkan kecantikan tanpa ragu dengan produk-produk yang mereka gunakan.

Tulisan dengan gaya kaligrafi memberikan layanan personal dan eksklusif terhadap customer. Slogan menggunakan produk MakeUp bersertifikasi halal menegaskan bahwa bisnis ini berfokus pada prinsip-prinsip islam yang mengatur segala sesuatunya kepada umatnya. Wanita muslim tidak perlu ragu untuk setiap pelayanan, produk, dan pengalaman yang kami berikan karna bisnis ini akan selalu menjaga kualitas pada setiap riasannya.



Gambar 2. 1 Logo Usaha Kamelamakeup

Berikut ini merupakan pernyataan visi dan misi yang menjadi landasan dalam menjalankan arah dan tujuan bisnis Kamelamakeup

Visi: Menjadi MakeUp Artist (MUA) dengan menggunakan produk bersertifikasi halal yang terpercaya, mengutamakan kecantikan alami, keanggunan Wanita Muslimah, serta menjunjung nilai-nilai halal dan etika dalam setiap sentuhan riasan.

Adapun Misi yang Kamelamakeup targetkan untuk mewujudkan Visi diatas yaitu:

1. Menyediakan layanan kosmetika yang menggunakan seluruh produknya sudah bersertifikasi halal
2. Mengangkat citra produk dengan kearifan lokal yang kualitasnya tidak kalah bagus dengan produk luar.
3. Memberikan layanan professional dan personal yang menghargai aura, kenyamanan, dan privasi customer.
4. Menciptakan citra kosmetika yang baik sesuai dengan prinsip islam, namun tetap menjaga estetika.

Pembagian tugas kerja pada bisnis ini dibagi menjadi 3 (tiga) bidang yang sudah disepakati bersma tim yakni, bidang produksi, bidang pemasaran, dan bidang keuangan. Yang masing-masing bidang memiliki tugas kerja nya pada bisnis ini. Berikut adalah pembagian tugas kerja, penulis dan tim melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan program kerja dan perencanaannya masing-masing. Pembagian tugas deskripsinya digambarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Pembagian Tugas Kerja

BIDANG PRODUKSI	BIDANG PEMASARAN	BIDANG KEUANGAN
1) Menganalisis kebutuhan customer.	1) Menganalisis (STP) segmentation, targeteting dan positioning.	1) Perencanaan Keuangan
2) Merancang konsep riasan.	2) Menciptakan angagement dengan audience.	2) Riset Pasar dan Harga
3) Mempertahankan riasan selama produksi berlangsung.	3) Pemasaran melalui	3) Penjualan Jasa
4) Memilih peralatan dan		4) Penyusunan

produk bersertifikat halal. 5) Mengikuti perkembangan trend dan Teknik riasan. 6) Melakukan dokumentasi dan pengarsipan.	Instagram. 4) Membuat portofolio.	Laporan Keuangan 5) Evaluasi
--	--------------------------------------	---------------------------------

B. Pelaksanaan Bisnis

Kamelamakeup mulai beroperasi Kembali pada bulan Februari 2025. Laporan dan Analisa pelaksanaan bisnis MakeUp Artist (MUA) ini mengambil periode waktu Maret sampai Mei 2025.

Pelaksanaan bisnis ini dtinjau dari 4 (empat) aspek, yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan. Dalam laporan ini, penulis berfokus bada aspek keuangan. Aspek keuangan yang dilakukan pada bisnis ini diperlukan guna mengetahui apakah perencanaan bisnis layak atau tidak, tidak hanya itu. Aspek keuangan juga untuk mengetahui perkiraan pendanaan dan aliran kas bisnis. Terdapat 5 (lima) program kerja yang harus dijalankan penulis pada bisnis Kamelamakeup dalam bidang keuangan. 5 (lima) program tersebut diantaranya:

1. Perencanaan Keuangan

a. Pengumpulan Modal Usaha

Modal usaha merupakan komponen penting dalam memulai dan mengembangkan usaha. Kas yang cukup memungkinkan pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan operasional, berinvestasi dalam teknologi, dan mengembangkan usahanya. Sebaliknya, kas yang terbatas sering kali menjadi hambatan utama. Bagi pertumbuhan usaha, terutama bagi UMKM yang memiliki akses terbatas ke sumber pendanaan kelembagaan (kafidah 2024).

Penelitian dari Tanti dan Dewi (2020) menemukan bahwa modal usaha meningkatkan keberlanjutan usaha UMKM milenial di Kabupaten Buleleng. Hal ini menunjukkan bahwa modal tidak hanya

penting secara finansial, tetapi juga dalam hal kapasitas manajemen dan strategi bisnis di antara pelaku perusahaan.

Menurut ide-ide ekonomi islam, modal perusahaan tidak hanya dipandang sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga sebagai metode untuk mencapai keadilan, kemitraan yang sehat, dan keberkahan bisnis. Prinsip-prinsip seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi) berfungsi sebagai dasar untuk operasi ekonomi, termasuk ketersediaan keuangan bisnis (Aziz et al., 2025)

Dari hasil analisis dan pengumpulan barang-barang yang terdahulu bisnis ini memerlukan modal berupa uang dan barang. Sesuai dari hasil diskusi dan kesepakatan Bersama, masing- masing anggota memberikan modal uang dan barang awal yang jika digabungkan bernominal Rp1,000,000,-. Jika terjadi kerugian maka akan dibagi sama rata sesuai dengan persentase modal yang disetorkan berikut dengan barang yang sudah disetorkan diawal begitu pula dengan pembagian keuntungan, yang dimana keuntungan tersebut berupa barang dan juga uang. Untuk pembagian hasil akan dilakukan di akhir penjualan. Berikut rincian sumber modal uang dan barang beserta persentase pembagian hasil yang dilakukan dalam pengelolaan usaha ini:

Tabel 2. 2 Sumber modal usaha berupa uang di Kamleamakeup

SUMBER MODAL (UANG) USAHA KAMELA MAKEUP			
NO	TANGGAL	NAMA	MODAL UANG
1	19/02/2025	Rena	Rp444,176.00
2		Najwa	Rp570,522.00
3		Salma	Rp412,722.00
TOTAL			Rp1,427,420.00

Tabel 2. 3 Sumber modal usaha berupa barang di Kamelamakeup

SUMBER MODAL (BARANG) USAHA KAMELA MAKEUP				
NO	TANGGAL	NAMA	NAMA BARANG	HARGA BARANG
1	25/02/2025	Rena	Luxcrime Instans Cover (C01&W02)	Rp113,265.00
			Luxcrime Blur & Cover Two Way Cake Oil Control (BUTTERCREAM)	Rp81,408.00
			Mother Of Pearl (MOP) Anti Crak	Rp140,000.00
			Muaq X January Christy Makeup Blend	Rp125,000.00
			ESQA Goddess Eyeshadow Pallete (Peach)	Rp96,151.00
Total				Rp555,824.00
2	20/02/25	Najwa	Mercredi Translucent Powder (PDC 02)	Rp63,579.00
			Make Over Hydrasty Liquid Tint Blush (03 Solace & 05 Sun-Baked)	Rp233,818.00
			Tissue Kering Customer	Rp27,900.00
			Pouch Customer	Rp88,181.00
			Botol Lipgloss 2ML (Putih)	Rp16,000.00
Total				Rp429,478.00
3	19/02/2025	Salma	LT Pro Perfect kin High Definition Foundation (02 Ivory &03 Beigh)	Rp330,800.00
			LT Pro Dual Lasting Brow Cream (Dark Brown)	Rp44,828.00
			Make Over Hyperback Super Liner	Rp112,000.00
			Make Over Powerstay Micro Brow Sculptor (Deep Grey)	Rp99,650.00
Total				Rp587,278.00
TOTAL				Rp1,572,580.00

Tabel 2. 4 total keseluruhan modal usaha di Kamelamakeup

TOTAL SELURUH MODAL USAHA KAMELA MAKEUP		
NO	SUMBER	JUMLAH
1	Uang	Rp1,427,420.00
2	Barang	Rp1,572,580.00
TOTAL		Rp3,000,000.00

Tabel 2. 5 Persentase kerugian dan bagi hasil setiap anggota

NAMA	PEMBAGIAN BAGI HASIL
Salma	50%
Rena	25%
Najwa	25%

b. Variable Cost

Memahami struktur biaya merupakan hal aspek penting dalam pengambilan keputusan manajerial di lingkungan perusahaan yang serba cepat saat ini. Biaya variable merupakan salah satu komponen biaya terpenting untuk fleksibilitas dan efisiensi operasional. Biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan biaya pengemasan merupakan contoh biaya variable yang berfluktuasi seiring dengan volume produksi atau aktivitas bisnis (Horngren et al., 2021). Tidak seperti biaya tetap yang tidak berpengaruh oleh perubahan aktivitas produksi, biaya variable memungkinkan pelaku bisnis untuk melakukan penyesuaian biaya yang lebih fleksibel, terutama sebagai respons terhadap perubahan permintaan pasar.

Tabel 2. 6 rincian variable cost

VARIABLE COST					
Nama Produk	Jumlah/ Pcs	Harga Beli	Ukuran/ Besar	Pemakaian	Harga/ orang
Foundation	2	Rp330,800	35 g	70	Rp4,725.71
Face Primer	1	Rp140,000	30 ml	70	Rp2,000.00

Liquid Blush	1	Rp116,909	20 ml	80	Rp1,461.36
Eyeliners	1	Rp112,000	10 ml	70	Rp1,600.00
Alis Pensil	1	Rp99,650	0.07 g	80	Rp1,245.63
Pomade Alis/Brow Cream	1	Rp44,828	4 g	100	Rp448.28
Concealer	1	Rp56,633	4.5 g	70	Rp809.04
Compac Powder	1	Rp81,408	8.5 g	100	Rp814.08
Setting Spray	1	Rp53,000	30 ml	50	Rp1,060.00
Eyeshadow	1	Rp96,151	9 g	200	Rp480.76
Loose Powder	1	Rp63,579	10 gr	100	Rp635.79
Lip Glazed	2	Rp198,000	3 gr	80	Rp2,475.00
Mascara	1	Rp75,900	7 gr	80	Rp948.75
Botol Lipgloss	10	Rp16,000	2 ml	10	Rp1,600.00
Pouch	50	Rp88,181	50 pcs	50	Rp1,763.62
Blend Bedak	10	Rp7,990	10 pax	10	Rp799.00
Bulu Mata	6	Rp110,662	6 pcs	10	Rp11,066.20
Lem Bulu Mata	1	Rp35,000	7 g	100	Rp350.00
Kaca Bulat Customer	10	Rp7,210	10 pcs	10	Rp721.00
Tissue	10	Rp27,900	10 pax	10	Rp2,790.00
TKL (Tenaga Kerja Langsung)	3	Rp50,000	3 orang	3	Rp16,666.67
Biaya Transportasi max.10 KM Start Rumah Salma	-	Rp100,000	1 KM		Rp10,000.00
TOTAL VARIABLE COST					Rp64,460.88

Berdasarkan data dari tabel diatas, biaya variable tertinggi dikeluarkan saat pembelian produk MakeUp. Tingkat pemakaian produk bervariasi, dengan beberapa produk sering digunakan. Selain produk, terdapat juga biaya untuk *freebies* setiap *customer* yang menggunakan jasa dari Kamelamakeup. Biaya tenaga kerja dan transportasi juga termasuk dalam *variable cost*. Total biaya variable sebesar Rp64,460.88,- akan meningkat seiring jumlah layanan. Penting untuk mengelola penggunaan produk secara efisien dan mempertimbangkan harga layanan yang sesuai.

c. **Fixed Cost**

Hutapea et al. (2024) dalam jurnal EKOMA meneliti pengaruh biaya tetap dan variable terhadap penjualan pada UMKM Ucok Kopi di Pematang Siantar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik biaya tetap maupun biaya variable memiliki hubungan positif terhadap penjualan, menekankan pentingnya pengelolaan kedua jenis biaya untuk meningkatkan pendapatan. Berikut tabel dari *fixed cost* dari bisnis Kamelamakeup yang diperlukan selama penjualan:

Tabel 2. 7 Total Fixed Cost Kamelamakeup

Fixed Cost	
Biaya Promosi	Rp120,000
Sewa Koper MakeUp	Rp200,000
Pembelian Background Photo	Rp26,800
Biaya ADM Kartu GPN GOLD	Rp4,000
TOTAL FIXED COST	Rp350,800

Tabel *Fixed Cost* diatas memberikan rincian pembiayaan yang terjadi dalam Kamelamakeup, *fixed cost* dalam bisnis Kamelamakeup penulis mencantumkan pembiayaan operasional, penyewaan koper makeup, dan pembelian background photo untuk customer yang diperlukan oleh bidang pemasaran.

d. **Biaya Operasional**

Biaya operasional mencakup semua biaya yang dikeluarkan secara rutin untuk menjalankan operasi bisnis sehari-hari. Dalam bisnis jasa, pengeluaran ini mencakup semua biaya yang terkait dengan penyediaan layanan kepada *customer*, berbeda dengan bisnis manufaktur yang memproduksi barang. Berikut rincian biaya operasional yang telah dilakukan pada Kamelamakeup:

Tabel 2. 8 Rincian Biaya Operasional Kamelamakeup

Biaya Operasional				
No	Biaya Operasional	Qty	Harga	Total
1	Endorsement	1	Rp25,000	Rp25,000
2	Keperluan Muse	2	Rp23,500	Rp47,000
3	TikTok Ads	1	Rp15,000	Rp15,000
4	Foto Copy Brosur	6	Rp5,500	Rp33,000
5	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	4	Rp1,000	Rp4,000
Total				Rp124,000

Rincian pada biaya operasional berupa endorsement Ig, keperluan muse (transportasi dan konsumsi), pemasangan tiktok ads, foto copy brosur, dan biaya Administrasi kartu GPN GOLD BSI.

e. Total Cost

Total *Cost* atau yang dikenal sebagai biaya total adalah jumlah total uang yang dikeluarkan oleh suatu bisnis untuk menjalankan aktivitasnya selama periode waktu tertentu. Dalam bisnis jasa total *cost* mencakup semua biaya, baik *fixed cost* atau *variable cost* yang dikeluarkan saat memberikan layanan kepada *customer*. Berikut tabel dari keseluruhan *cost* di Kamelamakeup:

Tabel 2. 9 Rician Total Cost Kamelamakeup

Total Cost		
No	Jenis Biaya	Jumlah
1	Biaya Tetap (Fixed Cost)	Rp226,800
2	Biaya Variabel (Variabel Cost)	Rp59,610
3	Biaya Operasional	Rp124,000
Total		Rp410,410

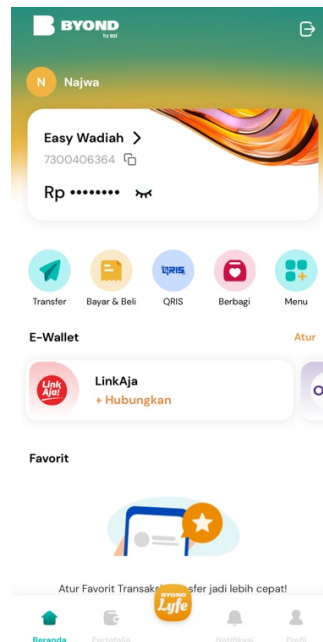
f. Pembukaan Rekening Bank Syariah dan Penggunaan Akad

Salah satu Langkah strategis dalam mendorong praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah adalah membuka rekening bank syariah bagi pelaku usaha berdasarkan prinsip ekonomi islam. Hal ini memberikan akses terhadap layanan keuangan yang bebas riba,

gharar, dan maisir. Selain menunjukkan dedikasi terhadap prinsip-prinsip islam.

Dalam konteks pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, pembukaan rekening bank syariah sangat penting untuk mendorong inklusi keuangan. Menurut Ainol Yaqin (2024), perluasan perbankan syariah memberikan kontribusi besar terhadap inklusi keuangan di Indonesia, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang membutuhkan akses layanan keuangan yang sesuai dengan syariah.

Penulis sebagai penanggung jawab bidang keuangan, memutuskan membuka rekening bank pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan akad wadiah atau titipan. Alasan memilih akad wadiah ialah biaya administrasi kecil yakni sebesar Rp1,000,- dan biaya penamahanan atau biaya minimal pada bank sebesar Rp50,000,-.



Gambar 2. 2 pembukaan rekening bank BSI

2. Riset Pasar dan Harga

a. Riset Harga antar *Competitor*

Riset harga dilakukan untuk mengetahui harga MakeUp Artis (MUA) yang terdapat di pasaran. Riset harga dilakukan melalui media *social* secara acak, *competitor* yang terdapat dalam tabel dibawah mempunyai lokasi di daerah Yogyakarta, harga yang ditawarkan oleh para *competitor* beragam mulai dari Rp250,000,- hingga Rp400,000,-. Riset harga antar *competitor* adalah Langkah penting dalam strategi bisnis. Penetapan harga yang sesuai akan menimbulkan kestabilan dalam bisnis yang dijalankan. Tanpa riset, penetapan harga yang terlalu tinggi dapat kehilangan pelanggan atau terlalu rendah dapat merugikan bagi bisnis. Data riset harga antar *competitor* disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. 10 Data Riset *Competitor*

Nama MUA	Harga
@weddingsyari_jogja	Start From Rp250,000
@noirbymedya_makeupsyari	Rp275,000 dan Transportasi Rp150,000
@chan_makeupsyari	Rp250,000 - Rp300,000
@liahansa_mua	Start From Rp150,000 - Rp400,000
@nadiyahnh.makeup	MakeUp by Owner (Nadiyah) Rp350,000 – Rp400,000 MakeUp by Partner/Team Rp250,000 - Rp450,000

Tabel diatas menunjukkan harga-harga yang diberikan *competitor* kepada *customer* cukup bervariasi, sesuai dengan jenis acara, penggunaan produk, *customer experience*, pelayanan, transportasi.

b. Harga Pokok Produk (HPP)

Perhitungan Harga Pokok Produk (HPP) yang akurat dan tepat sangat krusial bagi keberhasilan UMKM. Dengan memahami dan

menerapkan metode perhitungan HPP yang sesuai, seperti *Full Costing* (penghitungan harga berdasarkan keseluruhan biaya produksi, baik bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya tetap) atau *Job Order Costing* (perhitungan biaya produksi yang menghasilkan produk berdasarkan pesanan atau job tertentu), UMKM dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, meningkatkan efisien operasional, dan mencapai profitabilitas yang optimal. Studi-studi terkini menunjukkan bahwa pendekatan yang sistematis dalam menghitung HPP dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan dan keberlanjutan usaha UMKM (Apriliawan Saputra et al., 2024)

Perhitungan HPP dilakukan dengan berkoordinasi Bersama bidang produksi untuk mengetahui produk apa saja yang masuk kedalam daftar Harga Pokok Penjualan (HPP) berikut perhitungan dari Harga Pokok Penjualan (HPP) pada bisnis Kamelamakeup:

Tabel 2. 11 Total Variable Cost Kamelamakeup

PENCATATAN HPP KAMELAMAKEUP					
VARIABLE COST					
Nama Produk	Jumlah/ Pcs	Harga Beli	Ukuran/ Besar	Pemakaian	Harga/ orang
Foundation	2	Rp330,800	35 g	70	Rp4,725.71
Face Primer	1	Rp140,000	30 ml	70	Rp2,000.00
Liquid Blush	1	Rp116,909	20 ml	80	Rp1,461.36
Eyeliners	1	Rp112,000	10 ml	70	Rp1,600.00
Alis Pensil	1	Rp99,650	0.07 g	80	Rp1,245.63
Pomade Alis/Brow Cream	1	Rp44,828	4 g	100	Rp448.28
Concealer	1	Rp56,633	4.5 g	70	Rp809.04
Compac Powder	1	Rp81,408	8.5 g	100	Rp814.08
Setting Spray	1	Rp53,000	30 ml	50	Rp1,060.00
Eyeshadow	1	Rp96,151	9 g	200	Rp480.76
Loose Powder	1	Rp63,579	10 gr	100	Rp635.79
Lip Glazed	2	Rp198,000	3 gr	80	Rp2,475.00

Mascara	1	Rp75,900	7 gr	80	Rp948.75
Botol Lipgloss	10	Rp16,000	2 ml	10	Rp1,600.00
Pouch	50	Rp88,181	50 pcs	50	Rp1,763.62
Blend Bedak	10	Rp7,990	10 pax	10	Rp799.00
Bulu Mata	6	Rp110,662	6 pcs	10	Rp11,066.20
Lem Bulu Mata	1	Rp35,000	7 g	100	Rp350.00
Kaca Bulat Customer	10	Rp7,210	10 pcs	10	Rp721.00
Tissue	10	Rp27,900	10 pax	10	Rp2,790.00
TKL (Tenaga Kerja Langsung)	3	Rp50,000	3 orang	3	Rp16,666.67
Biaya Transportasi max.10 KM Start Rumah Salma	-	Rp100,000	1 KM		Rp10,000.00
TOTAL VARIABLE COST					Rp64,460.88

Harga Pokok Produk (HPP) dalam bisnis Kamelamakeup bukan hanya produk inti saja, namun biaya transportasi dan Tenaga Kerja Langsung (TKL) ikut serta dalam daftar HPP. Biaya transportasi yang dimaksud dalam HPP diatas, karena adanya batas maksimal KM (kilometer) yang masuk kedalam daftar HPP. Batas maksimal KM pada Kamelamakeup yakni, 10 KM ke daerah UII Pusat dan 10 KM ke daerah Jl. Kaliurang bawah dari titik pusat berada di Jl. Kenayan, Wedomartani, Kecamatan. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta ID 55584. Layanan *home service* yang diberikan oleh Kamelamakeup untuk memudahkan para customer yang ingin di rias di rumah masing-masing.

Masuknya TKL kedalam HPP pengupayaan Upah karyawan atau pekerja adalah jenis pembayaran yang ditawarkan oleh pemberi kerja kepada karyawannya. Kompensasi atau penghasilan bersifat finansial, artinya berupa uang yang diterima merupakan salah satu tunjangan yang ditawarkan oleh pemilik perusahaan kepada karyawannya. Kompensasi upah ini mendukung penghidupan karyawan dengan menyediakan sandang dan pangan.

Bagi perusahaan atau pemilik bisnis, upah berfungsi sebagai jaminan keberlanjutan produksi. Oleh karena itu, hubungan antara pemilik bisnis dan karyawan harus dikelola dengan baik dan menciptakan rasa saling pengertian akan kebutuhan masing-masing (Sopandi & Komala, 2024). Dalam islam semua urusan manusia dari bangun tidur hingga tidur Kembali sudah diatur semuanya, bukan hanya hal-hal yang bersifat akhirat saja yang dipedulikan didalam islam, tetapi hal-hal yang bersifat duniawi pun diatur didalam islam.

Salah satu contohnya adalah pekerjaan, dalam islam pekerjaan bukan hanya menyangkut tentang kerja dan pendapatan saja, namun bekerja adalah kewajiban dan bentuk shalat untuk mencari rezeki yang halal dan baik guna memenuhi kebutuhan hidup, bukan semata-mata keinginan dunia.

Menurut Wulandari, & Widiani (2023) menyatakan bahwa: Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak memandng sesuai perspektif ekonomi islam hanya menekankan tujuan duniawi dan mengabaikan kepentingan agaman. Akibatnya, karyawan hanya dapat menjadi objek bagi perusahaan saja. Berbeda jika perusahaan menerapkan Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai perspektif islam, karyawan akan menjadi subjek bagi organisasi yang memungkinkan mereka terlibat lebih aktif dalam pertumbuhannya.

c. Harga Jual Produk

Penelitian yang dilakukan oleh fahriani et al. ditahun (2024) menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi penentuan harga berdasarkan analisis biaya produksi, permintaan pasar, dan *competitor*. Mampu meningkatkan *margin* laba, sekaligus mempertahankan harga jual yang kompetitif. Harga jual produk yang diberikan oleh Kamelamakeup kepada *customer* berdasarkan perhitungan dari keseluruhan aspek-aspek keuangan dalam

penentuan harga produk yang sesuai. Mengambil keuntungan sebesar 120% dalam perhitungan persentase dan keuntungan dalam bentuk nominal sebesar Rp85,539.12,- dalam *variant* makeup untuk wisuda, pendamping wisuda, *photoshoot*, dan lain-lain. Berikut rincian tabel dari harga jual produk:

Tabel 2. 12 rincian harga jual produk *variant* makeup untuk wisuda, pendamping wisuda, *photoshoot*

No	Keterangan	Harga
1	Total HPP/Produk	Rp64,460.88
2	Marjin/Produk	Rp85,539.12
Harga Jual Produk		Rp150,000.00

Sedangkan untuk *variant* makeup *wedding* mempunyai keuntungan sebesar Rp735,539.12,-. Berikut rincian tabel dari harga jual produk:

Tabel 2. 13 Rincian harga jual produk *variant* makeup *wedding*

No	Keterangan	Harga
1	Total HPP/Produk	Rp64,460.88
2	Marjin/Produk	Rp735,539.12
Harga Jual Produk		Rp800,000.00

d. Break Event Point (BEP)

Dalam dunia usaha, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terdapat pemahaman terhadap analisis Break Event Point (BEP) sangat penting. BEP adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi (Gilang Romadlon & Atsaris Sujud, 2024)

Mengetahui titik impas dapat membantu pelaku usaha dalam merencanakan strategi penjualan, menetapkan harga jual, dan mengelola biaya operasional secara efisien (Fahrie Dwintara et al., 2023). Dalam bisnis ini penulis beserta tim sepakat hanya ada 1

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Fix Cost}}{1 - (\text{Variable Cost}/\text{Harga Jual})}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Rp}350,800}{1 - (\text{Rp}64,460.88/\text{Rp}150,000.00)}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Rp}350,800}{0.5702608056}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp}615,157$$

variasi makeup
 atau riasan
 untuk customer,
 yaitu riasan
 yang cocok
 untuk acara
 wisuda,
 photoshoot,
 pendamping wisuda, lamaran, kondangan, dsb. Perhitungan Break
 Event Point (BEP) penulis menggunakan 2 rumus BEP, yaitu Break
 Unit:

$$\begin{aligned}
 \text{BEP unit} &= \frac{\text{Fix Cost}}{\text{Harga Jual} - \text{Variabel Cost}} \\
 \text{BEP unit} &= \frac{\text{Rp. } 350.800,00}{\text{Rp. } 150.000,00 - \text{Rp. } 64,460.88} \\
 &= \frac{\text{Rp. } 350.800,00}{\text{Rp. } 85.539} \\
 &= 4
 \end{aligned}$$

Perhitungan BEP diatas mengambil harga dari keseluruhan total fix cost dibagi dengan hasil dari harga jual dikurangi total variable cost, BEP unit yang didapat dari rumus diatas adalah 4. Titik impas (BEP) per unit menunjukkan jumlah minimum barang yang harus dijual untuk membayar semua biaya tetap dan variable serta mencegah kerugian.

Break Event Point (BEP) Rupiah (Rp):

Dari perhitungan BEP (Rp) diatas dengan penjualan 3 hingga 4 unit maka titik impas sudah terpenuhi. Dengan nominal Rp615,157,- tidak adanya kerugian didalam bisnis. Dan sebaliknya jika penjualan belum mencapai nominal Rp615,157,- maka, bisnis mengalami kerugian.

3. Penjualan Jasa

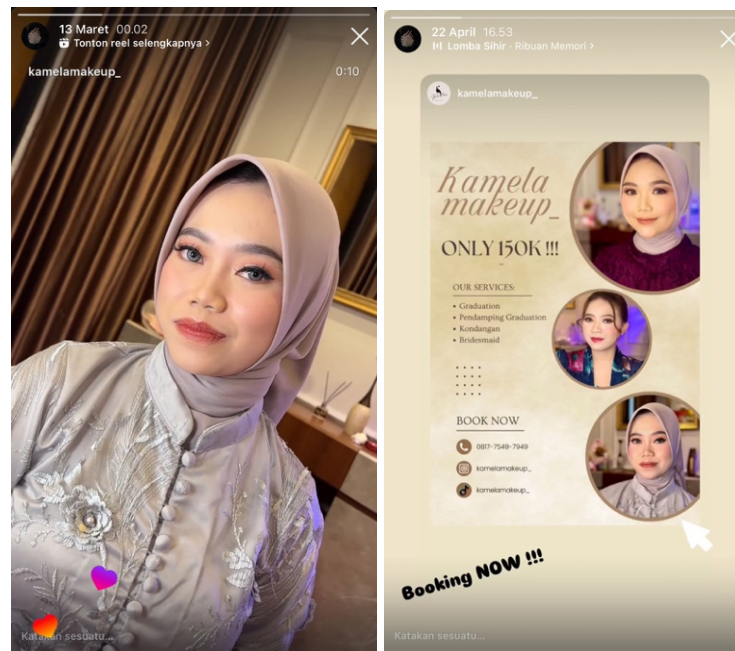
a. Berkoordinasi Bersama Bidang Pemasaran

Koordinasi antar berbagai pihak memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan penjualan dan efektivitas promosi dalam bisnis. Selain memberikan informasi tentang layanan yang tersedia, pemasaran juga bertanggung jawab untuk menumbuhkan opini yang baik dan memberikan nilai tambah di mata *customer*. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas penjualan dan keberhasilan kegiatan promosi, diperlukan Kerjasama yang kuat antar tim.

Penulis sebagai bidang keuangan membantu penjualan pada bidang pemasaran berupa, promosi via Instagram *story*, WhatsApp *story*, dan penyebaran brosur pada saat wisuda UII Periode IV Tahun Akademik 2024-2025. Upaya tersebut dilaksanakan oleh penulis untuk membantu bisnis agar bisa menjangkau *customer* yang lebih besar dan lebih luas.



Gambar 2. 3 Pembagian brosur Kamelamakeup



Gambar 2. 4 Promosi via istagram story

Penulis juga melakukan koordinasi Bersama bidang pemasaran terkait biaya operasional yang dibutuhkan oleh bidang pemasaran berupa, biaya endorsement via Instagram, biaya konsumsi dan transportasi muse, dan tiktok ads.

b. Berkoordinasi Bersama Bidang Produksi

Penulis melakukan koordinasi dengan bidang produksi terkait maksimal penggunaan produk untuk dihitung pada harga pokok produk (HPP), dengan koordanasi tersebut kedua tim bidang produksi dan keuangan mengetahui HPP pada setiap unit jasa yang dijual. Tidak hanya berkoordinasi pada produk saja, penulis juga membantu bidang produksi pada saat proses produksi berlangsung. Seperti, membantu menyiapkan dan membereskan koper makeup, penentuan shades *foundation* pada *customer*.



Gambar 2. 5 membantu bidang produksi mempersiapkan koper
makeup

4. Penyusunan Laporan Keuangan

a. Penjualan

Penjualan bisnis Kamelamakeup dilakukan kurang lebih 4 bulan. Dari bulan Februari hingga bulan Mei, dengan total customer berjumlah 8 orang. Titik impas atau Break Event Point (BEP) dalam bisnis ini adalah 4, jika dilihat secara gambaran kasar, Kamelamakeup sudah mencapai bahkan melebihi dari titik impas tersebut. Customer yang diperoleh Kamelamakeup cukup beragam, dimulai dari pemesanan makeup untuk Kartini Festival, Pendamping wisuda, bridesmaid, kondangan, photoshoot, dan kondangan. customer Kamelamakeup tidak ada yang sesuai dengan target customer yang ditentukan. Pada awal dibangun, Kamelamakeup menargetkan customer kepada mahasiswa atau pelajar yang akan melaksanakan wisuda, namun target customer tersebut tidak terpenuhi. Berikut penulis menyertakan data tabel semua customer pada Kamelamakeup:

Tabel 2. 14 Penjualan jasa Kamelamakeup

PENJUALAN KAMELAMAKEUP							
NO	TANGGAL	NAMA	ALAMAT	JENIS ACARA	Qty	HARGA	PAID
1	21/04/2025	Mira	https://maps.app.google.gl/Vryrbs9548T4LcSq7?g_st=iw	Kartini Karnaval	1	Rp150,000.00	Lunas
2	23/04/2025	Oca	https://maps.app.google.gl/sJgVrGkeWwgRCZKPA?g_st=iw	Photoshoot	2	Rp300,000.00	Lunas
3	26/04/2025	Audrey	https://maps.app.google.gl/3f7hAFMFU1NcBhny8?g_st=com.google.maps.preview.copy	Bridesmaid	1	Rp150,000.00	Lunas
4	27/04/2025	Fara	https://maps.app.google.gl/2g8KfrjS6iiXubcR8?g_st=iw	Kondangan	1	Rp150,000.00	Lunas
5	27/05/2025	Fatwa	https://maps.app.google.gl/57VTs7RXLmwkwv7C8?g_st=iw	Pendamping Wisuda	1	Rp160,000.00	Lunas
6	31/05/2025	Meila	https://maps.app.google.gl/bmvVqZ9xiVZkeDvn8?g_st=iw	Pendamping Wisuda	2	Rp300,000.00	Lunas
Total Penjualan							Rp1,210,000.00

b. Pemasukan

Pemasukan pada Kamela Makeup dari awal buka bulan Februari hingga bulan Mei, hanya ada pemasukan di bulan April dan bulan Mei saja. Pada saat bulan Maret tidak ada pemasukan dikarenakan bulan tersebut adalah bulan Ramadhan atau bulan puasa, sehingga bulan tersebut tidak ada pemasukan. Bulan Ramadhan biasanya tidak ada yang melakukan kegiatan yang memerlukan pemesanan makeup. Berikut penulis melampirkan rincian data pemasukan untuk bulan April dan Mei 2025:

Tabel 2. 15 rincian pemasukan bulan April

Kamelamakeup Pemasukan Periode 1 - 30 April 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pemasukan
			Qty	Harga	Jumlah	
1	01/04/2025	Modal				Rp696,490
2	21/04/2025	Cust Booking to Kartini Festival	1	Rp150,000	Rp150,000	Rp150,000
3	23/04/2025	Cust Booking for Photoshoot	1	Rp150,000	Rp150,000	Rp150,000
4	26/04/2025	Cust Booking for Bridesmaid	2	Rp150,000	Rp300,000	Rp300,000
5	27/04/2025	Cust Booking For Kondangan	1	Rp150,000	Rp150,000	Rp150,000
Total						Rp1,446,490

Tabel 2. 16 rincian pemasukan bulan mei

Kamelamakeup Pemasukan Periode 1 - 31 Mei 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pemasukan
			Qty	Harga	Jumlah	
1	01/05/2025	Modal				Rp1,360,690
2	27/05/2025	Cust Booking Pendamping Wisuda	1	Rp160,000	Rp160,000	Rp160,000
3	31/05/2025	Cust Booking Pendamping Wisuda	2	Rp150,000	Rp300,000	Rp300,000
Total						Rp1,820,690

c. Pengeluaran

Pada bisnis Kamelamakeup disetiap bulannya terdapat pengeluaran, dari mulai membeli produk yang belum tersedia, endorsement Instagram, tiktok *adsense* pembayaran administrasi Rekening bank, *foto copy* brosur, biaya konsumsi dan transportasi muse. Pengeluaran tersebut tidak setiap bulan dilakukan, yang dilakukan pembayaran setiap bulan adalah pembayaran administrasi

kartu GPN GOLD. Berikut penulis melampirkan rincian data pengeluaran Kamelamakeup dari bulan Februari hingga Mei 2025:

Tabel 2. 17 pengeluaran kamelamakeup bulan Februari

Kamelamakeup Periode 1 - 28 Februari 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah	
1	22/02/2025	Bulu Mata Palsu	6	Rp18,444	Rp110,662	Rp666,930
2		Compac Powder	1	Rp81,408	Rp81,408	
3		Kaca Bulat Customer	10	Rp721	Rp7,210	
4		Setting Spray	2	Rp53,000	Rp106,000	
6		Spoge Kotak	4	Rp2,453	Rp9,810	
7		Blend Bedak	10	Rp799	Rp7,990	
8		Lem Bulu Mata	1	Rp35,000	Rp35,000	
9		Mascara	1	Rp75,900	Rp75,900	
10		Brush	2	Rp17,475	Rp34,950	
11		Lip Glazed Somethinc	2	Rp99,000	Rp198,000	
12	26/02/2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	Rp13,000
13		Biaya Konsumsi Muse	1	Rp12,000	Rp12,000	
Total						Rp679,930

Tabel 2. 18 pengeluaran Kamelamakeup bulan Maret

Kamelamakeup Pengeluaran						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah	
1	4/3/2025	Biaya TikTok Ads	1	Rp15,000	Rp15,000	Rp15,000
1	5/3/2025	Biaya Transportasi Muse	1	Rp35,000	Rp35,000	Rp35,000
2	26/03/2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	Rp1,000
Total						Rp51,000

Tabel 2. 19 pengeluaran Kamelamakeup bulan April

Kamelamakeup Pengeluaran Periode 1 - 30 April 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah	
1	16/04/2025	Endorsment Ig	1	Rp25,000	Rp25,000	Rp25,000
2	22/04/2025	Beli Background Photo	1	Rp26,800	Rp26,800	Rp26,800
3	25/04/2025	Foto Copy Brosur	6	Rp5,500	Rp33,000	Rp33,000
4	27/04/2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	Rp1,000
Total						Rp85,800

Tabel 2. 20 pengeluaran Kamelamakeup bulan Mei

Kamelamakeup Pengeluaran Periode 1 - 31 Mei 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah	
1	1/5/2025	Bayar Sewa Koper Makeup	1	Rp200,000	Rp200,000	Rp200,000
2	26/05.2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	Rp1,000
Total						Rp201,000

d. Total Pemasukan dan Pengeluaran

Pentotalan pemasukan dan pengeluaran pada bisnis Kamelamakeup direkap diakhir bulan penjualan pada bulan Mei, agar penulis mengetahui keuntungan yang didapat dari bisnis ini.

Tabel 2. 21 rincian total pemasukan dan pengeluaran Kamelamakeup

Kamelamakeup Total Pengeluaran dan Pemasukan		
Pemasukan	Pengeluaran	Total
Rp1,210,000	Rp337,800	Rp1,547,800

e. Arus Kas

Arus kas menjadi bagian terpenting dalam penyusunan laporan keuangan, karena menunjukkan arus kas adalah alat pengukur seberapa baik perusahaan dapat menangani arus kas masuk dan keluar dalam suatu bisnis, arus kas merupakan komponen penting dari manajemen keuangan. Menjaga likuiditas, memenuhi komitmen keuangan, dan mendorong pertumbuhan bisnis jangka Panjang. Semua itu dapat dilakukan melalui manajemen arus kas yang efektif.

Menurut penelitian jaya dan rahmanto (2022), laporan arus kas memberikan informasi penting mengenai pendapatan dan pengeluaran perusahaan selama periode waktu tertentu, termasuk kegiatan operasional, pembiayaan, dan investasi. Informasi ini sangat penting bagi bidang keuangan untuk meninjau kinerja keuangan dan membuat keputusan strategis untuk masa depan perusahaan.

Penulis membuat tabel rincian arus kas perperiode bulanan, terdapat 4 laporan arus kas yakni, laporan arus kas periode 1-28 Februari 2025, laporan arus kas periode 1-31 Maret 2025, laporan arus kas periode 1-30 April, dan laporan arus kas periode 1-31 Mei 2025 laporan tersebut dirincikan pada tabel berikut:

Tabel 2. 22 Laoran arus kas periode 1-28 Februari 2025

Kamelamakeup Laporan Arus Kas Periode 1 - 28 Februari 2025	
Saldo Awal Kas	-
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	1,427,420
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	1,427,420
2 Kegiatan Operasional	
Pembelian Persediaan Barang	(497,170)
Laba Bersih	(13,000)
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Operasional	(510,170)

3 Kegiatan Investasi	
Peralatan Usaha	(169,760)
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Investasi	(169,760)
Saldo Akhir Kas	747,490

Tabel 2. 23 Laoran arus kas periode 1-31 Maret 2025

Kamelamakeup Laporan Arus Kas Periode 1 - 31 Maret 2025	
Saldo Awal Kas	747,490
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	
2 Kegiatan Operasional	
Persediaan Barang	
Laba Bersih	(51,000)
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Operasional	(51,000)
3 Kegiatan Investasi	
Peralatan Usaha	
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Investasi	
Saldo Akhir Kas	696,490

Tabel 2. 24 Laoran arus kas periode 1-30 April 2025

Kamelamakeup Laporan Arus Kas Periode 1 - 30 April 2025	
Saldo Awal Kas	696,490
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	

Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	
2 Kegiatan Operasional	
Penurunan Harga Persediaan Barang	188,971
Laba Bersih	418,696
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Operasional	607,667
3 Kegiatan Investasi	
Peralatan Usaha	(26,800)
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Investasi	(26,800)
Saldo Akhir Kas	1,227,357

Tabel 2. 25 Laoran arus kas periode 1-31 Mei 2025

Kamelamakeup Laporan Arus Kas Periode 1 - 31 Mei 2025	
Saldo Awal Kas	1,277,357
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	
2 Kegiatan Operasional	
Penurunan Harga Persediaan Barang	113,383
Laba Bersih	95,617
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Operasional	209,000
3 Kegiatan Investasi	
Peralatan Usaha	
Kas Diterima (Digunakan) dari Aktivitas Investasi	
Saldo Akhir Kas	1,406,357

f. Neraca Saldo

Neraca saldo dibuat untuk mengetahui keseimbangan dalam laporan keuangan suatu bisnis, penulis membuat neraca saldo di setiap bulannya. Kamelamakeup menunjukkan kenaikan disetiap

bulannya. Namun di bulan Maret Kamelamakeup menunjukkan penurunan sedikit yakni asset yang dimiliki sebesar Rp.2,936,000. 2 bulan selanjutnya Kamelamakeup menunjukkan kenaikan Kembali. pada bulan April Kamelamakeup memiliki total asset sebesar Rp.3,304,696 dan di bulan Mei Rp.3,370,313. Berikut penulis menyertakan tabel neraca saldo pada Kamelamakeup:

Tabel 2. 26 tabel neraca saldo Kamelamekup bulan Februari

Kamelamakeup Neraca Saldo Periode 1 - 28 Februari 2025			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	747,490	Utang Usaha	0
Piutang Usaha	0	Utang Gaji	0
Persediaan	2,069,750		0
	2,817,240		
Aset Tidak Lancar		Ekuitas	
Aset Tetap		Modal	3,000,000
Peralatan Usaha	169,760	Laba	(13,000)
			2,987,000
Total Aset	2,987,000	Total Kewajiban & Ekuitas	2,987,000

Tabel 2. 27 tabel neraca saldo Kamelamekup bulan Maret

Kamelamakeup Neraca Saldo Periode 1 - 31 Maret 2025			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	696,490	Utang Usaha	0

Piutang Usaha	0	Utang Gaji	0
Persediaan	2,069,750		0
	2,766,240		
Aset Tidak Lancar		Ekuitas	
Aset Tetap		Modal	2,987,000
Peralatan Usaha	169,760	Laba	(51,000)
			2,936,000
Total Aset	2,936,000	Total Kewajiban & Ekuitas	2,936,000

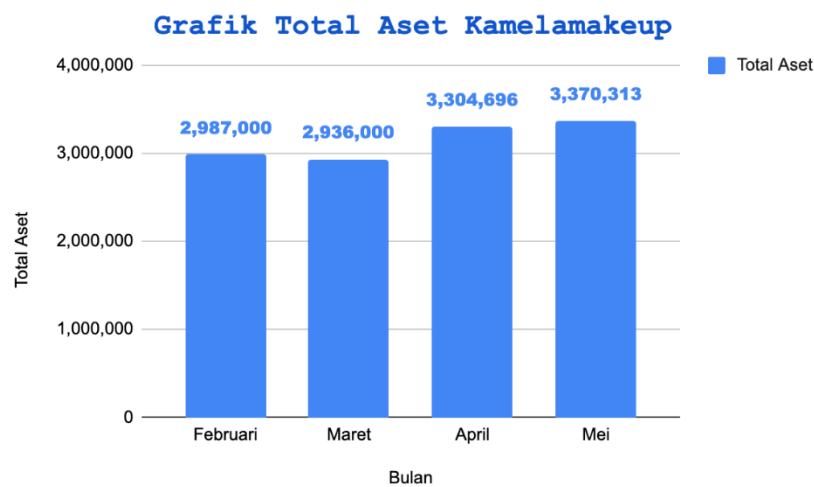
Tabel 2. 28 tabel neraca saldo Kamelamekup bulan April

Kamelamekup Neraca Saldo Periode 1 - 30 April 2025			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	1,277,357	Utang Usaha	0
Piutang Usaha	0	Utang Gaji	0
Persediaan	1,880,779		0
	3,158,136		
Aset Tidak Lancar		Ekuitas	
Aset Tetap		Modal	2,936,000
Peralatan Usaha	196,560	Laba	418,696
			3,354,696
Total Aset	3,304,696	Total Kewajiban & Ekuitas	3,304,696

Tabel 2. 29 tabel neraca saldo Kamelamekup bulan Mei

Kamelamakeup Neraca Saldo Periode 1 - 31 Mei 2025			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	1,486,357	Utang Usaha	0
Piutang Usaha	0	Utang Gaji	0
Persediaan	1,767,396		0
	3,253,753		
Aset Tidak Lancar		Ekuitas	
Aset Tetap		Modal	3,354,696
Peralatan Usaha	196,560	Laba	95,617
			3,450,313
Total Aset	3,370,313	Total Kewajiban & Ekuitas	3,370,313

Berikut penulis menyajikan grafik total asset dari Kamelamekup selama periode 4 bulan bisnis berlangsung :



Gambar 2. 6 Grafik total asset Kamelamakeup

g. Laba Rugi

Laporan laba rugi Kamelamekup yang penulis buat untuk periode 4 bulan. Dalam periode ini, total pendapatan yang dihasilkan berasal dari penjualan jasa makeup untuk pendamping wisuda, *bridesmaid*, karnaval kartini, *photoshoot*, dan kondangan. laba bersih terbesar berhasil dicapai pada bulan April sebesar Rp.368,969 dengan total customer berjumlah 5 orang.

Total keseluruhan laba bersih yang dicapai selama periode 4 bulan sebesar Rp.370,313. Total tersebut telah dikurangi dengan total beban operasional yang ada di setiap bulannya. Grafik yang ditunjukkan pada laba rugi mengalami kerugian di 2 bulan pertama bisnis berlangsung, karna tidak adanya customer yang menggunakan jasa dari Kamelamakeup, namun di 2 bulan setelah nya Kamelamakeup sudah menunjukkan kenaikan pada grafik laba rugi nya. Berikut penulis menunjukkan tabel dan grafik dari Kamelamakeup selama periode 4 bulan bisnis berlangsung:

Tabel 2. 30 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan Februari

Kamelamakeup Laba Rugi Periode 1 - 28 Februari 2025	
Pendapatan	
Penjualan	0
Total Pendapatan	0
HPP	0
Laba Bruto	0
Beban Operasional	
Biaya Promosi	12,000
Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1,000
Biaya Sewa Koper	0
Total Beban Operasional	13,000

Laba Bersih	(13,000)
-------------	----------

Tabel 2. 31 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan Maret

Kamelamakeup Laba Rugi Periode 1 - 31 Maret 2025	
Pendapatan	
Penjualan	0
Total Pendapatan	0
HPP	0
Laba Bruto	0
Beban Operasional	
Biaya Promosi	50,000
Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1,000
Biaya Sewa Koper	0
Total Beban Operasional	51,000
Laba Bersih	(51,000)

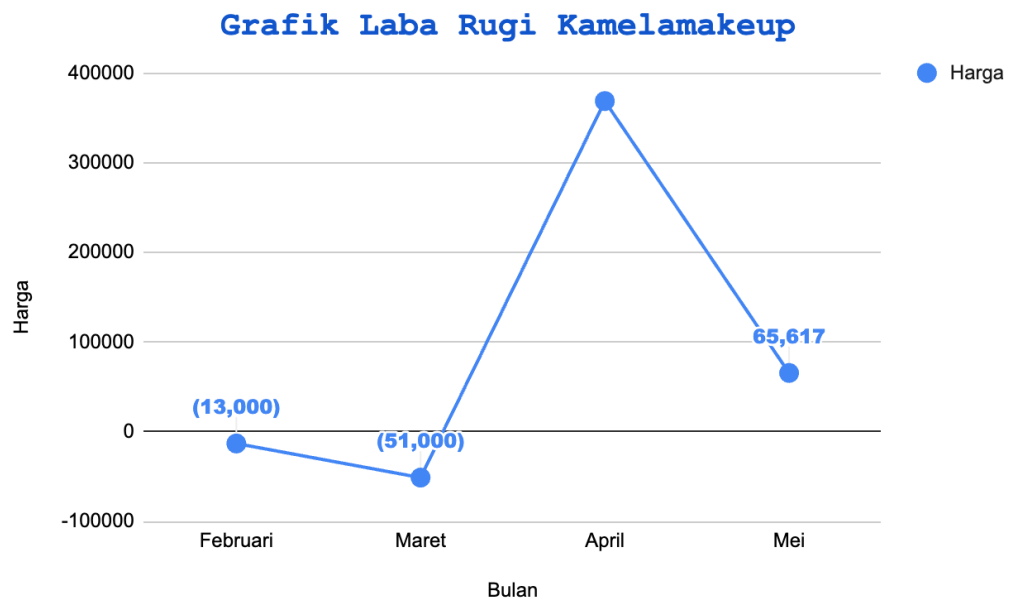
Tabel 2. 32 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan April

Kamelamakeup Laba Rugi Periode 1 - 30 April 2025	
Pendapatan	
Penjualan	750,000
Total Pendapatan	750,000
HPP	272,304
Laba Bruto	477,696

Beban Operasional	
Biaya Promosi	58,000
Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1,000
Biaya Sewa Koper	0
Total Beban Operasional	59,000
Laba Bersih	368,696

Tabel 2. 33 Laba Rugi Kamelamakeup Periode Bulan Mei

Kamelamakeup Laba Rugi Periode 1 - 31 Mei 2025	
Pendapatan	
Penjualan	460,000
Total Pendapatan	460,000
HPP	163,383
Laba Bruto	296,617
Beban Operasional	
Biaya Promosi	0
Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1,000
Biaya Sewa Koper	200,000
Total Beban Operasional	201,000
Laba Bersih	65,617



Gambar 2. 7 Garfik Laba Rugi Kamelamakeup

Hasil keseluruhan dari laba bersih yang didapat oleh Kamelamakeup sebesar Rp.370,313 dengan total periode penjualan selama 4 bulan. Diakhir masa periode pada bulan Mei tanggal 31, tim Kamelamakeup melakukan pembagian bagi hasil berupa barang yang dilakukan oleh pihak produksi dan berupa uang tunai yang dilakukan oleh penulis sebagai penanggung jawab bidang keuangan, masing-masing tim mendapatkan pendapatan bagi hasil sebesar Rp446,717,- untuk Putri Salma Kamilah, Rp197,389,- untuk Rayhana Arifani, dan Rp137,157,- untuk Najwa Salsabila Saif. Berikut penulis melampirkan tabel pembagian bagi hasil kepada masing-masing tim Kamelamakeup:

Tabel 2. 34 Pembagian Bagi Hasil Uang

PEMABGIAN BAGI HASIL UANG		
NAMA	PERSENTASE	NOMINAL YANG DITERIMA
Salma	50%	Rp185,156
Rena	25%	Rp46,289
Najwa	25%	Rp46,289

Tabel 2. 35 Pembagian Bagi Hasil Barang

PEMABGIAN BAGI HASIL BARANG		
NAMA	PERSENTASE	NOMINAL YANG DITERIMA
Salma	50%	Rp261,561
Rena	25%	Rp151,100
Najwa	25%	Rp90,868

Tabel 2. 36 Pembagian Bagi Hasil Keseluruhan

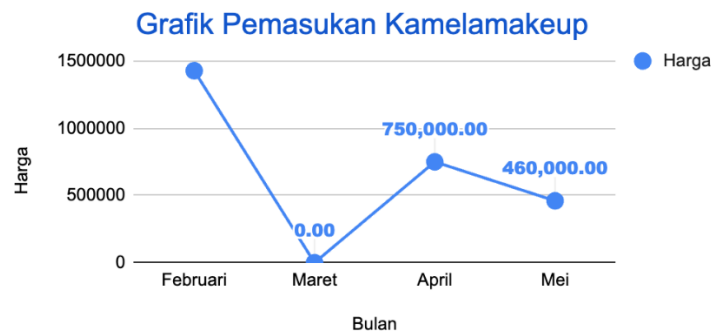
PEMABGIAN BAGI HASIL KESELURUHAN		
NAMA	PERSENTASE	NOMINAL YANG DITERIMA
Salma	50%	Rp446,717
Rena	25%	Rp197,389
Najwa	25%	Rp137,157

Adanya perbedaan di total keseluruhan bagi hasil di kamelamaekup dikarenakan pengumpulan modal berupa barang masing-masing tim mengumpulkan modal dengan nominal dan barang yang berbeda-beda sehingga hasil akhir yang didapat berbeda. Namun hasil yang didapat diakhir merupakan hasil pembagian yang sesuai dengan persentase yang sudah disepakati, sehingga nominal yang diterima sesuai dengan kesepakatan diawal.

5. Evaluasi

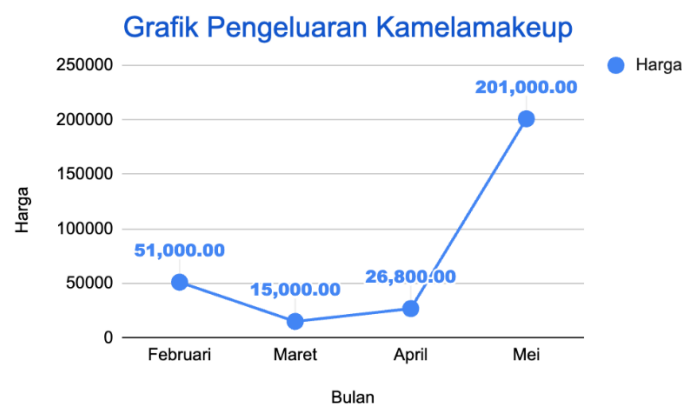
Evaluasi yang dilakukan oleh penulis terkait dengan aspek keuangan adalah pembuatan grafik pada jumlah customer, pemasukan, pengeluaran, dan laba rugi selama bisnis berlangsung. Terdapat 4 grafik dalam sub bab evluasi, masing-masing grafik menjelaskan keseluruhan total dari setiap bulannya. Dalam grafik pemasukan menunjukkan pemasukan tertinggi terjadi pada bulan Februari, pemasukan tertenggi tersebut didapat dari pengumpulan modal dari masing-masing anggota tim, kemudian pada bulan Maret pemasukan menurun drastis, dikarenakan tidak adanya *customer* yang membooking di

Kamelamakeup, meningkat Kembali pada bulan April menjadi Rp750.000, dan menurun pada bulan Mei menjadi Rp460.000, karena yang membooking hanya 3 customer.



Gambar 2. 8 Grafik Pemasukan Kamelamakeup

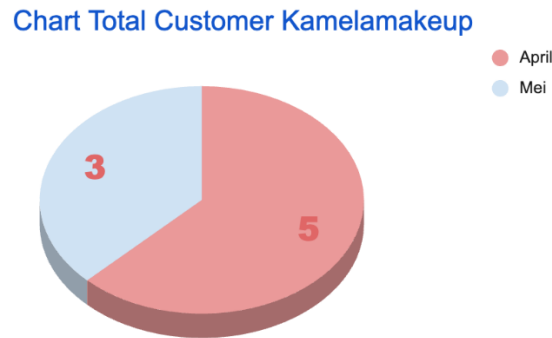
Data grafik pengeluaran Kamelamakeup menunjukkan peningkatan pada akhir periode bulan Mei, kenaikan tersebut dikarenakan adanya pembayaran sewa koper makeup yang bernilai Rp200,000. Harga sewa tersebut harga sewa dari bulan Februari hingga Mei. Disetiap bulannya terdapat pengeluaran sebesar Rp1,000 sebagai biaya Administrasi Kartu GPN GOLD Bank BSI.



Gambar 2. 9 Grafik Pengeluaran Kamelamakeup

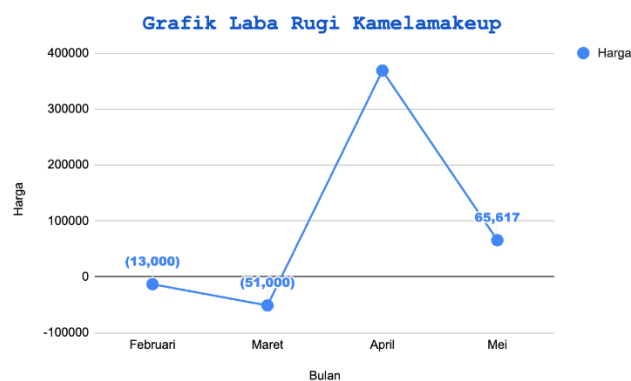
Data grafik *customer* dibawah menunjukkan baru ada peningkatan pada bulan April dan Mei. Bulan Februari dan Maret Kamelamakeup tidak mendapatkan *customer* satupun. Pada bulan Maret bertepatan

dengan bulan Ramadhan, tidak ada satupun universitas di wilayah Yogyakarta yang menyelenggarakan aktivitas wissuda, oleh sebab itu Kamelamakeup tidak mendapatkan pembookingan dari customer.



Gambar 2. 10 Chart Total Customer Kamelamakeup

Data grafik terakhir adalah data grafik laba rugi yang terjadi pada Kamelamakeup periode bulan Februari hingga Mei. Pada 2 bulan pertama bisnis dibangun mengalami kerugian, yakni pada bulan Februari memiliki kerugian sebesar Rp13,000 dan bulan Maret sebesar Rp51,000. Kerugian tersebut didapat dari adanya pembiayaan operasional yang terjadi di Kamelamakeup. Pada bulan April menunjukkan signifikan yang cukup besar karna adanya penjualan dari hasil makeup 5 *customer*, laba bersih yang dimiliki pada saat bulan April sebesar Rp368,696 dan bulan Mei hanya ada 3 *customer* yang *membooking* Kamelamakeup, laba bersih yang didapat pada bulan Mei sebesar Rp65,617.



Gambar 2. 11 Garfik Laba Rugi Kamelamakeup

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Pada saat operasional bisnis Kamelamakeup berlangsung, tim dan penulis ternyata menemukan beberapa masalah yang sekiranya mengganggu proses produksi dan operasional bisnis Kamelamakeup. Berikut identifikasi masalah yang penulis hadapi selama menjalankan usaha ini:

1. Pencatatan Keuangan yang Kurang Lengkap dan Maksimal.
Masalah ini menjurus kepada praktik pencatatan yang masih mendasar, tidak semua seluruh aspek yang ada didalam laporan keuangan masuk kedalam pencatatan. Pencatatan keuangan pada Kamelamakeup hanya berisi kan aspek-aspek dasar saja dalam laporan keuangan. Seperti, Modal, HPP, BEP, Persediaan, Penjualan, Arus kas, Neraca Saldo, dan Laba Rugi. Tidak ada bagian yang menjelaskan mengenai spesifikasi laporan keuangan yang lebih jelas dan rinci.
2. Sulitnya Proses Pencatatan Keuangan.
Pada saat proses pencatatan keuangan berlangsung penulis mendapatkan kesulitan pada bagian arus kas dan neraca saldo. Kurang nya pengetahuan dan keterampilan pada penulis menjadi salah satu penyebab dalam kesulitan proses pencatatan keuangan di Kamelamakeup. Ada beberapa post yang masih menjadi kekeliruan Ketika mengisi post yang lainnya.
3. Kurangnya Bahan Baku (*Shades* Untuk Kulit Gelap).
Masalah ini terjadi Ketika tim menemukan *customer* yang memiliki kulit lebih gelap dimana Kamelamakeup hanya memiliki 2 (dua) *shades* pada produk *foundation* sehingga tim dan penulis kesulitan dalam penyesuaian warna kulit. Hal ini

bisa menjadi risiko kecil dalam bisnis karena kurangnya persiapan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

B. Tinjauan Teoritis

Dalam buku Pengantar Akuntansi karya Sugiarto (2002) edisi ke 2 menjelaskan bahwa akuntansi keuangan adalah bidang dalam akuntansi yang berfokus pada penyiapan laporan keuangan suatu perusahaan yang dilakukan secara berkala. Laporan ini sekaligus sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada pemegang saham. Persamaan akuntansi yang digunakan adalah $Aset = Ekuitas + Liabilitas$ yang mengacu pada Standar Akuntansi Keuangan.

Secara konseptual, Laporan keuangan adalah hasil akhir dari proses akuntansi yang sistematis, dimulai dari pencatatan setiap transaksi yang terjadi. Laporan ini harus mencerminkan setiap transaksi secara akurat dan konsisten, mematuhi pedoman serta prinsip standar akuntansi yang berlaku guna memastikan informasi yang disajikan (Dailibas et al., 2025).

Laporan keuangan yang komprehensif umumnya mencakup Laporan Posisi Keuangan (Neraca), Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Ekuitas, Laporan Arus Kas, dan Catatan atas Laporan Keuangan (Langi et al., 2025). Dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Laporan Posisi Keuangan menyajikan Informasi mengenai Aset, Liabilitas, dan Ekuitas pada akhir periode pelaporan.
2. Laporan Laba Rugi merincikan pendapatan dan beban selama periode bisnis.
3. Catatan atas Laporan Keuangan memberikan penjelasan tambahan dan konteks yang tidak dapat disampaikan hanya oleh angka-angka dalam laporan utama.

Kualitas pelaporan keuangan digambarkan sebagai tingkat kebenaran, relevansi, kejelasan, dan keadaan informasi keuangan yang dilaporkan oleh suatu bisnis (Arsal et al., 2025). Pengungkapan juga

merupakan gagasan penting dalam pelaporan keuangan (Jennifer dkk, 2022), yang meliputi:

1. Pengungkapan Cukup (*Adequate Disclosure*): Jumlah Transparansi minimum yang disyaratkan oleh peraturan untuk menghindari investor dari salah menafsirkan informasi.
2. Pengungkapan Wajar (*Fair Disclosure*): Pelaporan yang etis bertujuan untuk memperlakukan semua pengguna laporan secara setara dengan memberikan informasi yang memadai.
3. Pengungkapan Penuh (*Full Disclosure*): Penyajian semua informasi yang penting, namun harus tetap diperhatikan agar tidak terlalu menyeluruh, karena hal tersebut dapat menutupi informasi penting.

Literasi akuntansi dan pemanfaatan sistem informasi akuntansi (SIA) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keakuratan pencatatan keuangan pada usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam penelitian Handayani dkk. (2024) menemukan bahwa peningkatan literasi akuntansi dan pemanfaatan SIA dapat meningkatkan keakuratan pencatatan keuangan pada UMKM di Kabupaten Kepulauan Selayar.

Literasi keuangan yang terbatas dan kurangnya pengetahuan akuntansi merupakan factor tambahan yang menghambat pertumbuhan UMKM. Banyak UMKM memandang pelaporan keuangan sebagai pekerjaan tambahan dari pada kebutuhan strategis. Mereka merasa lebih mudah untuk mendokumentasikan transaksi berdasarkan uang yang dikeluarkan dan uang yang diperoleh, sehingga mengabaikan biaya tersembunyi (non-tunai) (Dinarjito dkk, 2025)

Laporan keuangan yang efektif menawarkan keuntungan yang signifikan, termasuk membantu dalam strategis bisnis, meningkatkan reputasi perusahaan di antara mitra, dan menyederhanakan akses ke peluang pendanaan dari badan pemerintah dan Lembaga keuangan. Dalam scenario ini, bantuan dalam membuat laporan keuangan untuk UMKM sangat

penting. Inisiatif ini berupaya untuk menawarkan Pendidikan, dukungan teknis, dan solusi yang dapat ditindaklanjuti kepada UMKM, membuat laporan keuangan yang jelas, bertanggung jawab, dan sesuai dengan standar akuntansi. Dukungan juga diantisipasi untuk membantu UMKM menjadi lebih siap untuk mengatasi hambatan ekonomi, seperti transformasi digital dan persaingan internasional (Dinarjito dkk, 2025)

Selain itu, penggunaan sistem informasi keuangan dapat membuat proyeksi arus kas dan pengelolaan keuangan menjadi lebih akurat. Haritsar dkk. (2024) menekankan bagaimana teknologi informasi harus dimasukkan ke dalam manajemen keuangan untuk meningkatkan pengambilan keputusan keuangan.

Proses pendokumentasian transaksi keuangan secara metodis dan kronologis merupakan salah satu komponen pencatatan keuangan yang baik dan akurat. Dalam upaya meningkatkan mutu laporan keuangan, saat ini penelitian difokuskan pada penerapan Standar Akuntansi Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) pada UMKM Indonesia. Dalam kajian pustaka sistematisnya, Ayem dkk. (2024) menekankan pentingnya penerapan SAK EMKM saat menyusun laporan keuangan UMKM guna meningkatkan akuntabilitas dan transparansi.

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) menciptakan SAK EMKM (Standar Akuntansi Keuangan) (Entitas Mikro Kecil dan Menengah) pada tahun 2020 sebagai seperangkat pedoman khusus untuk penyusunan laporan keuangan UMKM agar dapat memberikan informasi posisi dan kinerja keuangan yang bermanfaat bagi pertumbuhan bisnis UMKM. Standar ini dimaksudkan agar lebih sederhana dengan SAK ETAP (Standar Akuntansi Keuangan) (Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik). Laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan termasuk di antara laporan yang wajib disusun. (Langi et al., 2025)

Meskipun pencatatan keuangan memiliki peran yang sangat esensial, banyak entitas, terutama UMKM, menghadapi tantangan signifikan yang menyebabkan ketidak lengkapan dan ketidak maksimalan data keuangan. Permasalahan ini seringkali bermanifestasi dalam bentuk ketidak teraturan dalam pencatatan transaksi harian, baik penerimaan maupun pengeluaran, yang pada akhirnya menghambat kemampuan pemilik usaha untuk memahami kondisi finansial mereka yang sesungguhnya, termasuk laba dan rugi. (Fahmi Fauzi et al., 2025).

Proses pencatatn yang sulit dan kurang otomatisasi meningkatkan risiko terjadinya kesalahan akuntansi, baik yang disengaja maupun tidak disengaja (Pratiwi & Nazar, 2025). Komplektisitas transaksi dan volume data yang besar tanpa dukungan teknologi canggih menyulitkan untuk identifikasi pola yang mencurigakan, bahkan bagi auditor (Pasaribu & Soeratin, 2025)). Hal ini dapat menyebabkan kesalahan penyajian material atau bahkan kecurangan (*fraud*) dalam laporan keuangan (Pratiwi & Nazar, 2025).

Laporan keuangan sangat bermanfaat bagi beberapa orang penting yang terdapat dalam suatu perusahaan, seperti manajer untuk meningkatkan kinerja, kreditor untuk menilai prospek pembayaran pinjaman, dan pemegang saham untuk memperkirakan laba, deviden, dan harga saham. Laporan keuangan juga dimaksudkan untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan kinerja, dan perubahan posisi keuangan suatu entitas yang akan membantu berbagai penggunanya dalam membuat keputusan ekonomi (Syaharman & Si, 2021).

Manajemen keuangan juga dapat digunakan untuk menggambarkan operasi atau aktivitas bisnis apa pun yang berkaitan dengan pengumpulan dana perusahaan sekaligus mengurangi biaya, serta penggunaan dan pendistribusian sumber daya secara efisien untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Sulistiningsih dkk, 2025)

Manajemen keuangan menyiapkan laporan keuangan untuk memberikan informasi tentang status keuangan dan ekonomi perusahaan

selama periode waktu tertentu. Manajemen perusahaan terkadang mengirimkan sinyal yang baik ke pasar tentang Kesehatan perusahaan yang dikendalikannya. Akibatnya, para eksekutif perusahaan berupaya untuk meningkatkan laba yang dilaporkan kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan eksternal lainnya. Kondisi ini memungkinkan para manajer untuk terlibat dalam perilaku menyimpang saat menyajikan dan melaporkan statistic laba, yang sering dikenal sebagai metode manajemen laba (Lastarina & Mu'arif, 2025).

Keuangan islam didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah, serta interpretasi ilmiah atas sumber-sumber tersebut. Selama 14 abad keuangan islam telah hadir dalam berbagai bentuk, sebagai aspek berkelanjutan dari peradaban. Selama 3 dekade terakhir, keuangan islam telah muncul sebagai salah satu implementasi sistem hukum islam modern yang paling penting dan sukses, serta menjadi model bagi reformasi dan pengembangan hukum islam di masa depan (Herawan & Athoillah, 2023).

Dalam pengupayaan penerapan prinsip ekonomi islam dalam bisnis yang berprinsip melakukan transaksi sesuai syariat islam yang merujuk kepada Al-Qur'an dan Hadist, serta fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI. Menurut Istiqomah (2025) menyatakan bahwa semua inisiatif penggalangan dana dan penyaluran dana didasarkan pada prinsip-prinsip, yang juga berfungsi sebagai pedoman praktis. Diantara ide-ide fundamental yang diterapkan adalah:

1. Al-Wadiah, yaitu akad titipan antara nasabah dan bank, di mana bank bertindak sebagai pihak yang dipercaya untuk menjaga dan mengelola dana tersebut. Al-Wadiah terdiri dari dua jenis: Wadiah Amanah (bank tidak bertanggung jawab atas kerugian yang bukan akibat kelalaiannya) dan Wadiah Dhamanah (bank boleh memanfaatkan dana dengan tanggung jawab penuh).
2. Al-Musyarakah, yakni bentuk kerja sama dua pihak atau lebih yang sama-sama menyettor modal untuk menjalankan usaha. Keuntungan

dibagi sesuai kesepakatan, sementara kerugian dibagi berdasarkan proporsi modal masing-masing.

C. Pemecahan Masalah

Pada bagian identifikasi masalah penulis menyebutkan tiga permasalahan yang terjadi selama bisnis berlangsung, diantaranya: pertama, Pencatatan Keuangan yang Kurang Lengkap dan Maksimal. Kedua, Sulitnya Proses Pencatatan Keuangan. Ketiga, Kurangnya Bahan Baku (*Shades* Untuk Kulit Gelap). Berikut adalah solusi yang diusulkan untuk masalah-masalah tersebut.

1. Pencatatan Keuangan yang Kurang Lengkap dan Maksimal.

Langi (2025) dalam jurnal nya menyatakan bahwa laporan keuangan yang memadai umumnya berisikan Laporan Posisi Keuangan (Neraca), Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Ekuitas, Laporan Arus Kas, dan Catatan atas Laporan Keuangan. Penulis memutuskan pembuatan laporan keuangan pada Kamelamakeup berisikan *element-element* penting dalam laporan keuangan agar para tim dapat melihat kinerja pada manajemen keuangan dan dibuat dengan transparan agar tidak menimbulkan kekeliruan antar tim.

Laporan keuangan yang dibuat oleh penulis berisikan Modal, HPP, BEP, Penjualan, Persediaan, Arus Kas, Neraca Saldo, dan Laba Rugi. Bagian-bagian tersebut sudah cukup untuk memberikan informasi tentang kinerja manajemen keuangan selama periode bisnis berlangsung.

2. Sulitnya Proses Pencatatan Keuangan

Pada saat proses pencatatan keuangan penulis mendapatkan kesulitan, karena kurangnya keterampilan yang dimiliki oleh penulis. Serta ada beberapa nota pembelian

yang terselip, sehingga proses pencatatan keuangan mejadi terkendala. Solusi yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melihat ulang laporan keuangan yang sudah dibuatdan melihat post yang dirasa cukup janggal pada laporan keuangan.

3. Kurangnya Bahan Baku (*Shades* untuk Kulit Gelap)

Kamelamakeup hanya memiliki 2 *shades* untuk *foundation*. Pada saat proses produksi berlangsung tim mendapatkan customer yang memilki warna kulit lebih gelap, tepatnya customer memiliki warna kulit sawo matang. Akhirnya tim berdiskusi dan mendapatkan solusi yaitu mencampurkan *foundation* dengan *contour*, karna *shades contour* cenderung lebih gelap dibandingkan dengan *foundation*. *Contour* yang berfungsi sebagai permainan warna agar menciptakan ilusi atau bayangan wajah yang lebih tegas.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kamelamakeup merupakan bisnis yang dibangun dari keterampilan yang dimiliki oleh salah satu tim. Bisnis ini berjalan sejak Februari 2025, Kamelamakeup merupakan bisnis MakeUp Artist yang mempunyai inovasi penggunaan produk bersertifikasi halal di semua produk yang digunakan pada saat proses produksi berlangsung. Kamelamekup berlokasi di di Jl. Kenayan, Wedomartani, Kecamatan. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta ID 55584. Kamelamakeup menggunakan 2 sistem pada saat proses produksi terjadi, yaitu *home service* dan *offline service* customer yang datang ke lokasi Kamelamakeup.
2. Bisnis dengan inovasi penggunaan produk bersertifikasi halal pada MakeUp Artist (MUA) cukup terbilang langka, karena bisnis tersebut para *competitor* menggunakan inovasi makeup syar'I bukan makeup bersertifikat halal. Perbedaan diantara keduanya adalah pada MUA syar'I berfokus pada Teknik makeup, hasil riasan yang tidak terlalu tebal atau berlebihan, tidak adanya penyukuran alis pada customer, tidak adanya penggunaan bulu mata palsu, dan hijab yang menutup dada. Sedangkan pada MUA dengan inovasi penggunaan produk bersertifikasi halal berfokus pada setiap produk yang digunakan oleh bidang produksi harus mempunyai sertifikasi halal dari produk hingga *tools* makeup nya.
3. Laporan keuangan yang dibuat oleh penulis dari Kamelamakeup menyampaikan periode bulan Februari hingga Mei 2025. Laporan keuangan ini dibuat untuk menunjukkan hasil kerja dari penulis selama bisnis ini berlangsung. Pada 2 bulan pertama Kamelamakeup mendapatkan kerugian pada bagian laba rugi, dikarenakan tidak adanya *customer* yang *membooking* di Kamelamakeup. Bertepatan

pada bulan Ramadhan tidak ada universitas yang menyelenggarakan wisuda kelulusan. Laba rugi yang didapat pada bulan Februari sebesar *minus* Rp.13.000 dan bulan Maret sebesar *minus* Rp.51.000. Namun periode 2 bulan setelah nya Kamelamakeup mendapatkan kenaikan pada laba nya di bulan April Kamelamakeup mendapatkan keuntungan bersih sebesar Rp.368,696. dan di bulan Mei mendapatkan keuntungan bersih sebesar Rp.65,617 Penurunan yang didapat di bulan Mei dikarenakan jumlah *customer* yang *membooking* Kamelamakeup hanya berjumlah 3 orang dan adanya pembayaran sewa koper makeup sebesar Rp.200.000. Total keseluruhan *customer* yang didapat dari hasil penjualan jasa di Kamelamakeup berjumlah 8 *customer*.

4. Kamelamakeup mempunyai 2 titik BEP di periode penjualannya, yakni BEP unit dan BEP (Rp). BEP unit Kamelamakeup adalah 4, berartikan bahwa jika Kamelamakeup bisa mendapatkan *customer* berjumlah 4 orang atau lebih maka titik balik unit sudah tercapai. Sedangkan pada BEP (Rp) Kamelamakeup adalah Rp.615,157. jika pendapatan sama atau melebihi dari jumlah nominal BEP (Rp), maka Kamelamakeup sudah berada di titik impasnya. Hasil dari penjualan 4 bulan Kamelamakeup sudah mencapai BEP unit dan BEP (Rp), dengan total *customer* yang didapat berjumlah 8 *customer* dan hasil penjualan sebesar Rp.1,210,000.
5. Selama bisnis berlangsung inovasi dari Kamelamakeup cukup diterima oleh banyak masyarakat, dilihat dari *insight* sosial media yang dimiliki oleh Kamelamakeup yang setiap harinya mengalami kenaikan terus menurun. Kenaikan *insight* profil sosial media yang didapat hasil dari seluruh kerja keras tim yang mengupayakan dan mengedukasi kepada masyarakat bahwa ada inovasi terbaru di bisnis MakeUp Artist (MUA) yakni penggunaan produk bersertifikasi halal. Inovasi tersebut bisa membantu para *customer* yang sangat berhati-

hati kepada setiap produk yang mereka pakai, atau untuk para *customer* yang ingin mencoba *experience* baru dalam jasa MUA.

B. Saran

Dalam perintisan bisnis berlangsung, aspek keuangan berperan penting akan keberlanjutan dan pengembangan usahanya. Oleh karena itu, penulis memberi saran untuk perintisan selanjutnya terkhusus aspek keuangan untuk menerapkan pencatatan keuangan yang tepat dan rinci. Pencatatan keuangan yang terstruktur dan menyeluruh dapat memudahkan pengevaluasian usaha dan keputusan keputusan dalam bisnis.

Penggunaan sistem digital dalam pencatatan keuangan. Untuk mempermudah menyimpan dan memanfaatkan aplikasi seperti excel dan google spreadsheets dapat meningkatkan efisiensi, akurasi, serta mengurangi risiko kehilangan data bisnis. Menyusun perencanaan keuangan secara matang, penyusunan rancangan keuangan yang matang akan membantu pelaku usaha untuk mengelola arus kas, mengatur anggaran promosi, serta mempersiapkan dana darurat atau investasi pengembangan usaha di masa mendatang.

Semua komponen yang sudah disebutkan sebelumnya, penulis menganjurkan penanggung jawab akan aspek keuangan harus memiliki keterampilan dalam penggunaan aplikasi excel atau google spreadsheets, serta memiliki ketelitian lebih agar laporan keuangan yang diterbitkan selama periode bisnis berlangsung dapat disajikan secara rinci dan menyeluruh, agar memudahkan evaluasi di akhir periode berlangsung.

Kelanjutan dari bisnis kamelamakeup ialah tetap berlanjut, namun seluruh aspek diambil alih oleh owner atau pendiri utamanya yakni, Putri Salma Kamilah dan akan pindah beroperasi di daerah Sumatera Selatan dimana tempat tinggal utama Putri Salma Kamilah. Dikarenakan tidak adanya kesamaan dalam tempat tinggal dari masing-masing tim.

Prospek keuntungan dari bisnis kamelamakeup cukup pas atau bahkan bisa kurang jika tidak digabungkan dengan adanya penyewaan gaun

pengantin, *wedding organizer*, atau bergabung dengan *wedding planner*. Karna, jika MUA hanya berdiri sendiri saja maka pelaku usaha atau penanggung jawab bagian produksi akan melakukan pekerjaannya dengan sangat keras, sehingga kesejahteraan dalam masing-masing karyawan tidak terealisasi dengan baik dan benar.

Oleh karena itu, untuk mengatasi hal tersebut maka bisnis MUA harus digabungkan dengan bisnis-bisnis yang lainnya. Upaya memberikan kehidupan yang layak untuk masing-masing tim atau karyawan dan menerapkan *sustainability* pada perusahaan dengan menggabungkan bisnis memberikan kehidupan yang layak bagi tim kelompok dan memberikan pendapatan lebih stabil, beban pekerjaan bisa terbagi, terjaganya kesejahteraan satu tim bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>
- Ainolyaqin, A. Y. (2024). Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1130. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12117>
- Alimatul Farida. (2020). Analisis Pembiayaan Musyarakah Terhadap Profitabilitas (ROA) Bank Umum Syariah. *MALIA (TERAKREDITASI)*, 11(2), 327–340. <https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2150>
- Apriliawan Saputra, E., Maula Sari, I., Bayu Kurniansyah, I., Shokhibun Nazar, I., Bojonegoro, U., & Timur, J. (2024). Analisis Perhitungan Biaya Harga Pokok Produksi pada UMKM Neira Bakery Bojonegoro. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 4).
- Aprilliani, C. (2023). Perkembangan Tata Rias Paes Pengantin Jogja Putri. In *HEJ (Home Economics Journal)* (Vol. 7, Issue 1).
- Arifien, M. A., & Wiwitan, T. (n.d.). *Makna Profesi Make Up Artist (Studi Fenomenologi Mengenai Makna Profesi Make Up Artist di Kota Bandung) Meaning Profession Make Up Artist (Phenomenological Study Of The Meaning Of Makeup Artist In The City Of Bandung)*.
- Arsal, M., Enggelita, N., Haerunnisa, R., & Aristia, T. (2025). *Kualitas Laporan Keuangan Dan Keputusan Investasi*.
- Sulastiningsih, S., Asteria, B., & Sutrichastini, A. (2025). Urgensi Pelaporan Keuangan Untuk Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Rangka Pengembangan Bisnis. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 6(1), 25-35.
- Ayem, S., Putri, F. K., Arang, D. F., Cholifiana, F., Langu, H. R. L. K. R., Putri, T. P., & Septiani, V. (2024). Systematic Literature Review: Implementasi SAK EMKM Pada Penyusunan Laporan Keuangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 4(2), 87–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v4i2.118>
- Aziz, A., Asep Zakaria Al-Anshori, M., Karmilah Alzakoriah, S., Lutfiyah, S., Cahya Gumilar, F., Fathi Hidayat, M., & Febryan, A. (n.d.). *Peran Ekonomi Syariah Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekosistem Startup Di Indonesia*.
- Dailibas, D., Chaerudin, C., & Setyorini, C. T. (2025). Optimalisasi pencatatan keuangan Klinik Pratama Selamat melalui program sosialisasi dan pelatihan

- pencatatan akuntansi. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(1), 77–85.
<https://doi.org/10.53088/penamas.v5i1.1582>
- Dian Fahriani, K., Fahriani, D., Risda Zubaidah, T., Tiara Kusuma Wardani, A., Nur Fitriana, R., Syahrul Mubarak, M., & Dwi Adeliyah, N. (2024). Artikel Nusantara Entrepreneurship and Management Review Strategi Penentuan Harga Pokok Penjualan untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. In *NEMR* (Vol. 2, Issue 1). <https://journal.unusida.ac.id/index.php/nemr/>
- Dicky Perwira Ompusunggu., & Nina Irenetia. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, (Vol.3, No. 2). Hal 140-147. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1129>
- Dinda, A. F. D. P., & Nazar, S. N. (2025). Pengaruh Ukuran Kap, Ukuran Perusahaan Dan Audit Tenure Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Perusahaan Perindustrian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2018-2022). *Jurnal Nusa Akuntansi*, 2(1), 1-24.
- Dinarjito, A., Surachman, E. N., Arfiansyah, Z. (2025). Laporan Keuangan Sebagai Bentuk Evaluasi Kinerja Umkm: Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Di Kota Tangerang. *Pengmasku*, 5(1), 1-11.
- Ekonomi Bisnis, J., dan Akuntansi, M., & Handayani, N. (n.d.). *Pengaruh Literasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Akurasi Pencatatan Keuangan (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Kepulauan Selayar)*.
- Fahmi Fauzi, Aida Ulviani Nst, Layyinat Shifah, & Sugianto Sugianto. (2025). Perencanaan Keuangan untuk Mengurangi Risiko Kebangkrutan : Pentingnya Pengelolaan Keuangan, Pencatatan yang Baik, dan Strategi Pengelolaan Arus Kas. *Harmoni Sosial : Jurnal Pengabdian Dan Solidaritas Masyarakat*, 2(1), 76–84. <https://doi.org/10.62383/harmoni.v2i1.1099>
- Fahrie Dwintara, M., Kurniati, P., & Yani, F. (2023). Analisis Break Even Point (BEP) dalam Perencanaan Laba UMKM (Studi : Ayam Geprek Nur Kecamatan Pontianak Barat, Pontianak). *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 2(3).
- Fauziyah, I., Dewa Putu Eskasasnanda, I., Malikhah Towaf, S., Azrarila Uzma, R., & Maulidiyah Azzahroh, P. (n.d.). Penggunaan kosmetika sebagai bentuk penyesuaian diri dan identitas remaja Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Malang Kota Malang. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9), 1027–1032.
<https://doi.org/10.17977/um063v1i92021p1027-1032>

- Gilang Romadlon, C., & Atsaris Sujud, F. (n.d.). *Analisis Break Even Point Dalam Penentuan Proyeksi Laba Pada Usaha Toko Kelontong D'bantar Bamboo Craft Kecamatan Mandiraja Kabupaten Banjarnegara*.
- Habibi, M. Y., & Mubasiroh, S. L. (n.d.). Analisis Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal Pada Masyarakat Lombok Tengah di Masa Pandemi (Studi Masyarakat Praya Lombok Tengah). In *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab* (Vol. 1, Issue 1).
- Haritsar, Y. Tirtosetianto, R. H & Solichan, F. (2024). Pemanfaatan Sistem Informasi Keuangan Untuk Meningkatkan Akurasi Prediksi Arus Kas Dan Tata Kelola Keuangan. *Jurnal AKADEMIKA*. 22.(2)
- Herawan, J., & Athoillah, M. A. (2023). Sistem Keuangan Syariah Halalan Thayyiba (Telaah Teoritis Perspektif Hukum Ekonomi Syariah). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Istiqomah, N. (2025). Pengaruh Tata Kelola Syariah Terhadap Kinerja Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Jenifer Ramadha, M. D. Lestari, S. & Ira, T. (2020). Implementasi Konsep Pengungkapan Dan Pelaporan Keberlanjutan Pada PT. Intiteknindo Mega Abadi. (2022). Universitas Mercu Buana. Jakarta Barat
- Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng Gusti Agung Surya Tanti, T., Eka Dianita Marvilianti Dewi, P., Studi, P. S., & Jurusan Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi, A. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 11, Issue 2).
- Langi, L. C., Elim, I., & Latjandu, Lady. (2025). Analisis Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) pada Usaha Mikro di Apotek Manggala Jaya Manado. *Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 3(1), 74–86. <https://doi.org/10.58784/mbkk.280>
- Lastarina_p22*. (n.d.).
- Latief, F., & Ulum, B. (2023). *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi Analisis Kelayakan Usaha Jasa Tata Rias Aisyah Make Up Di Makassar* (Vol. 1, Issue 1).
- Modul 1*. (n.d.).
- Muslimin, S., Hasriani, H., Zainab, Z., Ruslang, R., & Karno, K. (2021). Implementasi Akad Istishna dalam sistem penjualan Industri Mebel. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 3(2), 103–117. <https://doi.org/10.37146/ajie.v3i2.85>

- Pasaribu, M., & Soeratin, H. Z. (2025). Evaluasi Penggunaan Artificial Intelligence dalam Audit Forensik Pada Pandangan Mahasiswa dan Praktisi Akuntansi Tahun 2020-2025. In *Journal Scientific of Mandalika (jsm) e-ISSN* (Vol. 6, Issue 5).
- Sopandi, H., & Komala, N. C. (2024). Analisis Sistem Upah Terhadap Kesejahteraan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*, 472-483.
- Syahrman, M., & Si. (2021). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Pada Pt. Narasindo Mitra Perdana. In *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan Juripol* (Vol. 4).
- STATE OF THE GLOBAL ISLAMIC ECONOMY (SGIE) TAHUN 2023 Indonesia menjadi Negara ke 2 setelah India yang menjadi Pusat terbesar berdasarkan belanja konsumen muslim cosmetic : (<https://salaamgateway.com/story/infographic-sgie-202324-halal-cosmetics>) :til bro = 1/11/24
- Sumarlin, A., Parakkasi, I., Muthiadin, C., & Umar, R. (2024). The Identifikasi Titik Kritis Kehalalan dalam Produk Turunan Hewani: Pendekatan Sistematis untuk Keamanan Konsumen. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 21(2), 145-160.
- Triana Hutapea, S., Atmina Damanik, D., Zul Apandi, M., Okto Posmaida Damanik, E., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2024). Analisis Biaya Variabel Dan Biaya Tetap Terhadap Penentuan Penjualan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Ucock Kopi. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(5).
- Wulandari, F. P., & Widiani, I. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Ekonomi Islam dalam Sektor Industri. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(6), 391-408.
- Databoks jumlah peningkatan produk bersertifikasi halal 2020-2023 :(<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/fdfc795cf43714e/produk-bersertifikasi-halal-ri-capai-142-juta-produk-pada-2023>) : tal brp= 30/10/24
- Databoks produk kecantikan dan perawatan pribadi dengan logo halal :(<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/4d66929982c21ba/makeup-hingga-pasta-gigi-ini-produk-kecantikan-dan-perawatan-pribadi-dengan-logo-halal-yang-digunakan-konsumen-muslim-indonesia>) : tal brp= 28/10/24
- Databoks data kosmetika halal terbesar no 2 setelah india (<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/972d579b36e6f07/konsumsi-kosmetik-halal-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia>) tgl brp = 28/10/24

Halal MUI UU no 33 than 2014 Jaminan produce halal :(<https://halalmui.org/2026-kosmetik-wajib-halal/>): til bro =28/10/24

Kompas.com tenting ma'ruf amin
: (<https://money.kompas.com/read/2024/01/30/154035426/menakar-kesiapan-indonesia-menuju-halal-beauty-2026?page=all>) : tal brp= 28/10/24

LPPOM. (2021). *Awas, Hindari Kosmetik Haram dan Najis*. diakses pada 05 sept 2025. <https://halalmui.org/awas-hindari-kosmetik-haram-dan-najis/>

The royal islamic strategic centre (RISCC) 2023 JUMLAH POPULASI Muslim
:(<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66cd942e80518/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>):tsk brp= 30/10/24

LAMPIRAN

TOTAL SELURUH MODAL USAHA KAMELAMAKEUP		
NO	SUMBER	JUMLAH
1	Uang	Rp1,427,420.00
2	Barang	Rp1,572,580.00
TOTAL		Rp3,000,000.00

Lampiran 1 Tabel Keseluruhan Modal Usaha Kamelamakeup

BARANG PERSEDIAAN Kamelamakeup Periode Februari - Maret				BARANG PERSEDIAAN Kamelamakeup Periode April						
No	Nama Barang	Qty	Harga	No	Nama Barang	Qty	Harga Beli	Harga Per-Orang	Jumlah Customer Booking	Pengurangan Persediaan
1	Foundation	2	Rp330,800	1	Foundation	2	Rp330,800	Rp4,725.71	Rp23,628.57	Rp
2	Face Primer	1	Rp140,000	2	Face Primer	1	Rp140,000	Rp2,000.00	Rp10,000.00	Rp
3	Liquid Blush	2	Rp233,818	3	Liquid Blush	2	Rp233,818	Rp1,461.36	Rp7,306.81	Rp
4	Eyeliner	1	Rp112,000	4	Eyeliner	1	Rp112,000	Rp1,600.00	Rp8,000.00	Rp
5	Alis Pensil	1	Rp99,650	5	Alis Pensil	1	Rp99,650	Rp1,245.63	Rp6,228.13	Rp
6	Pomade Alis/Brow Cream	1	Rp44,828	6	Comade Alis/Brow Cream	1	Rp44,828	Rp448.28	Rp2,241.40	Rp
7	Concealer	2	Rp113,265	7	Concealer	2	Rp113,265	Rp809.04	Rp4,045.18	Rp
8	Compac Powder	2	Rp162,816	8	Compac Powder	2	Rp162,816	Rp814.08	Rp4,070.40	Rp
9	Setting Sprav	2	Rp106,000	9	Setting Spray	2	Rp106,000	Rp1,060.00	Rp5,300.00	Rp
10	Eyeshadow	1	Rp96,151	10	Eyeshadow	1	Rp96,151	Rp480.76	Rp2,403.78	Rp
11	Loose Powder	1	Rp63,579	11	Loose Powder	1	Rp63,579	Rp635.79	Rp3,178.95	Rp
12	Lip Glazed	2	Rp198,000	12	Lip Glazed	2	Rp198,000	Rp2,475.00	Rp12,375.00	Rp
13	Mascara	1	Rp75,900	13	Mascara	1	Rp75,900	Rp949	Rp4,743.75	Rp
14	Botol Lipgloss	10	Rp16,000	14	Botol Lipgloss	10	Rp16,000	Rp1,600	Rp8,000.00	Rp
15	Pouch	50	Rp88,181	15	Pouch	50	Rp88,181	Rp1,764	Rp8,818.10	Rp
16	Blend Bedak	10	Rp7,990	16	Blend Bedak	10	Rp7,990	Rp799	Rp3,995.00	Rp
17	Bulu Mata	6	Rp110,662	17	Bulu Mata	6	Rp110,662	Rp11,066	Rp55,331.00	Rp
18	Lem Bulu Mata	1	Rp35,000	18	Lem Bulu Mata	1	Rp35,000	Rp350	Rp1,750.00	Rp
19	Kaca Bulat Customer	10	Rp7,210	19	Kaca Bulat Customer	10	Rp7,210	Rp721	Rp3,605.00	Rp
20	Tissue	10	Rp27,900	20	Tissue	10	Rp27,900	Rp2,790	Rp13,950.00	Rp
Total			Rp2,069,750	Total			Rp13,950.00			

Lampiran 2 Tabel Persediaan Kamelamakeup

BARANG PERSEDIAAN Kamelamakeup Periode Mei							PERALATAN USAHA Kamelamakeup Periode Februari - Maret			
No	Nama Barang	Qty	Harga Beli	Harga Per-Orang	Jumlah Customer Booking	Pengurangan Harga Persediaan	No	Nama Barang	Qty	Harga
1	Foundation	2	Rp307,171	Rp4,725.71	Rp14,177	Rp292,994	1	Beauty Blend	3	Rp124,000
2	Face Primer	1	Rp130,000	Rp2,000.00	Rp6,000	Rp124,000	2	Brush	2	Rp222,127
3	Liquid Blush	2	Rp226,511	Rp1,461.36	Rp4,384	Rp222,127	3	Sponge Kotak	4	Rp99,200
4	Eyeliner	1	Rp104,000	Rp1,600.00	Rp4,800	Rp99,200	Total			Rp1,767,396
5	Alis Pensil	1	Rp93,422	Rp1,245.63	Rp3,737	Rp89,685				
6	Pomade Alis/Brow Cream	1	Rp42,587	Rp448.28	Rp1,345	Rp41,242	PERALATAN USAHA Kamelamakeup Periode April - Mei			
7	Concealer	2	Rp109,220	Rp809.04	Rp2,427	Rp106,793	No	Nama Barang	Qty	Harga
8	Compac Powder	2	Rp158,746	Rp814.08	Rp2,442	Rp156,303	1	Beauty Blend	3	Rp178,200
9	Setting Spray	2	Rp100,700	Rp1,060.00	Rp3,180	Rp97,520	2	Brush	2	Rp68,310
10	Eyeshadow	1	Rp93,747	Rp480.76	Rp1,442	Rp92,305	3	Sponge Kotak	4	Rp3,200
11	Loose Powder	1	Rp60,400	Rp635.79	Rp1,907	Rp58,493	4	Background Photo	1	Rp74,072
12	Lip Glazed	2	Rp185,625	Rp2,475.00	Rp7,425	Rp178,200	Total			Rp1,767,396
13	Mascara	1	Rp71,156	Rp949	Rp2,846	Rp68,310				
14	Botol Lipgloss	10	Rp8,000	Rp1,600	Rp4,800	Rp3,200				
15	Pouch	50	Rp79,363	Rp1,764	Rp5,291	Rp74,072				
16	Blend Bedak	10	Rp3,995	Rp799	Rp2,397	Rp1,598				
17	Bulu Mata	6	Rp55,331	Rp11,066	Rp33,199	Rp22,132				
18	Lem Bulu Mata	1	Rp33,250	Rp350	Rp1,050	Rp32,200				
19	Kaca Bulat Customer	10	Rp3,605	Rp721	Rp2,163	Rp1,442				
20	Tissue	10	Rp13,950	Rp2,790	Rp8,370	Rp5,580				
Total			Rp1,767,396							

Lampiran 3 Tabel Persediaan dan Peralatan Usaha Kamelamakeup

Kamelamakeup Periode 1 - 28 Februari 2025							Kamelamakeup Periode 1 - 28 Februari 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pemasukan	No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah					Qty	Harga	Jumlah	
1	19/02/2025	Modal				Rp1,427,420	1		Bulu Mata Palsu	6	Rp18,444	Rp110,662	
							2		Compac Powder	1	Rp81,408	Rp81,408	
							3		Kaca Bulat Customer	10	Rp721	Rp7,210	
							4	22/02/2025	Setting Spray	2	Rp53,000	Rp106,000	
							6		Spoge Kotak	4	Rp2,453	Rp9,810	
							7		Blend Bedak	10	Rp799	Rp7,990	
							8		Lem Bulu Mata	1	Rp35,000	Rp35,000	
							9		Mascara	1	Rp75,900	Rp75,900	
							10		Brush	2	Rp17,475	Rp34,950	
							11		Lip Glazed Somethine	2	Rp99,000	Rp198,000	
							12	26/02/2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	
							13		Biaya Konsumsi Muse	1	Rp12,000	Rp12,000	
							Total						Rp1,427,420
Kamelamakeup Pemasukan							Kamelamakeup Pengeluaran						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pemasukan	No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah					Qty	Harga	Jumlah	
1	19/02/2025	Modal				Rp747,490	1	4/3/2025	Biaya TikTok Ads	1	Rp15,000	Rp15,000	
							1	5/3/2025	Biaya Transportasi Muse	1	Rp35,000	Rp35,000	
							2	26/03/2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	
							Total						Rp51,000

Lampiran 4 Tabel Pemasukan dan Pengeluaran Kamelamakeup

Kamelamakeup Pemasukan							Kamelamakeup Pengeluaran						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pemasukan	No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah					Qty	Harga	Jumlah	
1	19/02/2025	Modal				Rp747,490	1	4/3/2025	Biaya TikTok Ads	1	Rp15,000	Rp15,000	
							1	5/3/2025	Biaya Transportasi Muse	1	Rp35,000	Rp35,000	
							2	26/03/2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	
							Total						Rp51,000
Kamelamakeup Pemasukan Periode 1 - 30 April 2025							Kamelamakeup Pengeluaran Periode 1 - 30 April 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pemasukan	No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah					Qty	Harga	Jumlah	
1	01/04/2025	Modal				Rp696,490	1	16/04/2025	Endorsment Ig	1	Rp25,000	Rp25,000	
2	21/04/2025	Cust Booking to Kartini Festival	1	Rp150,000	Rp150,000	Rp150,000	2	22/04/2025	Beli Background Photo	1	Rp26,800	Rp26,800	
3	23/04/2025	Cust Booking for Photoshoot	1	Rp150,000	Rp150,000	Rp150,000	3	25/04/2025	Foto Copy Brosur	6	Rp5,500	Rp33,000	
4	26/04/2025	Cust Booking for Bridesmaid	2	Rp150,000	Rp300,000	Rp300,000	4	27/04/2025	Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	
5	27/04/2025	Cust Booking For Kondangan	1	Rp150,000	Rp150,000	Rp150,000	Total						Rp85,800
						Rp1,446,490							
Kamelamakeup Pemasukan Periode 1 - 31 Mei 2025							Kamelamakeup Pengeluaran Periode 1 - 31 Mei 2025						
No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pemasukan	No	Tanggal	Keterangan	Penjualan			Pengeluaran
			Qty	Harga	Jumlah					Qty	Harga	Jumlah	
1	01/05/2025	Modal				Rp1,360,690	1	1/5/2025	Bayar Sewa Koper Makeup	1	Rp200,000	Rp200,000	
2	27/05/2025	Cust Booking Pendamping Wisuda	1	Rp160,000	Rp160,000	Rp160,000	2		Biaya ADM Kartu GPN GOLD	1	Rp1,000	Rp1,000	
3	31/05/2025	Cust Booking Pendamping Wisuda	2	Rp150,000	Rp300,000	Rp300,000	Total						Rp201,000
						Rp1,820,690							
												Saldo Modal Akhir Usaha	
												Rp1,820,690	

Lampiran 5 Tabel Pemasukan, Pengeluaran, dan Saldo Modal Akhir Usaha Kamelamakeup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Najwa Salsabila Saif lahir di Bandar Lampung pada tanggal 21 Januari 2003. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Mas Saifuddin dan Ibu Syafa'ah. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis bertempat tinggal di Jl.Kusuma Bangsa No.10, Kalianda, Lamung Selatan. Penulis menyelesaikan Pendidikan SMA di Pondok Pesantren Ibad Ar Rahman di Pandeglang, Banten pada tahun 2021. Pada tahun yang sama di 2021, penulis diterima di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Kemudian penulis melanjutkan studi ke Universitas Islam Indoensia dengan Jurusan Ekonomi Islam. Penulis memulai masa Pendidikan di universitas tahun 2021, sampai dengan penulisan tugas akhir ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif program S1 Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.Selama masa perkuliahan, penulis pernah mendapatkan beasiswa profesi Certified Islamic Money Manager (CIMM) dari prodi pada tahun 2023.