

**STRATEGI KEUANGAN DALAM MENJAGA KESTABILAN
PRODUKSI BATIK GABOVIRA DI MASA PANDEMI**

(Laporan Akhir)

Oleh

M IRFAN MUQTADIR

1801081036



**PROGRAM DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

STRATEGI KEUANGAN DALAM MENJAGA KESTABILAN PRODUKSI BATIK GABOVIRA DI MASA PANDEMI

Oleh

M Irfan Muqtadir

Batik Gabovira yang sudah berdiri sejak 25 Februari 2000 setelah BPK. Gatot Kartiko (Pendiri sekaligus sebagai pemilik) Semenjak itu batik Gabovira mulai melakukan usaha batik di kota Bandar Lampung Provinsi Lampung. Mulai tahun 2003 batik Gabovira mulai mengembangkan Motif dan Desain batik khas Lampung, dengan harapan nantinya Lampung akan memiliki banyak desain dan corak yang mengangkat seni dan budaya Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi keuangan dalam menjaga kestabilan produksi batik gabovira dimasa pandemi, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Metode Penelitian yang digunakan dalam menyusun laporan akhir ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Batik Gabovira Lampung sebagai upaya untuk kestabilan produksi dan penjualan dalam pandemi dengan cara menggunakan strategi diferensiasi keuangan dan strategi promosi. Dimana dalam strategi diferensiasi Batik Gabovira Lampung selalu melakukan diferensiasi produk, pengembangan inovasi dan kreatifitas di dukung dengan pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan terhadap konsumen dan hal ini terbukti efektif untuk digunakan. Selain itu untuk strategi promosi yang digunakan oleh Batik Gabovira Lampung dengan cara memasarkan produknya menggunakan berbagai macam bauran mulai dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publikasi. Sebagai upaya peningkatan penjualan produk di masa pandemi Batik Gabovira Lampung menerapkan pola strategi mulai dari memberikan diskon produk, promo hari besar dan strategi lain dengan memaksimalkan penjualan dan promosi secara online.

**Kata Kunci : Strategi Keuangan, UMKM, Produksi, Sistem Operasional,
Pengembangan Bisnis Digital.**

ABSTRACT

FINANCIAL STRATEGY IN MAINTAINING THE STABILITY OF GABOVIRA BATIK PRODUCTION DURING THE PANDEMIC

By

M Irfan Muqtadir

Batik Gabovira which has been established since February 25, 2000 after BPK. Gatot Kartiko (Founder and owner) Since then, Batik Gabovira has started a batik business in the city of Bandar Lampung, Lampung Province. Starting in 2003, Batik Gabovira began to develop typical Lampung batik motifs and designs, with the hope that Lampung will have many designs and patterns that promote Lampung art and culture. The purpose of this study is to determine the financial strategy in maintaining the stability of Gabovira batik production during the pandemic, Kemiling District, Bandar Lampung City. The research methods used in compiling this final report are observation, interviews, and documentation. Batik Gabovira Lampung as an effort to stabilize production and sales during the pandemic by using financial differentiation strategies and promotional strategies. Where in the differentiation strategy, Batik Gabovira Lampung always differentiates products, develops innovation and creativity supported by good service and provides satisfaction to consumers and this has proven to be effective for use. In addition, for the promotional strategy used by Batik Gabovira Lampung by marketing its products using various mixes ranging from advertising, sales promotions, public relations and publications. As an effort to increase product sales during the pandemic, Batik Gabovira Lampung applies a strategy pattern ranging from providing product discounts, big day promos and other strategies by maximizing sales and promotions online.

Keywords : Financial Strategy, SMEs, Production, Operational Systems, Digital Business Development.

**STRATEGI KEUANGAN DALAM MENJAGA KESTABILAN
PRODUKSI BATIK GABOVIRA DI MASA PANDEMI**

Laporan Akhir

Oleh
M Irfan Muqtadir
1801081036

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md)

Pada
Program Studi DIII Keuangan dan Perbankan
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **STRATEGI KEUANGAN DALAM
MENJAGA KESTABILAN PRODUKSI
BATIK GABOVIRA DI MASA PANDEMI**

Nama Mahasiswa : M Irfan Muqtadir

Nomor Pokok Mahasiswa : 1801081036

Program Studi : DIII Keuangan dan Perbankan

Jurusan : Manajemen Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

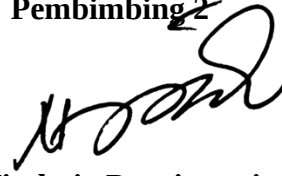
MENYETUJUI

Pembimbing 1



**Dr. Dorothy RH Pandjaitan, S.E., M.Si.
Dalimunthe. S.E., M.Sc**
NIP. 198101262008012011

Pembimbing 2



Nindyta Puspitasari

NIP. 199005242019032013

Ketua Jurusan



Aripin Ahmad, S.E., M.Si.
NIP. 196001051986031005

**Ketua Program Studi D3 Keuangan
Dan Perbankan**



Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.
NIP. 197703242008122001

HALAMAN PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Dorothy RH Pandjaitan, S.E., M.Si.



Penguji Utama : Muslimin, S.E., M.Sc.



Sekretaris Penguji : Nindyta Puspitasari Dalimunthe. S.E., M.Sc



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si

NIP. 196606211990031003

Tanggal Lulus Ujian : **16 Juni 2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul :

“STRATEGI KEUANGAN DALAM MENJAGA KESTABILAN PRODUKSI BATIK GABOVIRA DI MASA PANDEMI”

Adalah hasil karya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya yang ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengaku seolah-olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 5 Juni 2023
Yang Memberi Pernyataan,



M Irfan Muqtadir
NPM 1801081036

RIWAYAT HIDUP

Penulis yang bernama M Irfan Muqtadir dilahirkan di Bandar Lampung pada Tanggal 16 Mei 1999. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara buah hati dari pasangan Alm Bapak Maslian dan Ibu Siaga Dewi.

Penulis mengawali pendidikannya pada tahun 2005 di SD Negeri 1 Gedong Air lulus pada tahun 2014 di SMP Negeri 28 Bandar Lampung, dan SMA Negeri 7 Bandar Lampung lulus pada tahun 2017.

Pada tahun 2018 penulis diterima sebagai mahasiswa Program Diploma III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Lampung. Pada tahun 2022 selama 40 hari kerja sejak tanggal 17 Januari sampai dengan 4 Maret 2021 penulis telah melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Batik Gabovira, Di Kelurahan Beringin Raya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

MOTTO

“Fortis Fortuna Adiuvat”

Keberuntungan Berpihak Pada yang Berani.

(John Wick)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin.

Puji syukur hanya dipanjatkan kepada Allah SWT atas kehendak dan karunia-Nya, akhirnya tugas laporan akhir dapat terselesaikan dengan baik. Laporan akhir ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang tuaku, Alm Maslian dan Siaga Dewi

Terima kasih telah memberikan dukungan dan kasih sayang kepadaku, terima kasih atas segala doa, pengorbanan dan ketulusan yang ibu berikan kepadaku serta terima kasih telah memberikan motivasi dan semangat kepadaku. Semoga kalian bangga dengan apa yang sudah aku raih sampai saat ini.

Serta Terimakasih untuk Almamater tercinta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas laporan akhir ini dengan judul **STRATEGI KEUANGAN DALAM MENJAGA KESTABILAN PRODUKSI BATIK GABOVIRA DI MASA PANDEMI**". Laporan akhir ini adalah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Diploma III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis memperoleh bimbingan serta bantuan dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
3. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang selalu membantu dalam proses perkuliahan, serta selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan banyak nasihat selama proses perkuliahan
5. Miss Nindy, selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir yang telah banyak meluangkan waktu dan pemikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis sampai selesainya laporan ini.

6. Miss Dorothy. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikiran untuk menguji pada saat sidang komprehensif.
7. Seluruh civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan.
8. Seluruh pihak Batik Gabovira yang telah banyak memberikan bantuan dan pengetahuan kepada penulis mengenai UMKM Batik Gabovira selama Praktik Kerja Lapangan.
9. Dream Team yang akan mengubah hidup lebih baik, Jessica Intan Vanneza. Best Support yang sudah hadir dalam waktu yang sangat tepat dan menjadi orang yang sangat berperan dalam penyelesaian tugas ini.
10. Untuk teman-teman Diploma III Keuangan dan Perbankan, Rio, Jaw, Andra, Deni, David dan Fairus. Teman-teman seperjuangan diorganisasi HMI Manajemen, sekum Lay, Bendum Rafika, Kocy, Ghiki, Fajar, Gita, Aje, Robin, Moniq, Alpin, Daffarel, Della, Najib dan Alex teman-teman. Serta keluarga di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI). terima kasih atas dukungan menjadi teman dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan saran dalam segala hal. Semoga kita semua menjadi orang yang sukses. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan atas segala dukungannya selama ini.

Bandar Lampung, 5 Juni 2023

Penulis,

M Irfan Muqtadir



NPM 1801081036

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Strategi Manajemen Keuangan	9
2.1.1 Pengertian Strategi Manajemen Keuangan	9
2.1.2 Tujuan Manajemen Keuangan	15
2.1.3 Peran Penting Strategi Manajemen Keuangan	16
2.1.4 Indikator-indikator Strategi Keuangan.....	18
2.2 Produksi	20
2.2.1 Pengertian Produksi.....	20
2.2.2 Fungsi Produksi	21
2.2.3 Tujuan Produksi	23
2.2.4 Jenis-jenis Produksi.....	25
2.2.5 Faktor-faktor Yang Memengaruhi Produksi	28

BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK ..31

3.1 Metode Penelitian.....	31
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.4 TeknikPengumpulan Data	32
3.5 Gambaran Umum Perusahaan	33
3.5.1 Gambaran Profil	34
3.5.2 Visi dan Misi	36
3.5.3 Produk Batik Gabovira.....	37
3.5.4 Stuktur Organisasi Perusahaan.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN42

4.1 Hasil Analisa Batik Gabovira Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19 ..	42
4.2 Implementasi Keuangan Batik Gabovira Pada Masa Pandemi dan Sesudah Masa Pandemi	46
4.3 Strategi Keuangan Batik Gabovira Setelah Pasca Pandemi	52

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....60

5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan pada umumnya didirikan bertujuan untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya, serta berusaha untuk mendapatkan laba yang maksimal untuk kemajuan perusahaan yang didirikan. Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki perencanaan yang dibuat secara matang dan terarah di berbagai bidang yang menyangkut kegiatannya. Suatu perusahaan dituntut untuk memiliki suatu sistem yang baik agar suatu perusahaan lebih terarah untuk mendapatkan laba yang maksimal dan sedikit kemungkinan akan mendapat kendala karena suatu sistem yang telah digunakan dengan baik sangat bermanfaat bagi setiap perusahaan.

Pada awal tahun 2020 Indonesia mengalami kondisi yang tidak berjalan normal seperti biasa, dimana Indonesia mengalami kondisi pandemi global yang diakibatkan karena adanya virus Covid-19. Setelah adanya pandemi Covid-19 yang terjadi bukan hanya di Indonesia melainkan terjadi secara global membuat sektor ekonomi menjadi turun drastis bahkan pertumbuhan ekonomi cenderung minus. Selain itu dampak dari adanya pandemi memberikan dampak yang lebih buruk dari yang sudah diprediksikan hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh Kepala Ekonomi IMF Gopinath (*Kompas.com*). Pandemi memberikan

dampak yang cukup besar terutama pada sector perdagangan, pariwisata, daterutama pada para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan adanya pandemi memberikan dampak yang terlihat nyata oleh kita seperti banyak perusahaan besar di Indonesia yang melakukan pengurangan karyawan sehingga menambah deretan panjang jumlah pengangguran di Indonesia. Tidak hanya perusahaan besar, pandemi juga berdampak pada sektor UMKM yang mana industri UMKM mulai dari penjaga toko, pedagang pasar, asongan dan pekerja lain yang memperoleh pendapatan harian dari tempat perbelanjaan serta jasa transportasi online juga banyak yang mengalami penurunan pemasukan atau omset yang diterima akibat adanya pandemi.

Covid-19 memaksa pemerintah untuk membuat kebijakan-kebijakan yang sudah pasti tidak akan menguntungkan semua pihak, namun kebijakan tersebut harus tetap diambil dalam upaya mencegah penyebaran virus Covid-19. Seperti kebijakan lockdown serta pembatasan sosial berskala besar, wajib menggunakan masker, menjaga jarak serta banyak dilakukan penutupan berbagai tempat keramaian seperti tempat wisata dan pusat perbelanjaan.

Kebijakan pemerintah yang diambil tentunya akan memberikan dampak pula pada perekonomian seperti yang di kutip dari laporan *Organization for Economic Co- Operation and Development (OECD)*. OECD juga menjelaskan bahwa UMKM berdampak besar dan sangat rentan terhadap dampak terutama dalam hal bisnis karena UMKM biasanya erat kaitannya dengan pariwisata, transportasi serta industri ekonomi dan kuliner yang memerlukan supplier yang cepat namun semuanya terdampak oleh adanya pandemic covid-19.

Provinsi Lampung terutama kota Bandar Lampung merupakan salah satu daerah di Indonesia yang terkena dampak dari adanya pandemi Covid-19 di berbagai sektor terutama ekonomi, sosial dan pariwisata. Untuk sektor ekonomi di kota Bandar Lampung yang terkena dampak Covid-19 salah satunya adalah UMKM batik Gabovira Lampung. Dimasa pandemi batik Gabovira Lampung melakukan beberapa strategi keuangan karena cara ini dianggap lebih efektif guna meningkatkan kestabilan produksi dimasa pandemi. Selama pandemi batik Gabovira Lampung, melakukan beberapa metode perubahan terkait sistem produksi halini dapat kita lihat dari data penjualan batik Gabovira Tahun 2020 pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Batik Gabovira Lampung Tahun 2020

Bulan (2020)	Jumlah Penjualan
Januari	4.643
Februari	4.307
Maret	2.907
April	752
Mei	816
Jumlah	13.425

Sumber: Data yang diolah, Batik Gabovira Lampung, 2020

Dari Tabel 1.1 tersebut bahwa terdapat ketidakstabilan produksi terutama pada bulan April dan Mei. Dari data tersebut data tersebut terjadi penurunan produksi batik gabovira selama masa pandemi. Penurunan produksi dikarenakan belum mengalokasikan sistem operasional bisnis yang baik, seperti :

1. Menentukan Presentase yang tepat

Menentukan berapa persen uang yang dialokasikan untuk operasional bisnis berapa persen target laba yang ingin dicapai, berapa persen uang untuk cadangan kas bisnis, serta berapa persen uang untuk pengembangan bisnis. Dengan menentukan persentase, dapat lebih mudah mengelola keuangan sesuai dengan porsi yang telah ditentukan di awal memulai bisnis.

2. Bernegosiasi dalam menjalin hubungan kemitraan maupun vendor untuk mendapatkan incoming dengan feedback yang baik.

Ketika melakukan pembelian dari vendor atau kontrak dengan mitra, perlu melakukan negosiasi untuk mendapatkan penawaran terbaik sehingga lebih menghemat dan menjaga kestabilan keuangan agar bisnis dapat berkembang

3. Membayar tagihan-tagihan yang dibebankan tepat waktu

membayar semua tagihan bisnis tepat waktu untuk memastikan tidak ada tagihan bisnis yang telah jatuh tempo untuk menghindari keterlambatan pembayaran biaya dapat menjaga keuangan bisnis dengan baik.

4. Berinvestasi pada Software yang mengembangkan bisnis dan penjualan

software dapat membantu Anda menghemat waktu dengan fungsi untuk melacak informasi penting terkait pendapatan, pengeluaran, pembuatan invoice, dan detail catatan profil bisnis baik dengan customer maupun vendor, agar tidak ada penggelapan dan penyalahgunaan hasil atau profit.

5. Mengelola arus kas dengan baik

mengelola keuangan dengan semua catatan disesuaikan komponen-komponen seperti pada nota pembelian ataupun bukti pengeluaran-pengeluaran dengan mendokumentasikan pemasukan rincian dana, yang dapat digunakan untuk membuat neraca keuangan.

6. Promosi media cetak yang belum optimal untuk menjadikan batik gabovira belum masuk market place yang luas, karena media cetak sering biasanya dikategorikan untuk orang tua yang hobi membaca, dan belum memakai media elektronik yang pasarnya anak milenial dan generasi Z yang selalu update di media sosial

7. Biaya Operasional jasa pengiriman batik dari Pekalongan yang memerlukan biaya besar sehingga menimbulkan ketidakstabilan keuangan perusahaan batik Gabovira.

Strategi manajemen keuangan guna kestabilan produksi, mulai dari bagaimana mengelola dana, bagaimana pembagian dana, strategi yang baik dan efektif dalam mengatur keuangan Bisnis, buat pembukuan yang rapi, serta aplikasi strategi keuangan perusahaan.

Manajemen keuangan sangat penting untuk keberhasilan bisnis, apa pun industrinya. Sehingga, setiap perusahaan perlu adanya pengelolaan dana. Dengan pengelolaan yang baik, bisnis dapat memaksimalkan pendapatannya sekaligus memaksimalkan keuntungannya, oleh sebab itu diperlukan adanya strategi keuangan untuk mengatasi terjadinya penurunan daya beli, untuk memaksimalkan profitabilitas dalam perusahaan, antara lain strategi tersebut adalah, optimalisasi

penjualan, dengan melakukan promosi penjualan serta melakukan optimalisasi sumber daya yang tersedia, lalu melakukan pengurangan biaya (cost reduction) dengan menekan biaya produksi serta biaya penjualan untuk memperoleh hasil yang sesuai, serta perusahaan harus melakukan “terobosan”, terobosan dalam artian inovasi yang bisa membuat perusahaan keluar dari kesulitan seperti, mengembangkan produk baru dengan biaya yang terjangkau serta banyak diminati dan dapat bersaing di pangsa pasar.

Pengelolaan keuangan yang baik tidak terlepas dari SDM yang memadai dan mengikuti prinsip yang mampu menjaga integritas. Perusahaan berkontribusi besar dalam pembuatan strategi manajemen keuangan yang efektif. Dengan strategi yang tepat, bisnis dapat mampu menjaga dan mengembangkan struktur keuangan yang lebih kompleks.

Pengelolaan keuangan yang kompleks membutuhkan alat bantu yang mampu diandalkan. Kontrol keuangan secara penuh dengan Software Akuntansi dari HashMicro. Monitor kondisi keuangan bisnis Anda secara menyeluruh dan buat laporan laba rugi, arus kas, neraca, perubahan modal, dan lainnya secara akurat.

Sehingga dari latar belakang tersebut penulis ingin memberikan sebuah informasi serta referensi untuk para UMKM terkait dengan pemanfaatan serta pengoptimalan penggunaan aplikasi strategi keuangan perusahaan yang digunakan untuk kestabilan produksi selama pandemi Covid-19 dengan judul **“Strategi Keuangan Dalam Menjaga Kestabilan Produksi Batik Gabovira Di Masa Pandemi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat disimpulkan adalah **“Bagaimana strategi keuangan yang digunakan oleh Batik Gabovira Lampung dalam upaya menjaga kestabilan produksi dalam pandemi ?”**.

1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah di uraikan sebelumnya, maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah “Untuk memaparkan strategi keuangan yang digunakan oleh Batik Gabovira Lampung dalam upaya menjaga kestabilan produksi penjualan dalam Pandemi.

1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir

Manfaat penulisan ini terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dari penelitian ini harapannya dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai upaya dalam meningkatkan jumlah penjualan pada UMKM batik Gabovira Lampung pada masa pandemi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya. Dapat memberikan informasi mengenai penjualan dan biaya penjualan batik Gabovira lampung, sehingga pembaca lebih mengetahui bagaimana pelaksanaan sistem dan prosedur yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah penjualan pada UMKM batik Gabovira Lampung.

3. Bagi Perusahaan dan UMKM lainnya

Digunakan sebagai bahan acuan dan informasi bagi Batik Gabovira lampung dalam meningkatkan jumlah penjualannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Manajemen Keuangan

2.1.1 Pengertian Strategi Manajemen Keuangan

Strategi Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajemen keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan *profit* atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Sebagai catatan dalam konsep manajemen keuangan modern pemahaman profit dapat ditaksirkan secara luas, yaitu mampu memberikan profit kepada seluruh *stakeholder*. Artinya mereka yang terlibat atau berhubungan dengan perusahaan merasa memperoleh dampak keuntungan positif terhadap keberadaan perusahaan tersebut (Fahmi, 2014).

Menurut JF. Bradley Tertuang dalam bukunya yang berjudul *Administrative Financial Management*, Bradley berpendapat bahwa manajemen atau pengelolaan keuangan merupakan aspek manajemen bisnis untuk mengatur permodalan perusahaan.

Joseph L. Massie Berbeda dengan definisi di atas Joseph L. Massie, penulis *The Essentials of Management* berpendapat bahwa manajemen keuangan adalah kegiatan usaha sebagai bentuk tanggung jawab untuk memperoleh dan menggunakan dana perusahaan untuk mencapai tujuan dengan cara yang efektif.

Strategi keuangan merupakan suatu kajian yang menempatkan keputusan keuangan perusahaan memiliki pemahaman secara lebih luas dan jangka panjang termasuk dengan melihat dampak keputusan tersebut mampu memberi pengaruh pada stabilitas serta profit perusahaan secara jangka panjang (Harry G. Guthmann dan Herbert E. Dougall).

Manajemen keuangan sangat penting untuk keberhasilan bisnis, apa pun industrinya. Sehingga, setiap perusahaan perlu adanya pengelolaan dana. Dengan pengelolaan yang baik, bisnis dapat memaksimalkan pendapatannya sekaligus memaksimalkan keuntungannya.

Pengelolaan keuangan yang baik tidak terlepas dari SDM yang memadai dan mengikuti prinsip yang mampu menjaga integritas. Perusahaan berkontribusi besar dalam pembuatan strategi manajemen keuangan yang efektif. Dengan strategi yang tepat, bisnis dapat mampu menjaga dan mengembangkan struktur keuangan yang lebih kompleks.

Pengelolaan keuangan yang kompleks membutuhkan alat bantu yang mampu diandalkan. Kontrol keuangan secara penuh dengan Software Akuntansi dari HashMicro. Monitor kondisi keuangan bisnis Anda secara menyeluruh dan buat laporan laba rugi, arus kas, neraca, perubahan modal, dan lainnya secara akurat.

Aplikasi Strategi Keuangan Perusahaan dalam konteks strategi keuangan perusahaan secara aplikatif tertuang pada 3 (tiga) konsep dasar yaitu:

1. Bagaimana mencari dana

Pada tahap ini merupakan tahap awal dari tugas seorang manajer keuangan, dimana ia bertugas untuk mencari sumber-sumber dana yang bisa dipakai atau dimanfaatkan untuk dijadikan sebagai modal perusahaan. Secara umum modal perusahaan bersumber dari modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri yaitu berupa modal dari pemilik yang disetor dan itu dijadikan sebagai modal perusahaan seperti *stock* (saham), dan modal asing berupa hasil pinjaman ke perbankan, hasil penjualan saham, termasuk utang dagang serta obligasi juga yang lainnya.

2. Bagaimana mengelola dana

Pada tahap ini pihak manajemen keuangan bertugas untuk mengelola dan perusahaan dan kemudian menginvestasikan dana tersebut ke tempat-tempat yang dianggap produktif atau menguntungkan. Bagi seorang manajer keuangan akan selalu memantau dan menganalisis dengan baik pada setiap tindakan dan keputusan yang akan diambil dengan memperhitungkan aspek-aspek keuangan dan non keuangan, terutama kondisi memungkinkan terjadinya *profit* dan kontinuitas perusahaan di kemudian hari. Secara konsep investasi seorang manajer keuangan akan selalu menghindari keputusan investasi yang hanya akan menimbulkan kerugian atau bahkan memiliki profit yang rendah, atau dengan kata lain seorang manajer keuangan umumnya adalah seorang penghindar risiko.

3. Bagaimana Membagi Dana

Pada tahap ini pihak manajemen keuangan akan melakukan keputusan untuk membagi keuntungan kepada para pemilik sesuai dengan jumlah modal yang disetor atau yang ditempatkan. Biasanya ini dibicarakan dalam RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham). Pembagian keuntungan terhadap kepemilikan saham biasanya disebut dengan pembagian deviden.

5 strategi yang baik dan efektif dalam mengatur keuangan Bisnis :

Berbisnis dalam bidang apapun pasti diharuskan untuk mengelola keuangan dengan baik dan efektif. Walaupun bisnis yang Anda bangun belum tergolong bisnis yang besar, Anda tetap harus mengelola keuangan dengan baik. Hal ini bertujuan agar arus kas tidak defisit di mana jumlah pengeluaran melebihi pendapatan.

Dengan mengelola keuangan secara baik dan benar akan membuat usaha semakin besar bahkan Anda tak perlu lagi hutang untuk mendapatkan modal. Ada banyak kelebihan ketika menerapkan pengelolaan keuangan perusahaan secara benar. Untuk itu kami rangkum 5 strategi yang baik dan efektif dalam mengatur keuangan Bisnis

1. Membuat Laporan Keuangan

Ada banyak perusahaan yang mengira bahwa ketika telah mendapatkan keuntungan yang besar, maka perusahaan tersebut telah dikatakan sehat. Belum tentu! Kita tidak bisa menilai kesehatan perusahaan hanya dari segi keuntungan saja, tetapi melihat dari banyak aspek. Prinsipnya perusahaan yang sehat apabila keuntungan yang diperoleh bisa lebih besar daripada pengeluaran. Di sinilah Anda harus

membuat laporan keuangan dalam pencatatan yang rapi sehingga mudah ditelusuri pos-pos yang sekiranya memboroskan biaya pengeluaran.

Selain dijadikan sebagai basis mengukur kesehatan keuangan perusahaan, laporan keuangan juga dapat Anda jadikan sebagai dasar pertimbangan ketika hendak mengambil keputusan finansial perusahaan.

2. Tentukan Porsi Keuangan

Porsi keuangan yang dimaksud seperti pembagian total pemasukan ke beberapa pos misalnya pembayaran gaji, pembayaran hutang, biaya operasional dan lain sebagainya.

Jadi hal pertama yang harus Anda lakukan dalam menentukan porsi keuangan adalah menentukan berapa porsi yang Anda pakai dalam berbagai kebutuhan perusahaan Anda. Penentuan porsi keuangan ini harus disepakati di awal, agar nantinya dapat berjalan secara terstruktur.

3. Buat Pembukuan yang rapi

Strategi mengatur keuangan perusahaan ini sudah tidak asing lagi bagi perusahaan berskala besar. Mengapa demikian, karena keuangan perusahaan yang besar sudah tentu diolah oleh orang profesional di bidangnya.

Sangat jarang ada perusahaan berskala kecil menggunakan strategi ini. Padahal membuat pembukuan rapi tidak kalah penting dari strategi mengatur keuangan perusahaan lainnya.

Dengan adanya pembukuan, Anda bisa mencatat semua transaksi berupa pemasukan dan pengeluaran. Hal itu dilakukan agar Anda lebih mudah memantau bagaimana situasi keuangan perusahaan Anda.

4. Mengurangi Risiko

Risiko berarti pengeluaran yang dimana hal itu harus Anda hindari sebaik mungkin. Memang benar, risiko bisa datang kapan saja, oleh sebab itu Anda harus mengelola keuangan perusahaan secara profesional.

Salah satu hal yang bisa Anda lakukan dalam mengurangi risiko yaitu mengurangi meminjam hutang ke lembaga peminjaman uang atau lainnya yang berupa hutang karena ada beban bunga yang harus Anda bayarkan tiap bulannya. Tentu beban bunga ini menjadi pengeluaran serius yang harus Anda tanggung.

Jika Anda membutuhkan modal untuk operasional perusahaan, lebih baik tawarkan mekanisme kerja sama usaha yang saling menguntungkan dan perhatikan juga durasi kerja samanya.

Tidak sedikit pelaku usaha pemula yang kerap memilih jalan pintas permodalan dengan jasa pinjaman yang berbunga besar. Akibatnya, dalam perjalanan usaha, laba tidak bisa memutar operasional bisnis.

5. Mengontrol Kelancaran Kas

Mengontrol arus laju kas adalah strategi mengatur keuangan perusahaan yang tidak boleh Anda abaikan. Apalagi jika perusahaan Anda termasuk perusahaan berskala besar, pengontrolan terhadap arus kas harus diprioritaskan.

Tidak sedikit pelaku usaha pemula yang mempersepsikan sama tentang kas dan laba. Laba adalah angka yang muncul di laporan keuangan Anda pada akhir tahun.

Beberapa tips tersebut dapat membantu Anda dalam mengelola keuangan perusahaan secara perlahan tapi pasti. Selain itu, tetap konsisten dan disiplin untuk tetap menjaga dalam melakukan penerapan manajemen keuangan.

Untuk mempermudah pengelolaan kas dalam suatu manajemen bisnis perusahaan anda dapat menggunakan Leukeun Accounting yaitu software yang dapat berperan dalam memudahkan segala aktivitas keuangan Bisnis anda.

2.1.2 Tujuan Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan bertujuan sebagai alat bagi bisnis untuk mengendalikan sebagian besar kegiatan manajemen. Manajemen keuangan juga merupakan tanggung jawab penting dari pemilik dan manajer perusahaan.

Mereka harus mempertimbangkan berbagai implikasi dari keputusan manajemen pada keuntungan, arus kas, dan kondisi dana perusahaan secara keseluruhan seperti yang tertera dalam laporan keuangan.

Hal ini karena setiap aspek bisnis berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kegiatan pengelolaan dana harus dievaluasi dan dikendalikan secara teratur oleh pemilik dan manajer perusahaan untuk memastikan bahwa tujuan manajemen keuangan terpenuhi.

Data manajemen keuangan menyajikan ringkasan statistik kepada

pemilik dan manajer dengan tujuan menilai efektivitas dan efisiensi perusahaan mereka.

Banyak bisnis menggunakan *software* yang memungkinkan pemilik dan manajer untuk mengakses dan menerapkan teknik manajemen yang terbukti untuk mengoptimalkan operasi bisnis mereka.

2.1.3 Peran Penting Strategi Manajemen Keuangan

Strategi manajemen keuangan memiliki peran penting dalam alokasi serta pengorganisasian sumber daya yang memiliki tujuan untuk mencapai tujuan akan barang dan jasa dari suatu perusahaan. Sehingga dalam praktiknya strategi manajemen keuangan sendiri berkaitan dengan masalah arus kas dari produksi.

Hal yang berkaitan dengan peranan strategi manajemen keuangan menurut Ahmad Taufik (2012) yaitu:

1. Mengetahui Modal yang Sudah Dikeluarkan

Dengan mempraktikkan manajemen keuangan yang baik, itu akan memungkinkan kamu mengetahui dengan tepat jumlah dana yang dikeluarkan untuk pembelian aset. Aset di sini berarti modal yang nantinya bisa menghasilkan pendapatan.

Dalam mengeluarkan dana untuk belanja modal, kamu perlu menyeimbangkan jumlah pendapatan yang nantinya akan dihasilkan oleh modal tersebut. Itu perlu dilakukan supaya tidak terjadi pailit.

Apabila bisa mengatur dana pengeluaran dengan baik, arus keuangan kamu akan menjadi lebih sehat sehingga tidak perlu melakukan pinjaman ke pihak

lain. Kamu pun bisa fokus pada aset yang bisa memberikan pendapatan lebih bagi perusahaan

2. Dapat Mengelola Kas

Dengan memiliki manajemen keuangan yang baik, arus kas pun dapat terkelola dengan lebih teratur. Kamu pun tidak akan pusing memikirkan apakah memiliki dana untuk membayar tagihan seperti listrik, air, telepon, gaji karyawan, hingga asuransi. Satu tip berguna yang bisa kamu lakukan adalah dengan mempersingkat jumlah waktu yang kamu berikan pada pelanggan untuk membayar atau menegosiasi tanggal jatuh tempo kepada vendor. Kamu perlu disiplin dalam melakukan manajemen keuangan. Pasalnya, jika tidak berhasil dalam mengelola arus kas dengan efektif, kamu mungkin bisa saja gagal bayar dan operasional perusahaan menjadi terganggu.

3. Menurunkan Biaya

Salah satu tugas utama memiliki manajemen keuangan adalah untuk menjaga biaya menjadi serendah mungkin. Ada beberapa hal yang bisa kamu lakukan seperti meminta vendor untuk menurunkan harga karena sudah lama langganan, mengurangi penggunaan listrik dan air, atau membeli persediaan barang secara masif. Apabila kamu tidak bisa mengelola biaya pengeluaran dengan baik, hal lain yang bisa kamu lakukan adalah harus bisa mendongkrak secara signifikan angka penjualan supaya biaya pengeluaran dapat tertambal.

4. Perencanaan Pajak

Hal lain yang bisa dilakukan dengan memiliki manajemen keuangan adalah perencanaan pajak. Dengan manajemen keuangan, kamu bisa

memperkirakan estimasi besaran pajak yang harus dikeluarkan. Kamu pun bisa tenang karena sudah memiliki pos tersendiri yakni untuk pajak, sehingga tidak perlu khawatir telat membayar pajak.

Seperti diketahui, telat membayar pajak akan dikenakan denda sehingga perlu alokasi dana tambahan untuk membayar denda tersebut. Karena sudah memiliki manajemen keuangan, perencanaan pajak perusahaan kamu pun akan berjalan lancar.

2.1.4 Indikator-indikator Strategi Keuangan

Manajemen keuangan harus memiliki fungsi yang jelas. Ini berfungsi agar manajer keuangan dapat melakukan pekerjaannya sebagai bagian dari perusahaan. Ada 5 fungsi manajer keuangan Menurut Joseph L. Massie, yaitu:

Planning

Planning atau perencanaan keuangan menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam bisnis. Fungsi manajemen keuangan sebagai *planning* meliputi penghitungan laba dan rugi, pengaturan arus kas dan perencanaan arus kas.

Budgeting

Setelah proses perencanaan keuangan selesai, perusahaan dapat beralih ke *budgeting* (penganggaran). Bisnis harus mengalokasikan uang atau dana dari kas perusahaan untuk keperluan tertentu sesuai perencanaan. Harapannya dana yang keluar dapat memperluas kegiatan operasional perusahaan untuk memenuhi target sesuai rencana.

Controlling

Controlling atau pengendalian adalah fungsi ketiga dari manajemen keuangan. Sepanjang bisnis berjalan, keuangan perusahaan harus terkendali dan terus dievaluasi. Hal ini berguna dengan tujuan meningkatkan efektivitas sistem keuangan dan memotong bagian yang dianggap tidak efisien bagi keuangan perusahaan.

Auditing

Audit adalah kegiatan pemeriksaan catatan keuangan. Memeriksa keuangan perusahaan sesuai dengan standar akuntansi akan membantu mencegah penyalahgunaan dan penyimpangan dalam penggunaan dana perusahaan.

Reporting

Pelaporan adalah proses mendokumentasikan transaksi keuangan. Pelaporan keuangan harus dilakukan secara terbuka dan transparan. Laporan ini bermanfaat untuk memberikan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan.

Berdasarkan fungsi manajemen keuangan, menurut Kaplan dan Norton, pada perusahaan harus memiliki strategi yang menunjang kelangsungan fungsi manajemen keuangan, dan diantaranya adalah sebagai berikut ini :

1. Strategi menyeimbangkan kekuatan yang bertentangan (Strength)
2. Strategi didasarkan pada proposisi nilai pelanggan yang berbeda (Values)
3. Nilai diciptakan melalui proses bisnis internal (Progress)
4. Strategi terdiri dari tema yang melengkapi secara bersamaan (Theme)
5. Keselarasan strategis menentukan nilai aset tak berwujud (Harmony)

Pemilik kekuasaan pada perusahaan dapat memanfaatkan kondisi keuangan perusahaan untuk pengambilan keputusan bisnis kedepannya. Hal krusial ini sangat menentukan masa depan bisnis, karena apabila keputusan yang diambil perusahaan bertolak belakang dengan keadaan keuangan akan menyebabkan risiko tinggi untuk bangkrut.

2.2 Produksi

2.2.1 Pengertian Produksi

Produksi adalah suatu proses dimana barang dan jasa yang disebut input diubah menjadi barang-barang dan jasa-jasa yang disebut output. Proses perubahan bentuk faktor-faktor produksi tersebut disebut dengan proses produksi. Produksi pada dasarnya merupakan proses penciptaan atau penambahan faedah bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat lebih bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia. Proses perubahan bentuk faktor-faktor produksi tersebut disebut proses produksi. Selain itu produksi dapat ditinjau dari dua pengertian, yaitu pengertian secara teknis dan pengertian secara ekonomis. Ditinjau dari pengertian secara teknis, produksi merupakan proses pendayagunaan sumber-sumber yang telah tersedia guna memperoleh hasil yang lebih dari segala pengorbanan yang telah diberikan. Sedangkan bila ditinjau dari pengertian secara ekonomis, produksi merupakan suatu proses pendayagunaan segala sumber yang tersedia untuk memperoleh hasil yang terjamin kualitas maupun kuantitasnya, terkelola dengan baik sehingga merupakan komoditi yang dapat diperdagangkan.

Adanya hubungan antara faktor-faktor produksi yang digunakan dengan

output yang dihasilkan dinyatakan dalam suatu fungsi produksi. Produksi adalah menciptakan, menghasilkan, dan membuat. Kegiatan produksi tidak akan dapat dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri. Untuk bisa melakukan produksi, orang memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut faktor-faktor produksi (factors of production). Jadi, semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang disebut sebagai faktor-faktor produksi. Pengertian produksi lainnya yaitu hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa. Keseluruhan unsur-unsur dalam elemen input tadi selanjutnya dengan menggunakan teknik-teknik atau cara-cara tertentu, diolah atau diproses sedemikian rupa untuk menghasilkan sejumlah output tertentu. Teori produksi akan membahas bagaimana penggunaan input untuk menghasilkan sejumlah output tertentu. Hubungan antara input dan output seperti yang diterangkan pada teori produksi akan dibahas lebih lanjut dengan menggunakan fungsi produksi. Dalam hal ini, akan diketahui bagaimana penambahan input sejumlah tertentu secara proporsional akan dapat dihasilkan sejumlah output tertentu.

2.2.2 Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah suatu persamaan yang menunjukkan jumlah maksimum output yang dihasilkan dengan kombinasi input tertentu. Fungsi produksi menunjukkan sifat hubungan di antara faktor-faktor produksi dan tingkat

produksi yang dihasilkan. Faktor-faktor produksi dikenal pula dengan istilah input dan jumlah produksi selalu juga disebut sebagai output. Periode produksi dibagi menjadi dua bagian, yaitu fungsi produksi jangka pendek (short run) dan fungsi produksi jangka panjang (long run).

1. Fungsi produksi jangka pendek adalah periode waktu dimana paling tidak hanya ada satu input yang tetap dan kuantitasnya tidak dapat diubah-ubah. Bila produsen ingin menambah produksinya dalam jangka pendek, maka hal ini hanya dapat dilakukan dengan jalan menambah jam kerja dan dengan tingkat skala perusahaan yang ada.
2. Faktor produksi jangka panjang adalah suatu periode waktu yang cukup panjang, dimana semua input dan teknologi berubah, tidak ada input tetap dalam jangka panjang. Pembagian fungsi produksi ini tidak didasarkan pada lama waktu yang dipakai dalam suatu proses produksi, akan tetapi dilihat dari macam input yang digunakan.

Dalam aktivitas produksinya produsen (perusahaan) mengubah berbagai faktor produksi menjadi barang dan jasa. Berdasarkan hubungannya dengan tingkat produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap (fixed input) dan faktor produksi variabel (variable input).

1. Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tidak tergantung pada jumlah produksi, seperti mesin-mesin pabrik. Ada atau tidak adanya kegiatan produksi, faktor produksi itu harus tetap tersedia.

2. Faktor produksi variabel adalah faktor produksi yang penggunaannya tergantung pada tingkat produksinya, seperti buruh harian lepas. Makin besar tingkat produksi, makin banyak faktor produksi variabel yang digunakan.

Untuk memilih kombinasi faktor produksi yang memerlukan ongkos terkecil, diperlukan pengetahuan akan kemungkinan saling mengganti diantara faktor-faktor produksi yang digunakan dan juga harga relatif dari input-input tersebut. Bagi produsen individual, dianggap harga faktor produksi dipasar adalah tertentu karena harga tersebut ditentukan oleh seluruh kekuatan permintaan dan penawaran yang ada di pasar. Untuk mendapatkan suatu keterangan diperlukan suatu siasat, yaitu dengan membuat suatu bidang produksi (production surface).

2.2.3 Tujuan Produksi

1. Memenuhi kebutuhan konsumen

Masyarakat memiliki beragam kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan yang tidak terpenuhi, Mulai dari kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier, dapat menjadikan kehidupan manusia tidak seimbang. Pakaian, makanan dan minuman, tempat tinggal, pendidikan, kesehatan, informasi, komunikasi, gaya hidup, dan lain sebagainya merupakan contoh konkret dari kebutuhan manusia. Oleh karena itu, produsen memproduksi produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut dengan cara menciptakan nilai guna atau menambahkan nilai guna.

2. Memperoleh keuntungan

Bagi produsen, produksi bertujuan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Dengan menciptakan atau memberikan nilai guna pada sebuah

produk, produsen dapat mengambil selisih dari harga jual dan biaya produksi.

Produk yang dikonsumsi oleh masyarakat dibeli dan produsen mendapatkan pemasukan. Semakin baik perencanaan produksinya, semakin besar keuntungan yang didapatkan.

3. Menghasilkan barang setengah jadi

Barang setengah jadi yang diproduksi perlu diolah lebih lanjut sampai dapat dikonsumsi langsung oleh masyarakat.

4. Menjadi stimulan tumbuhnya usaha produksi lain

Adanya produksi suatu produk dapat memicu muncul usaha produk lain yang berkaitan. Misalnya institusi pendidikan tinggi sebagai produsen jasa pendidikan. Di area dekat kampus tersebut akan muncul usaha kos-kosan, usaha warung makan dan jajanan, pelayanan kesehatan, minimarket, pasar tradisional, angkutan, jasa terjemah, dan sebagainya.

5. Mengurangi angka pengangguran

Proses produksi perusahaan mulai dari skala kecil dan menengah tidak mungkin dilakukan seorang diri oleh *owner*-nya. Bagaimanapun ingin menekan biaya produksi memerlukan bantuan orang lain. Oleh karena itu, dibutuhkan karyawan dengan cara melakukan perekrutan. Dari rekrutmen ini menambah angka pekerja di Indonesia dan mengurangi angka pengangguran. Semakin besar perusahaan, semakin besar menyerap tenaga kerja.

6. Meningkatkan penghasilan masyarakat dan negara

Berkurangnya pengangguran tentu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin banyak masyarakat yang sejahtera, semakin banyak

masyarakat membelanjakan keuangannya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman, berwisata, dan membayar pajak. Dengan demikian, semakin lancar pergerakan ekonomi negara dan pendapatan negara pun naik.

7. Menjadikan produksi Indonesia dikenal di dunia internasional

Kegiatan produksi seringkali tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan lokal atau domestik. Tidak jarang pasar luar negeri juga membutuhkan produk-produk yang dihasilkan oleh produsen Indonesia. Sebut saja sambal pecel, kerupuk, arang batok kelapa, sabut kelapa, *furniture*, rempah-rempah, dan lain-lain.

2.2.4 Jenis-jenis Produksi

Berdasarkan produk yang dihasilkan.

a. Produksi Ekstraktif

Produksi ini melakukan eksplorasi sumber daya alam tanpa mengubah sifat dan bentuk apapun. Hasil ekstraksi kemudian diserahkan kepada perusahaan lain untuk diolah lebih lanjut menjadi barang baru yang memiliki nilai guna lebih tinggi. Contoh : penambangan bahan tambang, penangkapan ikan di laut, dan pengeboran minyak bumi.

b. Produk Agraris

Produksi jenis ini mengolah alam dan memanfaatkan tanah agar dapat menghasilkan sumber daya alam yang berupa barang setengah jadi atau barang jadi. Hal ini tidak hanya mencakup pertanian saja, namun juga peternakan. Contoh: padi, sayur-sayuran, buah-buahan, susu, telur, jagung, dan lain-lain.

c. Produksi Industri

Produksi jenis ini mengolah bahan mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Produksi jenis ini menambah nilai guna agar dapat dimanfaatkan oleh manusia dengan pemanfaatan yang lebih baik lagi.

Contoh: pakaian, sepeda motor, mobil, pesawat terbang, pakan ternak, obat, alat kesehatan, makanan dan minuman, jilbab, mesin, alat elektronik, dan lain-lain.

d. Produksi Perdagangan

Produksi jenis ini bergerak dengan menghubungkan antara produsen dengan konsumen agar barang yang diproduksi dapat beredar luas di pasaran. Penyaluran barang dari produsen ke konsumen terbagi menjadi beberapa jenis, yakni:

1). Langsung dari produsen ke konsumen

Perdagangan yang langsung dilakukan sendiri oleh produsen. Biasanya produksi seperti ini dilakukan oleh pengusaha-pengusaha skala kecil atau perusahaan besar yang memiliki sistem marketing retail. Contoh: pembuat pentol menjual langsung ke konsumen bakso.

2). Semi langsung

Perdagangan ini melalui perantara. Konsumen membeli barang tidak langsung ke produsen, melainkan ke pedagang eceran. Jadi, produsen menjual barang ke pedagang eceran. Contoh: reseller, warung, toko, minimarket, dan supermarket.

3) Tidak langsung

Perdagangan ini dilakukan dengan urutan produsen- pedagang grosir/agen/ distributor- pedagang eceran- konsumen.

e. Produksi Jasa

Produksi jasa merupakan produksi yang menghasilkan produk bukan berupa barang, namun berupa jasa. Dalam melakukan produksi ini dibutuhkan keahlian tertentu. Hasil dari produksi jasa berwujud tidak konkret, tidak kasat mata, dan tidak bisa dipegang, namun keberadaannya dapat dirasakan manfaatnya. Berdasarkan jangka waktu dan prosesnya

1. Produksi berjangka pendek

Merupakan produksi yang prosesnya berlangsung cepat dan dinikmati segera oleh konsumen. Jenis produksi ini merupakan jenis produksi yang pertama kali muncul di Indonesia. Hasil dari produksi berjangka pendek mudah ditemukan dan sifatnya sangat mendasar. Sebut saja jajanan pasar, nasi pecel, dan sate adalah contoh-contoh dari produksi berjangka pendek.

2. Produksi berjangka panjang

Dari judulnya sudah dapat kita tebak bahwa produksi jangka panjang membutuhkan waktu yang panjang agar produk dapat dinikmati atau dimanfaatkan oleh konsumen. Proses produksinya pun tidak sesederhana produksi jangka pendek. Budidaya ikan lele, pembangunan rumah, budidaya lobster merupakan beberapa contoh dari produksi berjangka panjang.

3. Produksi terus-menerus atau berkelanjutan

Dalam prosesnya menghasilkan produk, proses dan waktu yang dibutuhkan

memerlukan kelanjutan yang kontinu. Dalam proses, produksi jenis ini menggabungkan bahan lain atau alat lainnya agar hasil produksi dapat terselesaikan. Pembuatan gula, karet, mie kering, merupakan beberapa contoh dari produksi jenis ini.

4. Produksi berselingan

Produksi ini menggunakan beberapa bahan baku yang kemudian digabungkan agar menghasilkan barang baru. Contoh: sepeda motor, pesawat terbang, mesin, dan lain-lain.

2..2.5 Faktor-faktor Yang Memengaruhi Produksi

Produksi dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci yang mempengaruhi kualitas dan kuantitasnya. Faktor-faktor ini penting untuk dijadikan pertimbangan dalam mengambil kebijakan perusahaan. Faktor-faktor tersebut bisa kita pelajari di bawah ini.

1. Sumber daya alam (SDA)

Sumber daya alam merupakan segala sesuatu yang terdapat di alam dan manusia dapat memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sumber daya alam menjadi faktor penting dalam produksi karena ketersediaannya mempengaruhi jalannya produksi. Sumber daya alam yang tidak mendukung kebutuhan perusahaan akan membuat biaya produksi naik dan hal tersebut mengakibatkan harga jual tinggi dan tidak kompetitif.

Misalkan pabrik pengolahan tambang biasanya tidak jauh letaknya dari

pusat penambangan. Pengolahan kayu biasanya tidak jauh dari hutan. Contoh sumber daya alam seperti air, udara, hewan, tumbuhan, tambang, minyak bumi, dan gas bumi.

2. Sumber daya manusia (SDM)

SDM memegang peranan penting dalam sebuah unit usaha. Produksi tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh SDM yang memiliki skill. Meskipun SDA melimpah tetapi SDM yang ada tidak mempunyai kemampuan untuk mengolahnya, maka SDA tersebut tidak akan termanfaatkan dengan optimal.

Oleh karena itu, sebelum melakukan produksi, memastikan kemampuan SDM perusahaan merupakan hal yang penting. SDM yang ditempatkan pada bidang keahliannya akan membantu kinerja perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan kualitasnya, SDM dapat terbagi menjadi beberapa kelompok, yakni:

a. Tenaga kerja terdidik

Tenaga kerja yang memiliki pendidikan formal dan resmi dalam melakukan pekerjaannya. Contoh: dokter, perawat, apoteker, arsitek, dan dosen.

b. Tenaga kerja terampil

Tenaga kerja yang memiliki keterampilan tertentu dalam melakukan pekerjaannya. Keterampilan yang dimiliki ini didapatkan dari seringnya berlatih dan mengasah kemampuan. Tenaga kerja terampil tidak harus melalui pendidikan formal dalam menjalankan pekerjaannya. Contoh: penjahit, *chef*, dan supir.

c. Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih

Tenaga kerja yang selama melaksanakan pekerjaannya tidak harus melalui

pendidikan formal dan harus memiliki keterampilan tertentu. Contoh: asisten rumah tangga dan petugas kebersihan.

3. Sumber Daya Modal

Untuk menjalankan unit bisnis, modal adalah hal yang mutlak harus dimiliki oleh produsen. Modal tidak harus selalu berupa uang, namun juga bisa berupa gedung, surat berharga hak paten, ketrampilan, kendaraan, mesin, dan bangunan.

4. Keahlian

Agar produksi berjalan lancar seseorang diharuskan memiliki keahlian. Setidaknya perusahaan yang akan melakukan proses produksi perlu memiliki keahlian dalam perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pergerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

BAB III

METODE DAN PENYELESAIAN LAPORAN AKHIR

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Dimana penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian dengan cara menggambarkan objek penelitian berdasarkan keadaan saat ini sesuai dengan fakta-fakta yang ada di lapangan kemudian dilakukan analisa dan di interpretasikan (Siregar, 2016, 107). Tujuan menggunakan penelitian deskriptif adalah supaya hasil penelitian yang diperoleh merupakan data yang berdasarkan kejadian sesuai yang peneliti temukan di lapangan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran atau tujuan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dan melihat keadaan yang sebenarnya dari obyek yang akan diteliti dalam rangka memperoleh data. Sehingga, data yang diperoleh lebih lengkap dan akurat. Pada penelitian yang menjadi objek penelitian adalah Batik Gabovira Lampung yang berlokasi di Jl. Teuku Cik Ditiro No.A1, Beringin Raya, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung, Lampung 35158 di peroleh data yang dibutuhkan, pengumpulan data kemudian akan disusun, dijelaskan dan dianalisis terhadap permasalahan yang ada Batik Gabovira.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Pada pembahasan laporan akhir ini, menggunakan data yang seluruhnya bersumber dari objek penelitian yaitu Batik Gabovira Lampung dan untuk data yang digunakan adalah:

a. Data Primer

Merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian.

b. Data Sekunder

Merupakan sumber data yang berasal dari data yang diperoleh secara tidak langsung dan melalui media perantara seperti dokumen, laporan, dokumen perusahaan dan studi pustaka.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan oleh penulis untuk memperoleh data-data yang tepat dan obyektif dalam penyusunan laporan akhir ini adalah:

a. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan cara studi pustaka adalah dengan cara mengambil teori yang relevan dan sudah diteliti dan dikaji sebelumnya. Penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari, mengutip dan mengikhtisarkan tentang tema dari variabel penelitian.

b. Penelitian Laporan

Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi

Menurut Teguh (2015: 134) bahwa observasi digunakan untuk

mempertahankan kebenaran ilmiah. Observasi biasanya berkaitan dengan situasi sosial tertentu. Observasi juga merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data dengan cara pengamatan langsung di lapangan.

2. Wawancara

Menurut Teguh (2005: 137) wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung dengan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan obyek penelitian. Teknik wawancara memiliki dua pendekatan yang bisa digunakan yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan dengan mempersiapkan daftar pertanyaan untuk diberikan kepada responden, begitu juga sebaliknya, wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang tidak menggunakan daftar pertanyaan pada saat proses wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bukti-bukti serta catatan yang ada di dalam perusahaan. Metode pengumpulan data ini digunakan sebagai metode pendukung dalam penelitian.

3.5 Gambaran Umum Perusahaan

3.5.1 Profil Perusahaan

Batik Gabovira yang sudah berdiri sejak 25 Februari 2000 setelah BPK. Gatot Kartiko (Pendiri sekaligus sebagai pemilik) terakhir berkerja di salah satu

perusahaan swasta di bidang tambak udang. Semenjak itu batik Gabovira mulai melakukan usaha batik di kota Bandar Lampung Provinsi Lampung. Mulai tahun 2003 batik Gabovira mulai mengembangkan Motif dan Desain batik khas Lampung, dengan harapan nantinya Lampung akan memiliki banyak desain dan corak yang mengangkat seni dan budaya Lampung.



Gambar 3.5.1 Toko Batik Gabovira

Batik Gabovira telah memiliki merek dagang resmi dari Direktorat HKI Kementerian Hukum & Ham Republik Indonesia dan sampai saat ini kami terus mengembangkan Desain & Motif batik Khas Lampung, karena salah satu misi kami adalah “Mempromosikan seni & Budaya Lampung melalui media Batik” Nama batik Gabovira itu sendiri sebenarnya kami ambil dari nama-nama keluarga, yaitu **GA**tot, de**BO**ra, jel**VI**, **RA**ga.

Batik Gabovira mengembangkan semua jenis batik mulai dari batik tulis, batik cap, serta batik printing karena semua itu sesuai kebutuhan para konsumen dan pelanggan batik Gabovira. Mulai Oktober 2019 kami akan mengembangkan dan mengangkat Kain / Batik Sembagi karena kain Sembagi salah satu jenis kain

yang sekarang sudah sulit untuk ditemukan. Dalam perkembangannya Batik Gabovira juga membuat produk-produk batik dengan inovasi baru, yaitu membuat Batik Wax Print, Batik Cap Kombinasi Tulis, Batik Eco Art dan juga mengembangkan teknik pewarnaan, seperti Warna Pelangi dan Warna Gradasi.

Batik Gabovira selain memproduksi batik-batik tulis yang dikerjakan oleh masyarakat di sekitar Griya Batik Gabovira (Batik Tulis Kasaran), juga memproduksi batik tulis exclusive (Batik Tulis Halusan atau Rentasan) yang tentunya dikerjakan oleh SDM yang ahli dibidangnya dengan sentuhan seni dan ornamen budaya Lampung. Desain Batik Gabovira bukan hasil jiplakan, tetapi benar-benar karya asli Batik Gabovira yang sudah di pelajari sejarahnya, sehingga dalam membuat Motif Batik kami tidak asal-asalan, sehingga Provinsi Lampung mempunyai ciri khas tersendiri dengan karya-karya batiknya.

Batik Gabovira juga telah membantu atau memberikan edukasi tentang pembuatan Motif Batik Khas Lampung ke beberapa perajin batik di Bandar Lampung pada khususnya dan Provinsi Lampung pada umumnya, agar nantinya mereka juga bisa mengembangkan seni dan budaya Lampung agar bisa menjadi desain / motif batik di Lampung. Dalam menjalankan usaha, Batik Gabovira juga peduli dengan lingkungan di mana Batik Gabovira yang berada (Kec. Kemiling Bandar Lampung) yaitu bermitra dengan beberapa ibu rumah tangga untuk memproduksi batik tulis khas Lampung termasuk Kain/Batik Sembagi dan juga mempekerjakan orang dengan kebutuhan khusus (Tuna Rungu Wicara) sebagai tenaga produksi khususnya desain batik tulis.

Batik Gabovira tidak saja memproduksi dan memasarkan Batik Khas

Lampung, tempat Batik Gabovira juga menjadi tempat rujukan untuk Pelatihan Batik bagi Siswa-siswi Sekolah (SD,SLTP,SLTA) serta tempat PKL bagi Siswa-siswi SMK di Bandar Lampung, Pemagangan bagi Mahasiswa-mahasiswa dari Bandar Lampung dan Jakarta. Semua ini Batik Gabovira lakukan sebagai bentuk tanggung jawab sosial agar para pemuda generasi penerus bangsa mengerti dan memahami tentang perkembangan batik, sekaligus turut melestarikan seni batik agar tidak punah di bumi Lampung maupun Indonesia. Apalagi batik telah mendapatkan pengakuan Dunia lewat UNESCO.

Batik Gabovira akan konsisten mengembangkan Desain dan Motif batik khas Lampung karna sesuai dengan Motto kami : "TERUS BERKARYA TANPA BANYAK BICARA" Dengan semangat Kerja Keras, Kerja Cerdas dan Kerja Ikhlas Batik Gabovira juga akan terus berkarya untuk mempromosikan Seni dan Budaya Lampung melalui media batik agar Lampung terus Berjaya dan Batik Gabovira terus berkarya.

3.5.2 Visi dan Misi

Visi dari Batik Gabovira adalah menjadikan batik sebagai pusat desain dan produksi Khas Lampung.

Misi dari Batik Gabovira yaitu:

1. Turut Serta Mempromosikan Seni Budaya Lampung Melalui Media Kain Batik Khas Lampung.
2. Menjadikan Batik Khas Lampung agar semakin terkenal baik di tingkat daerah, nasional maupun internasional.

Motto dari Batik Gabovira adalah "TERUS BERKARYA TANPA BANYAK

BICARA”

3.5.3 Produk Batik Gabovira

Batik tulis merupakan seni dan teknik membatik yang sudah ada sejak abad ke-7 seiring dengan munculnya batik sembagi di Nusantara (Indonesia). Batik Gabovira memproduksi batik tulis khas Lampung, dengan motif sentuhan pesona ragam hias daerah Lampung yang dikerjakan oleh para perajin di wilayah kami (Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung). Walaupun mereka masih tahap pembelajaran dan dasar tetapi hasil karya mereka sudah memiliki nilai jual.



Gambar 3.5.3 Gamis Batik Gabovira Lampung

Sumber: Web Gabovira

Batik Gabovira juga membuat Batik Tulis Exclusive (Halusan/Rentesan) yang dikerjakan oleh para perajin kami yang sudah lebih dari 10 tahun berkecimpung di dunia perbatikan khususnya batik tulis, selain itu kami juga mengerjakan pembuatan Batik Cap yang kami kombinasikan dengan Batik Tulis, yang tentunya dengan sentuhan ragam hias budaya Lampung. Berikut adalah contoh produk dari Batik Gabovira.

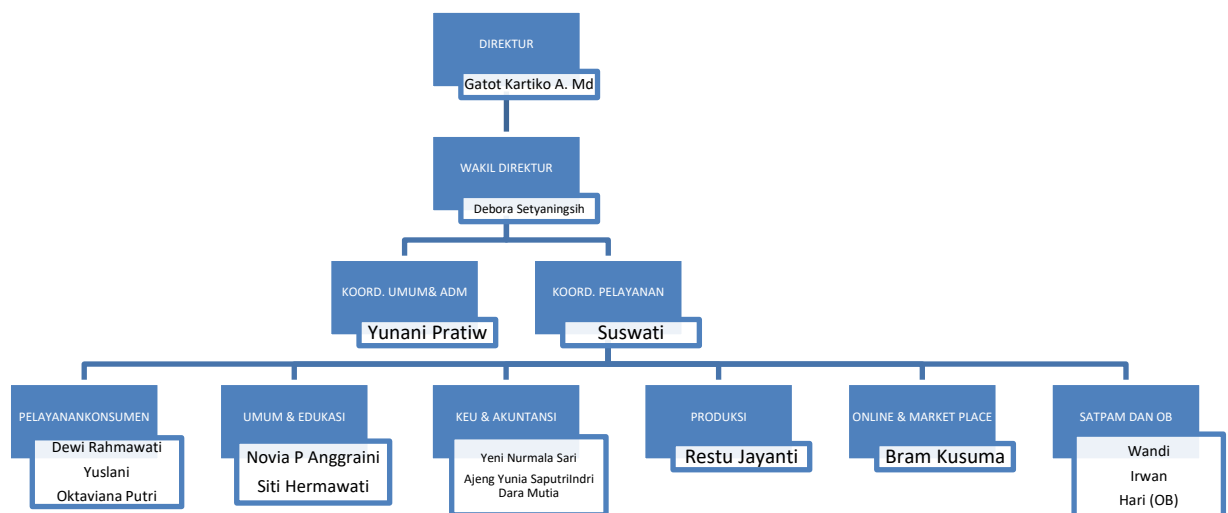
3.5.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan susunan pembagian kerja, wewenang dan

sistem komunikasi dalam mewujudkan tujuan kantor atau organisasi. Dengan demikian kegiatan yang beragam dalam suatu perusahaan di susun dengan teratur sehingga tujuan yang ditetapkan dapat dicapai dengan baik. Struktur organisasi dari perusahaan dalam penerapannya pasti berbeda-beda dengan perusahaan lain. Sehingga penetapan organisasi harus melihat kepada kebutuhan dan jenis perusahaan yang menggunakannya.

Berikut adalah struktur organisasi Batik Gabovira Lampung.

**STRUKTUR ORGANISASI
CV. GABIVORA SINAR CEMERLANG
(BATIK GABIVORA)
2021**



Gambar 3.5.4 Struktur Organisasi Batik Gabovira
Sumber: Dokumentasi Batik Gabovira Lampung

Berdasarkan Gambar 3.5.3 Batik Gabovira Lampung menggunakan struktur organisasi berbentuk organisasi fungsional. Dimana organisasi fungsional adalah organisasi dimana kekuasaan pimpinan dilimpahkan kepada pejabat yang memimpin satuan di bawahnya dalam suatu bidang pekerjaan tertentu.

Berikut adalah wewenang serta tanggung jawab serta bagian yang ada di batik

Gabovira Lampung:

1. Direktur memiliki tugas dan wewenang untuk membuat kebijakan strategis untuk Batik Gabovira Lampung, memilih dan menetapkan dan mengawasi tugas dari karyawan dan kepala divisi dan menyetujui anggaran tahunan dari perusahaan.

Wakil Direktur memiliki tugas dan wewenang untuk mengkoordinasikan kordinator setiap divisi dalam menjalankan fungsinya dan memberikan masukan yang bersifat konstruktif kepada direktur dan karyawan.

2. Kordinator pelayanan yang memiliki tugas untuk menerima orderan dari konsumen serta bertanggung jawab atas rekanan batik tulis Kemiling dan Jawa. Selain itu bertanggung jawab atas bahan baku, orderan supplier serta urusan sosial media dari Batik Gabovira Lampung berupa IG dan WhatsApp.

3. Kordinator Umum dan Administrasi yang memiliki tugas untuk membuat laporan PPn serta faktur pajak, serta mengarsipkan setiap pembelian barang dari Jeling Art & Art Konsespsinya, merekam action plan dari konsumen, memback up pekerjaan batik tulis Kemiling, ikut bertanggung jawab atas BNI Agen 46 serta membuat rekapan barang masuk (nota pembelian) dan pembayaran hutang.

4. Keuangan dan Akutansi memiliki tugas dan wewenang untuk bertanggung jawab atas poin of sale serta persediaan, kemudian membuat laporan barang pending dan merekap nya, membuat laporan penjualan Jelin Art dan Art Konsinyasi, serta membuat laporan persediaan barang,

mengarsipkan dan memindahkan bukti pembayaran baik itu PDAM, listrik, Telkom dan Internet, dan bertanggung jawab atas BNI 46 dan membuat rekap laporannya serta bertanggung jawab atas Batik Gabovira Salsabila Branti.

5. Produksi memiliki tugas dan wewenang untuk membuat laporan BPJSKT, membuat laporan pembelian barang, merekap laporan persediaan dan penjualan batik tulis Kemiling (administrasi), serta bertanggung jawab atas IG dan WA kemudian merekap barang masuk dengan membuat Nota Pembelian dan Pembayaran Hutang.
6. Umum dan Edukasi merupakan bagian yang memiliki tugas dan wewenang atas peserta magang atau siswa PKL yang berhubungan dengan pihak luar, membuat rekap laporan pengeluaran kas dan bank secara menyeluruh, mengecek e-mail setiap hari, bertanggung jawab atas reseller, market place yaitu Tokopedia, Shopee dan Buka lapak serta membuat surat arsip masuk dan keluar.
7. Online (Market Place) merupakan tim khusus yang memiliki wewenang dan tanggung jawab atas pengelolaan Web site dan Facebook batik Gabovira Lampung, membuat laporan laba rugi bulanan serta cash flow, membuat laporan keuangan dan score board-mingguan, membackup laporan PPN dan faktur pajak, membuat analisa keuangan dan score board Al-Furqon. Pelayanan Konsumen bertugas memberikan pelayanan kepada para konsumen batik Gabovira Lampung.

8. Pelayanan Konsumen bertugas memberikan pelayanan kepada para konsumen batik Gabovira Lampung.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisa Penjualan Batik Gabovira Lampung pada Masa Pandemi Covid-19

Karena keberadaan dari UMKM memberikan dampak yang besar bagi pertumbuhan ekonomi karena dengan adanya UKMK angka pengangguran di Indonesia menurun serta meningkatkan ekonomi rumah tangga. UMKM yang berkembang di masa pandemi dengan memanfaatkan konsep produksi dengan kombinasi teknologi digital diharapkan Batik Gabovira Lampung dapat berkembang serta mejadi salah satu pusat kekuatan ekonomi. Selain itu, dalam menghadapi persaingan dunia bisnis terutama dalam hal produk batik dan ditambah dengan pandemi Covid-19 agar batik tetap memiliki nilai ekonomi serta menghadapi masa new normal di perlukan strategi produksi dan promosi yang tepat.



Gambar 4.1 Grafik Penjualan Batik Gabovira Lampung Tahun 2020

Dari Gambar 4.1 grafik penjualan Batik Gabovira Lampung mulai dari bulan Januari sampai dengan Mei semakin lama semakin menurun, ini merupakan salah satu dampak dari adanya pandemi Covid-19. Namun, Batik Gabovira selama pandemi masih dapat melewati dengan baik bulan Maret dan April dan setelah itu kondisi berangsur membaik dimulai dari menjelang hari raya idul fitri 1441 H.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa strategi keuangan yang digunakan untuk tetap bertahan di masa pandemi dengan melakukan meningkatkan omset dari Batik Gabovira. Hasil penelitian yang didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hemalia dan Afrinawati bahwa dalam penelitian terdahulu efektif mampu meningkatkan laba penjualan UMKM (Hemalia dan Afrinawati, 2018).

Dimana strategi promosi dapat dilakukan dengan memperhatikan 4 komponen utama yaitu:

a. Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan. Hadirnya platform digital dalam dunia bisnis mempermudah para pelaku usaha untuk melakukan identifikasi terhadap produk dan jasa yang akan dijual.

Para pelaku usaha akan dengan mudah melihat kelebihan dan kekurangan produk serupa serta melakukan berbagai inovasi terhadap produk yang mereka kembangkan. Pada Batik Gabovira Lampung memiliki banyak sekali produk batik Khas Lampung dengan kualitas terbaik dan juga desain

modern yang selalu dikembangkan dengan mengikuti zaman untuk menarik tingkat konsumen.

b. Price

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Pelaku usaha dipermudah untuk mendapatkan barang yang akan mereka jual kembali. Para pelaku usaha juga memiliki akses kepada barang atau jasa yang sekiranya sesuai dengan modal yang mereka miliki. Selain itu mereka juga mampu untuk melihat harga pasar secara lebih mudah. Batik Gabovira Lampung selalu memberikan harga sesuai dengan kualitas dan tingkat kesulitan motifnya , Harga batik Gabovira Lampung agar terjangkau yaitu kisaran Harga Rp. 100.000 untuk motif batik khas Lampung dan Rp. 1000.000 untuk batik Khas Lampung Motif Cap.

c. Promosi

Kegiatan promosi yang dapat dilakukan oleh Batik Gabovira Lampung bisa dilakukan dengan cara memasang iklan di jalan protokol dengan baliho besar, memberikan hadiah langsung di setiap pembelian, pemberian diskon, ada tambahan diskon apabila konsumen adalah member dari Batik Gabovira Lampung. Secara tidak langsung hal ini akan

membuat pembeli merasa senang atas pemberian diskon sehingga dapat dikatakan bahwa pemberian diskon cukup efektif dalam kegiatan promosi yang dijalankan.

d. Place

Tempat merupakan salah satu hal yang penting karena tempat yang mudah dijangkau dan berada di pusat keramaian akan membuat banyak orang yang datang, dalam hal ini Batik Gabovira Lampung memiliki lokasi yang strategi dan luas yaitu di Batik Gabovira Lampung memiliki lokasi yang cukup strategis yaitu di Jalan Cik Ditiro A1 No. 1-2, Beringin Raya, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung. Untuk lebih jelasnya terkait dengan metode 4P dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut: Metode 4P ini dapat dijabarkan melalui tabel berikut:

Tabel Penjabaran Metode 4P

Product	Price	Place	Promotion
<i>Variety</i>	<i>List price</i>	<i>Channel</i>	<i>Sale promotion</i>
<i>Quality</i>	<i>Allowance</i>	<i>Location</i>	<i>Advertisement</i>
<i>Design</i>	<i>Payment period</i>	<i>Inventory</i>	<i>Personal selling</i>
<i>Features</i>	<i>Credit terms</i>	<i>Service level</i>	<i>Public relation</i>
<i>Brand Names</i>			<i>Message/caption</i>
<i>Packaging</i>			<i>Media</i>
<i>Size</i>			<i>Budget</i>
<i>Service</i>			

(sumber: Batik Gabovira Lampung)

Dampak dari kegiatan promosi yang dijalankan oleh Batik Gabovira Lampung membuat Batik Gabovira semakin terkenal di masyarakat serta masyarakat juga akan menyadari bahwa Batik Gabovira memiliki kualitas yang bagus. Selain itu dengan adanya diferensiasi produk dengan mengedepankan inovasi dan kreativitas dan tentunya memberikan pelayanan yang ramah akan memberikan dampak yang baik bagi konsumen dan Batik Gabovira. Kesan yang diperoleh oleh seorang konsumen yang positif nantinya mereka akan kembali untuk membeli produk dari Batik Gabovira selain produk berkualitas didukung oleh pelayanan yang baik pula. Terkait dengan angka penjualan yang sedikit demi sedikit meningkat dan mulai kembali ke angka sebelum pandemi hal ini merupakan dampak dari strategi bersaing serta strategi promosi yang sudah ditetapkan oleh Batik Gabovira.

4.2 Implementasi Keuangan Batik Gabovira Pada Masa Sebelum dan Sesudah Masa Pandemi

Batik Gabovira Lampung Sendiri produksi baik dalam negeri maupun luar negeri. Direktur Batik Gabovira Lampung juga menjelaskan bahwa Strategi yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, and Threatnees*) yang dapat dilakukan dengan:

1. Kekuatan (*Strenght*)

Didukung oleh sistem akuntansi dan keuangan yang sangat memadai mulai dari pengolahan data keuangan primer, sekunder hingga proses laporan keuangan yang up to date, fleksibilitas sistem perangkat yang mampu merespon secara tepat apabila terjadi perubahan kebijakan manajemen. Sitem tarif yang pantas

dan terjangkau, menguntungkan semua pihak antara lain golongan tua dan golongan muda.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Inkonsistensi dalam implementasi sistem keuangan karena kurangnya pemahaman dan kepedulian terhadap laporan keuangan. Kurangnya kemampuan dalam mengelola sistem keuangan sehingga seringkali terjadi kesalahan pencatatan laporan keuangan. Masih banyaknya data keuangan yang potensi meningkatkan pendapatan, namun belum dilengkapi dengan status sehingga tidak dapat diproses lebih lanjut

3. Peluang (*Opportunity*)

Permintaan pasar selalu ada dan dukungan tren produk yang terus berkembang, Masih sedikit toko daring dengan produk serupa yang menyediakan forum pribadi antar pelanggan, Media sosial membantu pemasaran dengan cepat. Dengan adanya aplikasi keuangan dapat membantu dengan mudah segala pemasukan dan pengeluaran untuk kemajuan suatu perusahaan dengan pengalokasian yang baik untuk pembagian presentase operasional.

4. Ancaman (*Threatness*)

Semakin ketatnya persaingan akibat tumbuhnya bisnis Batik di Provinsi Lampung yang mengakibatkan tumbuhnya persaingan kemitraan yang membuat operasional keuangan yang lebih memerlukan perhatian khusus untuk pengembangan bisnis.

Impelemntasi Kegiatan Yang Dilakukan Batik Gabovira Masa Sebelum dan Sesudah Masa Pandemi :

No	kegiatan	Sebelum	Sesudah
1.	Alokasi Dana Untuk Operasional	Tidak ada Khusus	Alokasi dana sudah ditentukan dengan presentase yang tepat
2.	Promosi	Media cetak	Media elektronik
3.	Investasi Software	Beulm	Sudah ada
4.	Kas	Manual	Aplikasi keuangan
5.	Pengembangan Bisnis	Tidak ada	Melakukan hubungan kemitraan maupun vendor

Dari adanya perubahan sistem operasional kegiatan diatas memiliki dampak yang signifikan dalam pengembangan produksi Batik Gabovira, antara lain :

1. Dari adanya alokasi dana operasional yang tepat dapat menentukan berapa persen uang yang dialokasikan untuk operasional bisnis berapa persen target laba yang ingin dicapai, berapa persen uang untuk cadangan kas bisnis, serta berapa persen uang untuk pengembangan bisnis. Dengan menentukan persentase, dapat lebih mudah mengelola keuangan sesuai dengan porsi yang telah ditentukan di awal memulai bisnis.

2. Promosi yang dilakukan sudah sesuai kondisi yang serba digital dan semua golongan dapat melihatnya dan maket pasar pun semakin luas tidak hanya regional yang bisa menjangkaunya, market place nya pun semakin besar jangkannya hingga nasional.
3. Investasi software mengembangkan bisnis dan penjualan *software* dapat membantu Anda menghemat waktu dengan fungsi untuk melacak informasi penting terkait pendapatan, pengeluaran, pembuatan invoice, dan detail catatan profil bisnis baik dengan customer maupun vendor, agar tidak ada penggelapan dan penyalahgunaan hasil atau profit.
4. Seluruh proses pembukuan dapat dilakukan secara otomatis, proses pembukuan jauh lebih cepat sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga, laporan keuangan dapat disajikan secara otomatis dan realtime. Manajemen utang dan piutang menjadi lebih baik dengan fitur pengingat, Meminimalisir terjadinya kesalahan dalam perhitungan.
5. - Masing-masing keterampilan yang dimiliki bisa saling melengkapi keterbatasan untuk mengerjakan kegiatan yang ada di dalam bisnis
 - Mudah mencari mitra pasif yang dianggap sebagai bentuk kelebihan *business partnership*. Mitra pasif bisa mengakomodasi beberapa pihak yang bersedia menginvestasikan uangnya tanpa perlu terlibat langsung dalam bisnis dan mengambil risiko sebatas modal yang diinvestasikan tersebut.
 - Dapat lebih mudah membagi laba atau keuntungan berdasarkan kesepakatan yang sudah ditentukan pada awal kerja sama. Pada pembagian laba, perbandingannya bisa berbeda dengan perbandingan modal, sebab tanggung jawab dan beban kerja ketika menjalankan bisnis juga bisa berbeda.

Direktur Batik Gabovira Lampung menjelaskan bahwa Batik Gabovira Lampung dalam bersaing dengan para produsen atau perusahaan yang memiliki target pasar yang sama. Untuk memajukan Batik Gabovira Lampung dilakukan dengan cara melakukan peningkatan dari sisi SDM serta jaringannya. pembinaan dan pengembangan masyarakat terutama generasi muda. Sebagai penopang utama dalam roda pembangunan, pemberdayaan generasi muda diharapkan dapat menciptakan generasi yang kreatif, inovatif dan berdaya saing tinggi.

Karakteristik generasi muda seperti inilah yang diharapkan mampu berkontribusi dan memenangkan persaingan global. Sehingga mampu mengoptimalkan secara profesional menjadi consultant guna memperbanyak jaringan untuk menjadi reseller kepada masyarakat sekitar yang berminat untuk mempromosikan dari produk yang dimiliki oleh Batik Gabovira.

1. Produksi

Produksi yang dilakukan oleh Batik Gabovira Lampung merupakan produk diferensiasi sehingga produk yang dimiliki berbeda dengan produk yang di pasarkan oleh produsen lain. Selain itu juga, Batik Gabovira Lampung selalu mengutamakan kualitas dan selalu meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk. Kreativitas dan inovasi sangat diperlukan terutama dalam proses produksi di masa pandemi seperti saat ini.

2. Keuangan

Pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan cara mempercepat penagihan serta pemasukan dari semua penjualan yang sudah dilakukan.

3. Promosi

Promosi yang dilakukan batik gabovira menarik sekali yaitu dengan

diadakannya festival yang dibuat oleh anak-anak tunawisma yang bekerja sama dengan dinas pariwisata untuk keberlanjutan seterusnya.

4. Akomodasi

Akomodasi yang dilakukan selama ini adalah mengirim barang dari pulau Jawa tepatnya dari pekalongan ke lokasi perusahaan batik gabovira.

5. Produksi

Produksi yang dilakukan oleh Batik Gabovira Lampung merupakan produk diferensiasi sehingga produk yang dimiliki berbeda dengan produk yang dipasarkan oleh produsen lain. Selain itu juga, Batik Gabovira Lampung selalu mengutamakan kualitas dan selalu meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk. Kreativitas dan inovasi sangat diperlukan terutama dalam proses produksi di masa pandemi seperti saat ini.

6. Keuangan

Pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan cara mempercepat penagihan serta pemasukan dari semua penjualan yang sudah dilakukan.

7. Promosi

Promosi yang dilakukan batik gabovira menarik sekali yaitu dengan diadakannya festival yang dibuat oleh anak-anak tunawisma yang bekerja sama dengan dinas pariwisata untuk keberlanjutan seterusnya.

8. Akomodasi

Akomodasi yang dilakukan selama ini adalah mengirim barang dari pulau Jawa tepatnya dari pekalongan ke lokasi perusahaan batik gabovira, yang diketahui memerlukan jasa pengiriman yang besar oleh karena itu pihak batik gabovira mulai membina anak-anak tunawisma yang bersekolah di dekat batik

gabovira serta masyarakat sekitar untuk diajari pelatihan khusus batik tulis agar tidak perlu lagi memikirkan biaya jasa pengiriman.

Langkah tersebut merupakan langkah yang digunakan oleh Direktur Batik Gabovira Lampung dalam memajukan Batik Gabovira Lampung. Produk tidak lagi bergantung dengan pengiriman dari luar pulau sehingga dapat ditekan biaya produksi dengan manajemen keuangan yang baik dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan lebih mudah menjangkau para konsumen sehingga bisa dikatakan efektif.

Diferensiasi produk adalah salah satu alat pembaharuan dari produk. Dalam hal ini Batik Gabovira Lampung selalu melakukan diferensiasi produk yang dengan tujuan untuk menarik para konsumen serta produk yang dihasilkan selalu memiliki ciri khas. Selain itu, yang tidak kalah penting adalah produk yang dihasilkan harus mengikuti perkembangan zaman dan dalam hal ini Batik Gabovira Lampung menciptakan produk yang stylish serta memiliki nilai.

4.3 Strategi Keuangan Batik Gabovira Setelah Pasca Pandemi

Selain itu, Direktur Batik Gabovira Lampung juga memberikan penjelasan bahwa untuk menghadapi era new normal dimana orang-orang akan datang kembali berbelanja langsung ke toko maka Batik Gabovira Lampung berupaya untuk meningkatkan penjualan dengan tetap berkelanjutan dengan sumber daya keuangan serta profitabilitasnya, adapun strategi keuangan dari Batik Gabovira Lampung ini adalah :

1. Menentukan Presentase yang tepat

Menentukan berapa persen uang yang dialokasikan untuk operasional bisnis

berapa persen target laba yang ingin dicapai, berapa persen uang untuk cadangan kas bisnis, serta berapa persen uang untuk pengembangan bisnis. Dengan menentukan persentase, dapat lebih mudah mengelola keuangan sesuai dengan porsi yang telah ditentukan di awal memulai bisnis.

2. Bernegosiasi dalam menjalin hubungan kemitraan maupun vendor untuk mendapatkan incoming dengan feedback yang baik.

Ketika melakukan pembelian dari vendor atau kontrak dengan mitra, perlu melakukan negosiasi untuk mendapatkan penawaran terbaik sehingga lebih menghemat dan menjaga kestabilan keuangan agar bisnis dapat berkembang

3. Membayar tagihan-tagihan yang dibebankan tepat waktu
membayar semua tagihan bisnis tepat waktu untuk memastikan tidak ada tagihan bisnis yang telah jatuh tempo untuk menghindari keterlambatan pembayaran biaya dapat menjaga keuangan bisnis dengan baik.
4. Berinvestasi pada Software yang mengembangkan bisnis dan penjualan
software dapat membantu Anda menghemat waktu dengan fungsi untuk melacak informasi penting terkait pendapatan, pengeluaran, pembuatan invoice, dan detail catatan profil bisnis baik dengan customer maupun vendor, agar tidak ada penggelapan dan penyalahgunaan hasil atau profit.

5. Mengelola arus kas dengan baik

Mengelola keuangan dengan semua catatan disesuaikan komponen-komponen seperti pada nota pembelian ataupun bukti pengeluaran-pengeluaran dengan mendokumentasikan pemasukan rincian dana, yang dapat digunakan untuk membuat neraca keuangan.

6. Mengurangi atau memotong gaji karyawan

Mengurangi gaji karyawan bertujuan agar bisnis tetap berkembang di masa- masa sulit, dimana profit lebih diutamakan untuk mengembangkan perusahaan dan dapat terus maju walaupun adanya pandemi covid-19

Berdasarkan strategi keuangan yang dilakukan Batik Gabivora Lampung dalam meningkatkan penjualan serta menjaga kestabilan keuangan perusahaan, ada beberapa tips yang dibentuk Batik Gabovira lampung untuk meningkatkan jumlah penjualannya dalam masa pandemi Covid-19 seperti:

1. Mamanfaatkan media sosial sebagai media utama pemasaran di tengah kondisi ini dimana masyarakat diimbau bertatap muka dan keluar rumah, media social dapat menjadi salah satu cara dalam mempromosikan produk atau usaha. hingga minta bantuan teman untuk promosikan usaha.
2. Memastikan cashflow terjaga dengan sehat arus kas menjadi unsur paling mulai dengan aktif menceritakan produk atau usaha, memberikan promo,Banyak UMKM di Indonesia yang saling bantu usaha satu sama lain saat ini, penting dalam bisnis, sehingga para pemilik usaha harus mampu mengelola usaha untuk melakukan transaksi tanpa perlu bertemu pelanggan secara fisik.

uang tunai secara optimal dan baik. Dengan situasi seperti ini, pemilik usaha ada yang menjadi terhambat dalam melakukan penagihan dan pembayaran kepada mitra usaha karena biasa dilakukan manual tatap muka. Software akuntansi online seperti Jurnal, bisa membantu usaha membuat dokumen penagihan dan pembayaran dengan mudah. Faktur (invoice) dapat dikirim atau diterima otomatis melalui e-mail sebagai

pemberitahuan resmi kepada mitra Fitur Jurnal Pay juga memudahkan pemilik usaha menerima pembayaran dari transfer) dan Kartu Kredit dengan biaya minimal dan sekali pengaturan. Tidak hanya itu, pencatatan pembukuan terhadap pembayaran yang telah diterima akan dilakukan otomatis oleh sistem secara instan.

3. Merencanakan ulang pendapatan dan pangkas anggaran biaya melihat kembali rencana anggaran biaya menjadi hal yang krusial di masa ini. Pemilik usaha harus dapat memilah pos anggaran mana yang menjadi prioritas dan melakukan penyesuaian budget dengan kondisi saat ini untuk mengupayakan usahatetap berjalan dengan risiko yang dapat diantisipasi. Fitur budgeting yang ada di Jurnal akan membantu pemilik usaha membuat pos anggaran pemasukan dan pengeluaran sebagai acuan saat mendata realisasi penjualan dan pengeluaran operasional, sehingga margin keuntungan dapat terkontrol. Sementara melalui fitur laporan laba rugi, pemilik usaha dapat menganalisa laporan pendapatan dan biaya, sehingga ke depannya akan memudahkan dalam mengambil keputusan atas pos - pos yang biayanya besar dan perlu dikontrol. Selalu memonitor transaksi bisnis lakukan transaksi perbankan secara online di rumah pada masa ini. Melalui fitur Cash Link pada Jurnal, pemilik usaha dapat melakukan rekonsiliasi bank secara otomatis tanpa perlu repot mengunjungi kantor fisik. Jurnal akan menampilkan ringkasan rekonsiliasi bank pada semua akun kas dan bank, serta perubahan saldo kas dan bank yang belum dicatat. Kemudian, ada fitur Smart Bank Reconciliation yang secara otomatis memberikan rekomendasi untuk pencocokan transaksi

berdasarkan angka, tanggal, ataupun deskripsi transaksi yang sama untuk mempercepat proses paling diminati dan kurang diminati, produk mana yang akan segera habis masa

rekonsiliasi. rumah pada masa ini. Melalui fitur Cash Link pada Jurnal, pemilik usaha dapat melakukan rekonsiliasi bank secara otomatis tanpa perlu repot mengunjungi kantor fisik. Jurnal akan menampilkan ringkasan rekonsiliasi bank pada semua akun kas dan bank, serta perubahan saldo kas dan bank yang belum dicatat.

Kemudian, ada fitur Smart Bank Reconciliation yang secara otomatis memberikan rekomendasi untuk pencocokan transaksi berdasarkan angka, tanggal, ataupun deskripsi transaksi yang sama untuk mempercepat proses paling diminati dan kurang diminati, produk mana yang akan segera habis masa menghitung persediaan barang, tetapi juga mengetahui harga jual beli rata-rata, apalagi di masa krisis seperti ini.

Dengan kondisi saat ini, bisa dilihat bahwa teknologi memegang peranan besar dan menginformasikan ketersediaan stok saat itu juga. Monitor persediaan barang juga diperlukan untuk memperoleh referensi misal produk mana yang dalam keberlangsungan operasional perusahaan. Adopsi teknologi cloud melalui software akuntansi seperti Jurnal akan memudahkan pemilik usaha untuk terus menggerakkan UMKM untuk menjadi bagian dari ekosistem digital ekonomi dengan memberikan peluang untuk bertransformasi dan berinovasi, tetap dapat memantau serta mengakses laporan keuangan usaha dengan aman dimanapun dan kapanpun serta biaya yang terjangkau. Mereka berkomitmen

Selain menerapkan upaya tersebut, berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Batik Gabovira Lampung bagian pelayanan mereka menjelaskan bahwa pihak Batik Gabovira sesekali melakukan kunjungan terhadap konsumen seperti berpartisipasi dalam beberapa acara yang dilakukan oleh Kota Bandar Lampung dan menjadi salah satu sponsornya, seperti Acara pemilihan Muli-Mekhanai Kota Tahun 2019 dan acara Festival Batik pada tahun 2019.



Gambar 4.3 Penggunaan Batik Gabovira dalam Photoshop MMKota Tahun 2019



Gambar Festival Batik Provinsi Lampung Tahun 2019



Gambar Kunjungan ke Batik Gabovira Lampung oleh para Finalis MM Kota
Tahun 2019

Berpartisipasi dengan berbagai kegiatan yang diadakan oleh Pemerintah Kota Bandar Lampung memiliki tujuan untuk memperkenalkan serta mempromosikan dan menawarkan produk Batik Gabovira kepada calon konsumen yang bersangkutan secara langsung. Strategi ini sangat efektif guna meningkatkan jumlah produksi batik khas lampung.

Deskripsi Hasil Analisa Biaya Produksi Batik Gabovira Lampung pada Masa Pandemi Covid-19 biaya penjualan sendiri merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan terkait dengan upaya produksi dan manajemen keuangan. Biaya ini seperti gaji, komisi pemasaran, biaya iklan dan transaksi utilitas pada aset tetap yang berhubungan dengan produksi dan lainnya. Biaya produksi sendiri merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan mulai dari sebelum dilakukan penjualan sampai dengan proses penjualan dan distribusi barang kemudian produk tersebut diubah menjadi uang tunai kembali.

Pengelolaan biaya penjualan yang baik akan memberikan dampak bagi

profitabilitas perusahaan, di mana profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan atas kemampuan dalam memproduksi, memasarkan produk mereka dengan baik sehingga berdampak pada kenaikan laba perusahaan. Semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau rasio keuangan yang menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Sehingga semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan dari perusahaan. Dari Gambar 4.1 dapat kita lihat bahwa penjualan Batik Gabovira Lampung mulai dari Mei hingga September 2019 mulai berangsur membaik dan mengalami peningkatan sehingga biaya produksi yang dikeluarkan oleh Batik Gabovira Lampung juga ikut meningkat mulai dari kebutuhan produksi produk, promosi dan kebutuhan lain.

Sehingga selama pandemi covid-19 biaya penjualan dari batik Gabovira Lampung mulai meningkat, meski di awal pandemi kegiatan produksi dan banyak biaya administrasi yang di pangkas akibat dari toko tutup dan banyak produk yang tidak terjual sehingga biaya penjualan menurun. Namun dengan adanya strategi keuangan yang baik dan Batik Gabovira Lampung dapat Survive maka biaya penjualan meningkat di ikuti dengan profitabilitas dari Batik Gabovira Lampung juga meningkat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan maka di peroleh simpulan bahwa:

1. Batik Gabovira Lampung sebagai upaya untuk kestabilan produksi dan penjualan dalam pandemi dengan cara menggunakan strategi diferensiasi keuangan dan strategi promosi. Dimana dalam strategi diferensiasi Batik Gabovira Lampung selalu melakukan diferensiasi produk, pengembangan inovasi dan kreatifitas di dukung dengan pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan terhadap konsumen dan hal ini terbukti efektif untuk digunakan. Selain itu untuk strategi promosi yang digunakan oleh Batik Gabovira Lampung dengan cara memasarkan produknya menggunakan berbagai macam bauran mulai dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publikasi. Sebagai upaya peningkatan penjualan produk di masa pandemi Batik Gabovira Lampung menerapkan pola strategi mulai dari memberikan diskon produk, promo hari besar dan strategi lain dengan memaksimalkan penjualan dan promosi secara online.
2. Terkait dengan biaya produksi Batik Gabovira Lampung pada masa pandemi Covid-19 biaya produksi dari batik Gabovira Lampung mulai meningkat, meski di awal pandemi kegiatan produksi dan banyak biaya administrasi yang di pangkas akibat dari toko tutup dan banyak

produk yang tidak terjual sehingga biaya penjualan menurun. Namun dengan adanya strategi keuangan yang baik dan Batik Gabovira Lampung dapat Survive maka biaya penjualan meningkat di ikuti dengan profitabilitas dari Batik Gabovira Lampung juga meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan yang sudah dibahas maka penulis memberikan saran untuk ke depannya sebaiknya lebih diperhatikan lagi terkait dengan strategi keuangan dan promosi yang digunakan agar target yang ditentukan dapat dengan mudah tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolf, Huala. 2018. *Prinsip Hukum Dan Perdagangan Internasional (Kebijakan Subsidi Dan UMKM)*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Allitan, Lena; dkk. 2018. *Manajemen Operasi Konsep Dan Aplikasi*. Bandung:PT. Refika Aditama
- Brealey, Richard A., Stewart C. Myers dan Alan J. Marcus, 2010. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan, Jilid Kedua, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta. Kasmir. 2012. Analisis Laporan Keuangan. PT. Raja Grafindo Persada.
- Darsono & Ashari. 2010. Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan. Yogyakarta. Penerbit ANDI
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. 2018. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang*. JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam), 3(2), 237-246. doi:10.15548/jebi.v3i2.182
- Kasali, Renald. 2018. *The Great Shifting*. Cetakan ketiga. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Fahmi, Irham. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfabeta. . 2013. *Rahasia Saham dan Obligasi Strategi Meraih Keuntungan Tak Terbatas Dalam Bermain Saham dan Obligasi*. Bandung. Alfabeta.
- Tri, Dkk. 2018 *.Desain Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website Untuk Promosi (Studi Kasus Pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang Malang*. Malang; *Jurnal Administrasi Bisnis* 55(1): 1–10.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2010. Manajemen Keuangan. Yogyakarta: BPFE
- Nugraha Irfan. 2016. —Pentingnya Pemasaran Dalam Suatu Usaha Bisnis. <https://www.kompasiana.com>.
- Kasmir dan Jakfar. 2010. *“Study Kelayakan Bisnis”*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- O’Brien; dkk. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta; Salemba Empat.
- Mishkin, Frederic S, 2010. Ekonomi Uang, Perbankan dan Pasar Keuangan (Buku

I dan II), Jakarta : Salemba Empat

Sireger, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 1.7*. Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.

Sofjan Assauri. 2010. *“Manajemen keuangan Konsep dan Strategi”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Tanjung, M. Azrul. 2017. *Koperasi Dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

Prihadi, Toto. 2010. *Deteksi Cepat Kondisi Keuangan: 7 Analisis Rasio Keuangan*. PPM: Jakarta

Wan Laura Hardilawati. 2020. *“Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19” Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, Vol.10 No.1, Juni.

Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Perencanaan keuangan Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Internet

<https://amp.kompas.com/money/read/2020/06/25/054100526/dampak-corona-lebih-imfparah-proyeksi-pertumbuhan-ekonomi-global-4-9-persen/>
Diakses pada tanggal 3 April 2022, Jam 09.00 WIB.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200429173402-8-155339/ini-kata-teten-masduki-soal-dampak-covid-19-bagi-umkm>. Diakses pada tanggal 4 April 2022, Jam 10.00 WIB.

<https://www.jurnal.id/id/blog/menaklukkan-pemasaran-digital-dengan-marketing-4-0/>. Di akses pada 4 April 2022, Jam 10.15 WIB.

Undang-Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.