

***Oeripsae: Pengembangan Limbah Ampas Kopi Menjadi Bricket
(Bidang Keuangan)***

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



Disusun Oleh:

Jovanza Hafizh Algariy

19423105

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Jovanza Hafizh Alghariy
NIM : 19423105
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Oeripsae : Pengembangan Limbah Ampas Kopi Menjadi Bricket

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisaan Bisnis ini merupakan plagiat atau jiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan dan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan

Yogyakarta, 30 April 2025

Jovanza Haf



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

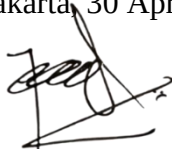
Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Jovanza Hafizh Alghariy
NIM : 19423105
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Oeripsae : Pengembangan Limbah Ampas Kopi Menjadi Bricket

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisaan Bisnis ini merupakan plagiat atau jiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan dan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan

Yogyakarta, 30 April 2025



Jovanza Hafizh Alghariy

NOTA DINAS

Yogyakarta 30 April 2025 M
13 Jumadil Awal 1446 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamuallaikum wr. wb.

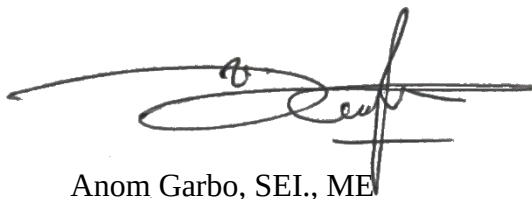
Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1816/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2023 tanggal : 28 November 2023 M, 18 Muharam 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Jovanza Hafizh Alghariy
NIM : 19423105
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2025/2026
Judul Tugas Akhir : **Oeripsae : Pengembangan Limbah Ampas Kopi Menjadi Bricket**

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Walaikumsalam wr. wb.

Dosen Pembimbing



Anom Garbo, SEI., ME

REKOMENDASI PEMBIMBING

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

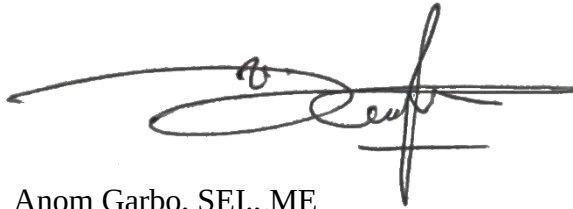
Nama Mahasiswa : Jovanza Hafizh Alghariy

NIM : 19423105

Judul Tugas Akhir : **Oeripsae : Pengembangan Ampas Kopi Menjadi Bricket**

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

Yogyakarta, 31 April 2025

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized, cursive script with a prominent vertical stroke and a horizontal line crossing it.

Anom Garbo, SEI., ME



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiail@uii.ac.id
W. fiail.uii.ac.id

PENGESAHAN

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

Hari : Selasa
Tanggal : 10 Februari 2026
Judul Tugas Akhir : Pengembangan Limbah Ampas Kopi Menjadi Bricket
(Oeripsae)
Nama : JOVANZA HAFIZH AL GHARIY
Nomor Mahasiswa : 19423105

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

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Anom Garbo, SEI, ME

Penguji 1
Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

Penguji 2
Tulasmu, SEI, MEI

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



Yogyakarta, 10 Februari 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan

Dr. Drs. Asmuni, MA

MOTTO

“Tanda orang munafik itu tiga: apabila ia berucap berdusta, jika membuat janji ingkar, dan jika dipercayai berkhianat”
(HR. Bukhari)

ABSTRAK
MEKANISME KEUANGAN BISNIS OERIPSAE:
PENGEMBANGAN LIMBAH AMPAS KOPI MENJADI BRICKET
JOVANZA HAFIZH ALGHARIY
19423105

Briket ampas kopi “Oeripsae” merupakan inovasi energi yang menggunakan limbah ampas kopi sebagai bahan bakunya dan digunakan sebagai energi pengganti minyak bumi dan energi lain yang berasal dari fosil. Pada awal bulan juli penulis melakukan survei kecil ke salah satu coffee shop di jogja dan menampung limbah ampas kopi di coffee shop tersebut selama kurang lebih 1 bulan, hasilnya limbah ampas kopi yang di kumpulkan mencapai 15kg. Jika setiap coffee shop menghasilkan limbah ampas kopi sebanyak 10kg berarti total limbah ampas kopi di DIY selama 1 bulan adalah sebanyak 30.000kg atau 30ton per bulan dan 360ton dalam 1 tahun. Perintisan bisnis ini bertujuan untuk memanfaatkan limbah ampas kopi secara efektif untuk meningkatkan perekonomian dan mengurangi dampak lingkungan. Metode perintisan bisnis yang digunakan melibatkan analisis pasar, identifikasi masalah, dan rencana pemecahan masalah. Strategi pemasaran mencakup analisis pasar menggunakan Google Trends, riset marketplace, dan promosi melalui Social media serta situs web. Pendekatan branding produk difokuskan pada manfaat dan kelebihan produk, dengan penggunaan kemasan ramah lingkungan. Tantangan utama melibatkan ketersediaan produk yang terbatas, logo yang perlu diperbarui, dan asap yang mengganggu pelaku bisnis bebakaran. Harga produk yang tinggi juga menjadi perhatian, memerlukan riset mendalam. Kendala biaya iklan berbayar diatasi dengan memanfaatkan platform gratis di media. Selain itu, dalam menghadapi beralihnya pelaku usaha ke alat masak modern, strategi difokuskan pada hotel, villa, dan restoran yang masih menggunakan alat tradisional. Dengan demikian, diharapkan langkah-langkah ini dapat meningkatkan pemasaran produk dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

Kata Kunci: Perintisan Bisnis, Oeripsae, Keuangan

ABSTRACT

OERIPSAE BUSINESS FINANCING MECHANISM: DEVELOPMENT OF COFFEE GROUND WASTE INTO BRACKET'S

JOVANZA HAFIZH ALGHARIY

19423105

The “Oeripsae” coffee grounds briquette is an innovative alternative energy that utilizes coffee waste as its raw material and can be used as a substitute for fossil fuels such as oil. In early July, the author conducted a small survey at a coffee shop in Jogja and collected coffee waste from the shop for approximately one month, resulting in a collection of 15kg of coffee waste. If each coffee shop produces 10kg of coffee waste, it means that the total coffee waste in DIY for one month is 30,000kg or 30 tons per month and 360 tons in one year. This business incubation aims to effectively utilize coffee waste to improve the local economy while reducing environmental impact. The business incubation method involves market analysis, problem identification, and problem-solving plans. Marketing strategies include market analysis using Google Trends, marketplace research, and promotion through social media and websites. The product branding approach focuses on the benefits and advantages of the product, with the use of eco-friendly packaging. The main challenges involve limited product availability, the need for logo updates, and smoke disturbances for briquette makers. High product prices are also a concern, requiring in-depth research. Cost constraints for paid advertising are addressed by utilizing free platforms on social media. Furthermore, in response to the transition of businesses to modern cooking appliances, strategies are focused on hotels, villas, and restaurants that still use traditional equipment. Thus, it is hoped that these measures can enhance product marketing and overall business success.

Keywords: Business Incubation, Oeripsae, Financing

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

Nomor: 158 Tahun 1987 Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pengertian Transliterasi

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

Prinsip Pembakuan

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

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

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

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

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

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tabel 0.3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

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

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَاعِل fa`ala

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

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...اَ...	ah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِ...إِ...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ...وُ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

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

b. Ta' marbutah mati

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

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

D. Syaddah

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

Contoh:

- نَزَّلَ	nazzala
- الْبِرِّ	al-birr

E. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

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

Contoh:

- الرَّجُلِ	ar-rajulu
- الْقَلَمِ	al-qalamu
- الشَّمْسِ	asy-syamsu
- الْجَلَالِ	al-jalālu

F. Hamzah

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

Contoh:

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

G. Penulisan Kata

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

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ - Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا - Bismillāhi majrāhā wa mursāhā

H. Huruf Kapital

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

untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh

kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- لِلّٰهِ الْحَمْدُ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn

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

I. Tajwid

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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan penuh kelancaran. Sholawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah menjadi teladan penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan, termasuk melakukan dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul “OERIPSAE: Pengembangan Limbah Ampas Kopi Menjadi Briket”.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada segenap pihak yang telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini kepada:

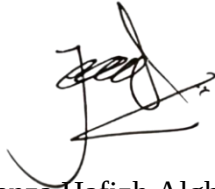
1. Bapak. Prof Fathul Wahid S.T.,M.Sc.Ph.D, Sebagai Rektor Universitas Islam Indonesia, Yang telah memberikan kesempatan kepada saya dalam menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia ini.
2. Bapak. DR. DRS. Asmuni, MA, Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam,
3. Bapak Anom Garbo, SEI, ME, Sebagai Ketua Prodi Ekonomi Islam, Dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis.
4. Segenap dosen dan seluruh staf Prodi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat hingga pelayanan terbaik kepada Mahasiswa Ekonomi Islam selama menjalani perkuliahan.
5. Kedua orang tua saya Bapak Miko Prasetyo Hasan dan Nita Kusuma yang selalu memberikan dukungan dan motivasi terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.
6. Kakak dan Adik-adik saya Khoirurijal Degasmara Putra Yomadasa, Yuandz Razzaq Alfadzri, dan Alfath Azka Alfarizy, yang telah memberikan doa dan saran sehingga dapat membantu menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.
7. Anggota kelompok Tugas Akhir Perintisan Bisnis yakni Nurhidayati Solikha

dan Andi Tahrn Purnomo yang selama ini telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.

8. Teman-teman dan sahabat saya, Kemal Muhammad Pasha, Destya Angelina, Muhammad Fiqri Aulia Gusti, Muhammad Iqbal, Yusdanu Anugerah, Bachtiar Mohammad, Muhammad Irsyad, Muhammad Fadhel Ananda, Zhiyaun Aufa Miari, Ari Rafi Rahmadika Djafar, Meishafni Auranie Syahyara Putri, Latifa Zahra Zakiya, Amanah Al'faturrehman dan semua rekan-rekan yang tidak saya sebutkan. Atas doa dan dukungan kalian dapat menjadikan penulis menyelesaikan laporan ini dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan ini dapat membawa manfaat.

Yogyakarta, 30 Oktober 2026



Jovanza Hafizh Alghariy

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Sistematika Penulisan.....	3
BAB II.....	4
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS.....	4
A. Profil Bisnis.....	4
B. Pelaksanaan Bisnis.....	6
BAB III.....	29
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH.....	29
A. Identifikasi Masalah.....	29
B. Tinjauan Teoritis.....	30
C. Pemecahan Masalah.....	32
BAB IV.....	43
KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan.....	43

B. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lokasi Tempat Produksi	5
Gambar 2. 2 Logo Bisnis Briket Ampas Kopi Oeripsae.....	6
Gambar 2. 3 Struktur Orgaanisasi Bisnis Oeripsae.....	7
Gambar 2. 4 Survei Google Trends Briket dan Briket Kopi.....	10
Gambar 2. 5 Riset Pasar Briket Pada Platform Facebook.....	11
Gambar 2. 6 Riset Pasar Briket Pada Platform Tokopedia	12
Gambar 2. 7 Riset Pasar Briket Pada Platform Shopee	12
Gambar 2. 8 Riset Pasar Briket Ampas Kopi Pada Platform Facebook	13
Gambar 2. 9 Riset Pasar Briket Ampas Kopi Pada Platform Tokopedia.....	14
Gambar 2. 10 Riset Pasar Briket Ampas Kopi Pada Platform Shopee	15

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Arus kas keuangan	17
Tabel 2. 2 Biaya Produksi 1kg Briket Ampas Kopi.....	17
Tabel 2. 3 Biaya pemasaran	18
Tabel 2. 4 Laba rugi	19
Tabel 2. 5 Fixed cost	21
Tabel 2. 6 Variable cost	21
Tabel 2. 7 Depreciation	22
Tabel 2. 8 Skenario Sensitivitas	25
Tabel 3. 1 Tinjauan Teoritis Tentang Keuangan.....	28
Tabel 3. 2 Data penjualan.....	32
Tabel 3. 3 Proyeksi pendapatan	33

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Briket merupakan sebuah sumber energi yang terbuat dari biomassa yang dapat digunakan sebagai alternatif pengganti energi fosil, seperti minyak bumi. Briket dapat diproduksi dari berbagai bahan baku yang tersedia secara melimpah dalam kehidupan sehari-hari, seperti batok kelapa, sekam padi, arang sekam, serbuk kayu gergaji, bongkol jagung, daun, dan lain sebagainya. Menurut laporan dari (situs web kumparan.com, 2022), Rahadi Sapta Abra, yang menjabat sebagai Ketua Panitia Jogja Coffee Week 2022, menyebutkan bahwa Yogyakarta telah menjadi kota dengan jumlah kedai kopi terbanyak di Indonesia. Data yang terdokumentasi menunjukkan bahwa ada sekitar 3000 outlet kopi yang tersebar di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pada awal bulan Juli 2023, penulis melakukan survei pada salah satu *coffee shop* yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil survei tersebut, diketahui bahwa dalam kurun waktu kurang lebih satu bulan, *coffee shop* tersebut menghasilkan limbah ampas kopi sebanyak 10 kg. Apabila jumlah tersebut diakumulasikan dalam skala yang lebih besar, maka estimasi limbah ampas kopi yang dihasilkan dapat mencapai 300 kg dalam satu bulan.

Menurut Rahadi Sapta Abra selaku Ketua Panitia Jogja Coffee Week 2022, terdapat sekitar 3.000 *coffee shop* yang beroperasi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Jika setiap *coffee shop* menghasilkan limbah ampas kopi dalam jumlah yang relatif sama, maka total limbah ampas kopi yang dihasilkan dapat mencapai sekitar 30.000 kg atau 30 ton per bulan, serta sekitar 360 ton dalam satu tahun.

Jika limbah ampas kopi tersebut dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan briket ampas kopi maka akan mengurangi limbah dan meningkatkan perekonomian di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jadi sangat disayangkan jika limbah ampas kopi

hanya dibuang begitu saja.

Menurut Khusna, D., & Susanto, J. (2015). Ampas kopi dapat digunakan sebagai sumber energi alternatif dalam bentuk bricket biomass, karena memiliki nilai kalori yang tinggi. Dibandingkan dengan batubara yang digunakan PT. Santos Jaya Abadi 3, ampas kopi memiliki nilai kalori yang lebih tinggi, dengan 5764 cal/g untuk ampas kopi dan 6779 cal/g untuk arang kopi. Bricket kopimemiliki kualitas energi panas rata-rata yang lebih tinggi daripada bricket biomass konvensional.

Hal tersebut memunculkan inovasi atau ide bisnis yang akan dikembangkan dalam rangka Tugas Akhir Perintisan Bisnis, yaitu dengan pengembangan limbah ampas kopi menjadi produk briket. Konsep atau usaha ini tidak hanya menguntungkan bagi lingkungan, tetapi juga dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat lokal, dikarenakan limbah ampas kopi yang terdapat di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sangat melimpah, hal ini disebabkan karena banyaknya pelaku usaha coffee shop di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Saat ini, masyarakat dihadapkan pada kebutuhan untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih maju dan memanfaatkan internet secara optimal sebagai sarana yang menyediakan kemudahan dalam berbagai hal (Wastutiningsih & Dewi, 2019). Menurut Hendriadi (2019), penggunaan internet telah menjadi hal yang umum diketahui oleh semua lapisan masyarakat, termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diberbagai daerah. Namun, disayangkan bahwa sebagian besar dari mereka belum memanfaatkan internet secara maksimal untuk mendukung manajemen usaha mereka.

Oleh karena itu penulis memanfaatkan momentum yang ada untuk memasarkan produk briket ampas kopi melalui internet dikarenakan banyaknya masyarakat khususnya masyarakat di Indonesia sudah menggunakan sosial media dan marketplace untuk mencari bahan-bahan kebutuhan, Adapun sosial media dan marketplace yang digunkan oleh penulis untuk memasarkan dan menjual produk briket ampas kopi yakni Facebook, Instagram, Whatsapp dan Website sedangkan untuk marketplace penulis menggunakan Tokopedia dan Shopee untuk penjualan briket ampas kopi.

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada dasarnya berisi uraian secara terperinci terhadap tahapan-tahapan pembahasan yang dilakukan. Adapun dalam perintisan ini terbagi atas 4 (Empat) bab, yakni sebagai berikut :

1. Bab 1 Pendahuluan: Bab ini merupakan bagian yang menjelaskan terkait latar belakang perintisan bisnis, rumusan masalah, tujuan perintisan bisnis dan sistematika penulisan.
2. Bab II Pelaksanaan Kegiatan Kewirausahaan Bisnis: Pada bab ini menjelaskan profil bisnis dan pelaksanaan bisnis yang fokus pada aspek Keuangan.
3. Bab III Identifikasi dan pemecahan masalah: Pada bab ini berisikan indentifikasi masalah dan pemecahan masalah yang terdiri dari mengindentifikasi masalah, pemecahan suatu masalah dan tinjauan teoritis. Pada bagian indentifikasi masalah ini membahas mengenai soslusi atau cara mengurangi permasalahan yang dihadapi pada bisnis tersebut. Pada bagian pemecahan masalah menjelaskan tentang pedekatan atau teori apa yang digunakan 28 dalam memecakan suatu permasalahan yang terjadi. Sedangkan pada bagian teoritis ini membahas tentang teori tentang pemersalahan yang muncul.
4. Bab IV Kesimpulan dan Saran: Bab ini berisi kesimpulan dari kegiatan yang sudah dilakukan dalam pengembangan limbah ampas kopi menjadi Briket dalam aspek keuangan.

BAB II

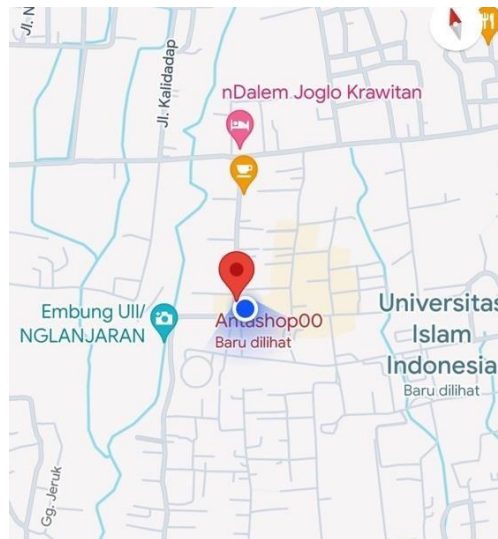
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Oeripsae didirikan pada 4 Agustus 2023 berfokus pada pengolahan limbah, untuk saat ini baru fokus pada pengolahan limbah ampas kopi. Pemanfaatan limbah kopi menjadi perhatian serius karena permintaan terhadap kopi terus mengalami peningkatan. Jumlah ampas kopi yang terus bertambah menjadi pemandangan yang kurang asri dan menimbulkan berbagai persoalan (Aliasuddin et al. 2020). Tingginya konsumsi minuman kopi akan menyebabkan banyaknya ampas kopi yang biasanya dicampur dengan sampah rumah tangga sehingga akan menyebabkan pencemaran lingkungan (Tokimoto et al. dalam Siahaan dan Suntari 2019).

Oeripsae memanfaatkan limbah ampas kopi yang nantinya akan dikembangkan menjadi berbagai jenis produk yang memiliki nilai jual. Salah satunya briket ampas kopi yang saat ini di jadikan tugas akhir pntisan bisnis. Nama Oeripsae diambil dari bahasa jawa dimana Urip (Oerip) memiliki arti hidup sedangkan Sae memiliki artinya baik, sehingga Oeripsae jika diartikan memiliki arti hidup yang baik, maksud dari hidup yang baik ini adalah harapannya dengan adanya Oeripsae bisa sedikit berkontribusi untuk mewujudkan hidup yang lebih baik dengan cara mengolah limbah untuk mengurangi pencemaran lingkungan serta bisa meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Saat ini Oeripsae belum memiliki gudang sehingga untuk pengolahan dan penyimpanan bahan baku masih dilakukan di kos-kosan yang berada di Jln. Kaliurang Km14,5 Umbulmartani Ngemplak Sleman DIY.



Gambar 2. 1 Lokasi Tempat Produksi

Bisnis ini memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan bisnis ini :

1. Visi:

Olah limbah untuk generasi yang lebih indah

2. Misi:

- a. Mendorong inovasi produk dari limbah ampas kopi yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Mengembangkan produk briket ramah lingkungan dari hasil daur ulang limbah ampas kopi.
- c. Menyediakan lapangan kerja di sektor daur ulang untuk menciptakan ekonomi yang berkelanjutan.
- d. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan tanpa menyisakan limbah sisa produk yang membahayakan lingkungan.

Sebagai representasi dari adanya visi dan misi pada bisnis briket ampas kopi Oeripsae, Bisnis briket ampas kopi Oeripsae memiliki logo sebagai representasi tersebut, dan salah satu identitas bisnis briket ini. Logo adalah atribut utama sebuah brand yang terlihat secara fisik dapat berbentuk ideogram,

simbol, dan *ikon* (Oscario, 2013). Logo ini digunakan sebagai tanda pengenal dan pembeda dari bisnis lain sejenis. Dimana dalam logo yang dimiliki pada bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini mencantumkan berbagai simbol dan namabisnis OeripSae itu sendiri seperti berikut:



Gambar 2. 2 Logo Bisnis Briket Ampas Kopi Oeripsae

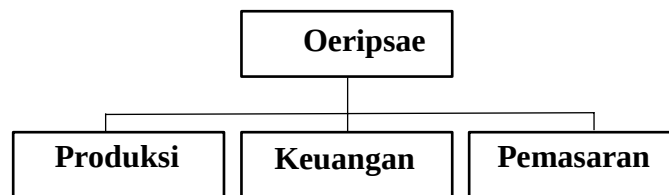
b. Pelaksanaan Bisnis

1. Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia/Organisasi

Kunci utama dalam berdirinya bisnis selain dari adanya visi, misi maupun logo sebagai tanda pengenal, tim kelompok sebagai sumber daya manusia (SDM) pelaku bisnis sangatlah berperan penting dalam kelancaran sebuah bisnis. Kualitas sumber daya manusia yang menjadi peranan penting dalam mencapai sebuah tujuan, hal ini dikarenakan sumber daya manusia yang ada di perusahaan memiliki peran dalam melaksanakan, merencanakan, dan menguasai berbagai macam aspek yang bersangkutan (Bukit et al., 2017). SDM yang ada pada bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini terdiri dari tiga divisi yang membidangi berbagai bidang yang ada. Menurut Nikolaenko (2008) divisi-divisi yang umum pada operasional bisnis adalah produksi, pemasaran, keuangan, dan manajemen sumber daya manusia (Rahayu, R. S., 2018). Dalam struktur tim bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini memiliki tugas masing-masing, yaitu sebagai tim produksi, tim pemasaran, serta tim keuangan.

Tugas masing-masing bidang tersebut dapat dilihat pada bagan dan tabel

berikut ini:



Gambar 2. 3 Struktur Orgaanisasi Bisnis Oeripsae

Tabel 2.1 Pembagian Tugas Per Divisi

Divisi	Produksi	Keuangan	Pemasaran
Nama	Nurhidayati Solikha	Jovanza Hafizh Alghariy	AndiTahran Purnomo
Tugas	Bertugas mengatur jalannya produksi serta <i>stock opname</i> bahan baku dan produksi	Bertugas mengatur keuangan Oeripsae serta riset harga bahan baku dan produk.	Bertugas memasarkan produk kepada konsumen dan calon konsumen.

Perekrutan tim pada bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini didasarkan atas keahlian masing-masing individu pada divisi yang dikelola. Perekrutan tim ini memerlukan waktu dalam penentuannya, dikarenakan dalam perekrutan tim yang mana akan menjadi penggerak dalam bisnis ini tidak dapat dilakukan dengan cara sembarangan. Sumber Daya Manusia pada sebuah bisnis menentukan apakah bisnis yang dijalankan akan berjalan sesuai tujuan, Visi dan Misi bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini. Kualifikasi pada perekrutan masing-masing individu di dasarkan keahlian dan pengalaman individu masing-masing.

Bidang produksi di dasarkan atas penguasaan atas keahlian membuat briket serta komposisi dan bahan yang dibutuhkan. Peran divisi produksi tidak hanya melakukan pembuatan produk, namun juga menjaga kualitas dari produk terhadap konsumen dan juga memberikan masukan yang membangun serta bertanggung jawab pada penentuan dan pembuatan produk (Nugroho, A. N. D. 2010)

Sehingga dalam divisi produksi membutuhkan individu yang memiliki

keterampilan dalam membuat briket dan menguasai atas komposisi dan bahan dari pembuatan briket tersebut. Pada divisi keuangan, memerlukan kualifikasi tertentu, SOP pada divisi keuangan berkaitan atas kegiatan transaksi pada divisi *finance*, *accounting* dan pajak (Evianti, D. 2019). Sehingga pada divisi keuangan harus seorang individu yang mampu mengelola keuangan dengan baik dan memiliki pengalaman dalam mengelola keuangan bisnis. Sedangkan pada divisi pemasaran, memerlukan individu yang menguasai berbagai media sosial serta *marketplace* guna menunjang pengenalan produk serta pemasaran. Departemen atau divisi pemasaran adalah salah satu bagian dari perusahaan yang menjadi ujung tombak berdirinya suatu perusahaan. Dalam divisi ini, perusahaan harus dapat berinovasi untuk memperkenalkan produk sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain karena persaingan bisnis kian hari kian ketat (Rahayu, R. S., 2018). Maka dari itu pengalaman sebagai seorang pebisnis juga sangat diperlukan pada divisi pemasaran.

Pembagian divisi pada bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu divisi produksi, keuangan dan pemasaran. Ketiga divisi ini memiliki tugas dan kewajiban masing-masing sesuai pada divisinya. Namun dalam pelaksanaan bisnis, kerjasama antar divisi yang ada menjadikan hal penting dalam menjalankan bisnis agar bisnis dapat berjalan dengan baik. Maka dari itu, walaupun setiap divisi sudah memiliki tanggungjawab sesuai dengan bidang masing-masing, ketika salah satu divisi mendapatkan kesulitan atau membutuhkan bantuan, maka divisi lain juga wajib untuk membantu tanpa mengganggu tugas divisi masing-masing.

2. Tinjauan Aspek Keuangan

Oeripsae telah dimulai bisnisnya pada tanggal 04 Agustus 2023. Dalam perjalanan bisnis ini penulis memiliki fokus pada bidang keuangan yang didalamnya terdapat beberapa bagian yang telah disesuaikan dengan kebutuhan jalannya bisnis pada bagian keuangan. Dalam penulisan ini penulis akan membahas beberapa aspek tugas pada bagian keuangan.

Sebelum menganalisis aspek keuangan penulis melakukan pencarian

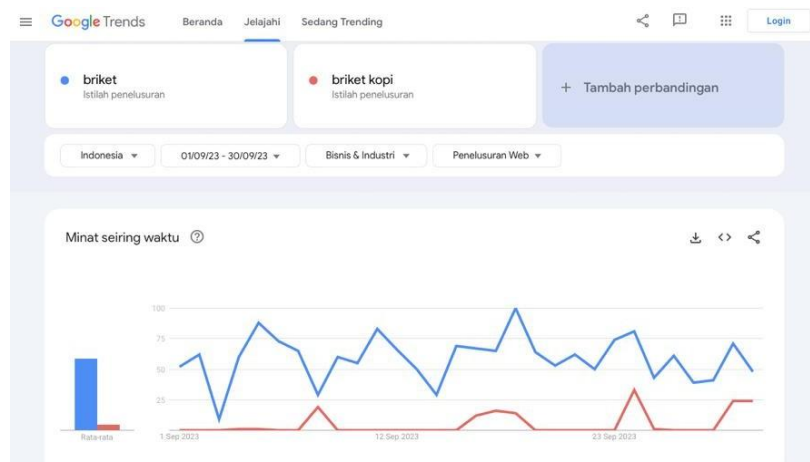
indikator penting, pengumpulan data transaksi yang dilakukan dan melakukan penentuan indikator yang sesuai dengan penilaian dari suatu bisnis tersebut apakah bisnis tersebut layak berkembang atau tidak. Kemudian setelah melakukan pencarian dan penentuan indikator tersebut, penulis akan membahas beberapa tugas pada aspek keuangan yaitu melakukan pembukuan, menganalisa keuangan bisnis dan membuat laporan keuangan bisnis secara mudah agar dapat dipahami.

a. Survei dan Tinjauan Pasar

Dalam perintisan bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini, bidang keuangan memiliki peran dalam melakukan riset dan tinjauan pasar mengenai produk bisnis. Penelitian pasar merujuk pada langkah-langkah sistematis dan objektif dalam mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis, menyebarkan, serta memanfaatkan informasi yang bertujuan untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan terkait identifikasi dan penyelesaian masalah (serta peluang) yang terkait dengan pemasaran (Nurani, S. R. 2018). Riset dan tinjauan pasar berfungsi sebagai tolak ukur dalam perencanaan bisnis guna memahami kebutuhan pasar mengenai suatu produk. Penulis serta tim perintisan bisnis briket ampas kopi Oeripsae sudah melakukan *riset* pasar dan menghasilkan hasil sebagai berikut:

1) Riset Google Trends

Penelitian awal yang dilakukan penulis melibatkan penggunaan *Google Trends*, sebuah *platform* yang dimiliki oleh *Google Inc.*, yang menyajikan informasi tentang tren penggunaan kata kunci dalam mesin pencari *google* serta berita yang sedang populer. Melalui konten-konten yang tersedia di *google trends*, mesin pencari *google* akan menyajikan data pencarian dalam bentuk grafik statistik (Harkim, H., Sugihato, B., dkk 2023). *Google trends* dapat memberikan data statistik pencarian produk pada pencarian *website* dengan menampilkan grafik statistik popularitas pencarian produk pada kurun waktu tertentu.



Gambar 2. 4 Survei Google Trends Briket dan Briket Kopi

Analisis dari grafik survei yang dilakukan di *google trends* selama kurun waktu satu bulan yang terhitung dari tanggal 1 September 2023 hingga 30 September 2023 mengenai indeks ketertarikan publik (*interest over time*) pada produk briket secara umum yang dibandingkan dengan briket dari ampas kopi di Indonesia menunjukkan minat konsumen dalam pencarian maupun pembelian produk melalui *google* dapat disimpulkan bahwa indeks ketertarikan publik lebih tinggi dan cenderung stabil pada briket secara umum, dan pada briket kopi sendiri ditemukan cukup rendahnya ketertarikan publik pada briket ampas kopi, namun masih ada ketertarikan pada masa-masa tertentu. Hal ini dapat terjadi disebabkan berbagai faktor, penulis menyimpulkan beberapa faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya indeks ketertarikan publik di karenakan kurangnya pemasaran dan pengenalan produk, kemudian produk yang telah ada kualitasnya masih rendah, serta kesalahan target pemasaran yang dilakukan, sehingga kurang sesuai dengan kebutuhan permintaan pasar.

2) Riset Marketplace

Riset pada *platform marketplace* dilakukan dengan cara menganalisis produk briket di berbagai platform jual beli online yang ramai digunakan. *Riset* ini dilakukan dengan mencari kata kunci pencarian dengan berbagai jenis briket yang ada dan briket ampas kopi secara khususnya. Hasil dari riset

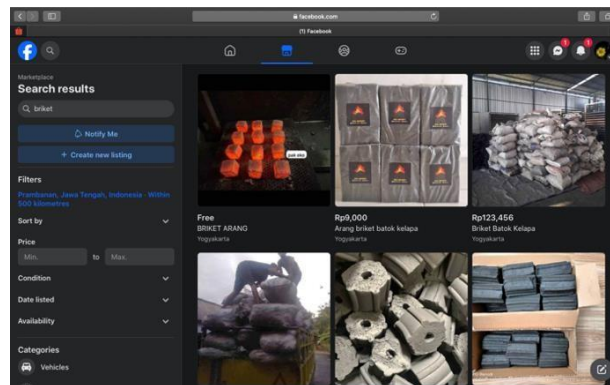
marketplace yang dilakukan seperti berikut:

a) Briket Jenis Lain

Riset marketplace mengenai briket secara umum dilakukan dengan mengetik kata kunci (briket) pada kolom pencarian, hasil dari pencarian dengan kata kunci briket dapat dilihat sebagai berikut:

(1) Facebook

Riset pasar pada platform Facebook menunjukkan banyak sekali bisnis briket arang yang beredar dipasarkan secara luas, terdapat berbagai macam bentuk, merek, ukuran dan harga. Pencarian tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

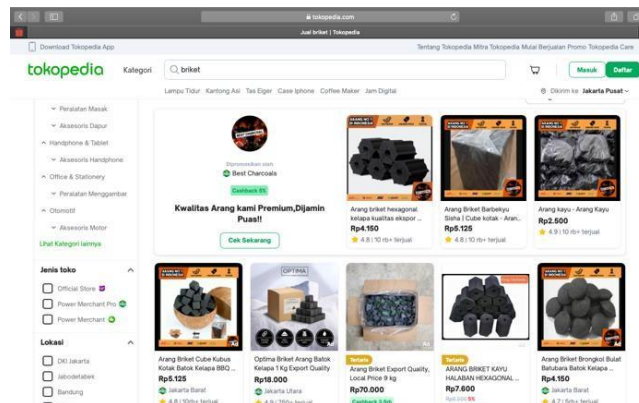


Gambar 2. 5 Riset Pasar Briket Pada Platform Facebook

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwasannya terdapat berbagai macam briket yang dijual di *marketplace Facebook*. variasi briket yang dijual pada *marketplace Facebook* meliputi bentuk, ukuran, harga dan merek. Dari pencarian tersebut hanya ditemukan briket arang kayu dan briket arang batok kelapa saja.

(2) Tokopedia

Riset pasar pada platform Tokopedia menunjukkan hasil bahwasannya banyak sekali jenis briket yang dijual disana. Pencarian tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

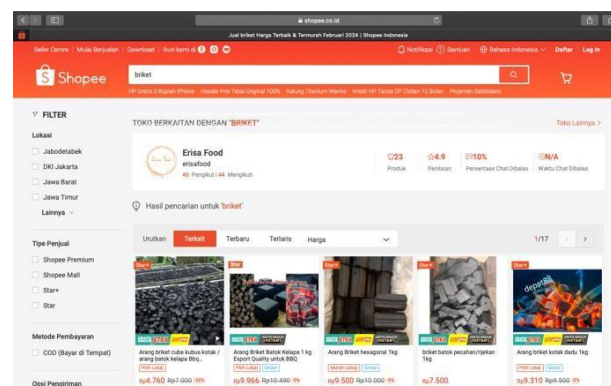


Gambar 2. 6 Riset Pasar Briket Pada Platform Tokopedia

Pencarian pada *platform* Tokopedia menunjukkan hasil bahwasannya sudah banyak toko yang menjual arang briket secara luas. Hasil dari riset yang dilakukan ini menunjukkan adanya jenis dan variasi, bentuk dan harga pada briket yang dijual. Briket yang dijual pada *platform marketplace* Tokopedia rata-rata terbuat dari jenis arang kayu dan arang kelapa. Belum ada ditemukan toko yang menjual arang briket ampas kopi.

(3) Shopee

Riset pasar pada *platform* Shopee dilakukan dengan mencari kata kunci (briket) pada kolom pencarian. Dalam riset yang dilakukan menunjukkan hasil bahwasannya banyak toko yang menjual arang briket di *platform* shopee. Pencarian tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 7 Riset Pasar Briket Pada Platform Shopee

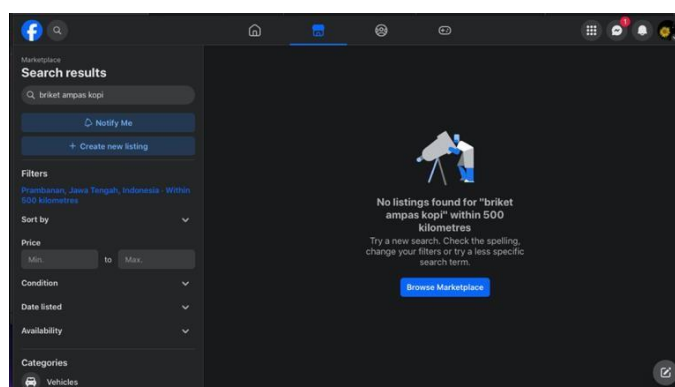
Hasil dari riset yang dilakukan menunjukkan banyaknya jenis briket yang dijual disana dari berbagai toko yang ada, namun belum ditemukan adanya briket ampas kopi, rata-rata jenis briket yang dijual terbuat dari arang kayu maupun arang batok kelapa.

b) Briket Ampas Kopi

Riset marketplace mengenai briket ampas kopi secara khusus dapat dilihat sebagai berikut:

(1) Facebook

Riset pasar pada platform Facebook dilakukan dengan mengetik jenis produk pada kolom pencarian menggunakan kata kunci (briket ampas kopi). Hasil pencarian tersebut langsung terlihat pada *platform marketplace* tersebut. Pencarian tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

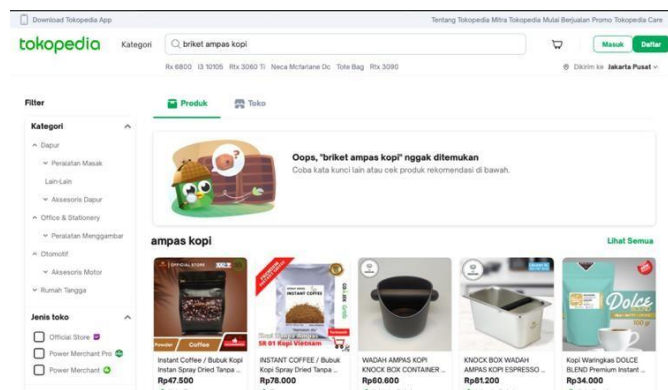


Gambar 2. 8 Riset Pasar Briket Ampas Kopi Pada Platform Facebook

Riset yang dilakukan pada *platform marketplace* yang menjadi salah satu fitur pada aplikasi *Facebook* menunjukkan tidak adanya produk briket ampas kopi yang dipasarkan pada *platform digital Facebook*.

(2) Tokopedia

Riset pasar pada *platform* Tokopedia dilakukan dengan mengetik jenis produk pada kolom pencarian menggunakan kata kunci (briket ampas kopi). Hasil pencarian tersebut langsung terlihat pada *platform marketplace* tersebut. Pencarian tersebut dapat dilihat pada gambar berikut

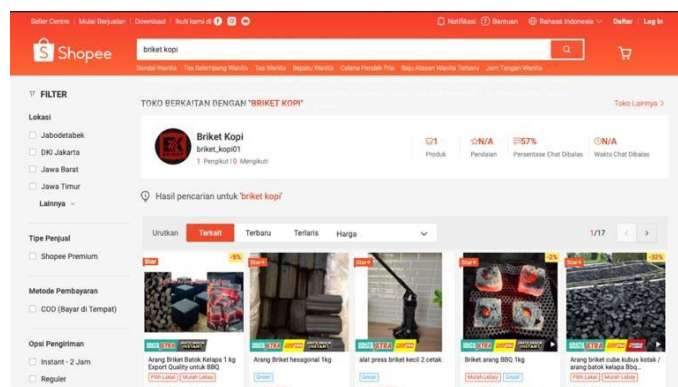


Gambar 2. 9 Riset Pasar Briket Ampas Kopi Pada Platform Tokopedia

Riset yang dilakukan pada *platform* Tokopedia menunjukkan bahwa belum adanya toko maupun produk yang dijual pada *platform marketplace* tersebut.

(3) Shopee

Riset pasar pada *platform* Shopee dilakukan dengan mengetik jenis produk pada kolom pencarian menggunakan kata kunci (briket ampas kopi). Hasil pencarian tersebut akan langsung terlihat pada *platform marketplace* tersebut. Pencarian tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 10 Riset Pasar Briket Ampas Kopi Pada Platform Shopee

Riset yang dilakukan pada *marketplace* shopee menunjukkan bahwa terdapat satu toko yang menjual briket ampas kopi, namun toko tersebut belum pernah melakukan transaksi penjualan yang dapat dilihat dari hasil penjualan yang masih kosong. *Riset* ini menunjukkan bahwa di *marketplaceshoopee* belum ada bisnis dan penjualan produk ampas kopi yang aktif melakukan transaksi, yang mana produk briket ampas kopi hanya ditemukan pada satu toko saja, yang dijual pada satu akun yang sudah lama tidak aktif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk briket ampas kopi Oeripsae ini dapat menjadi produk pertama yang akan aktif dipasarkan di *marketplace* shopee.

Kegiatan *riset* yang dilakukan penulis pada berbagai *platform* mediadigital seperti *google trends* menunjukkan hasil grafik yang lebih rendah pada ketertarikan publik mengenai briket ampas kopi dibandingkan briket arang konvensional lainnya. Pada berbagai platform digital *marketplace* seperti *Facebook* dan *Tokopedia* tidak ditemukan adanya produk briket ampas kopi yang dijual di *platform* tersebut, sedangkan pada *marketplaceShopee* hanya ditemukan satu toko yang menjual produk briket ampas kopi, namun toko tersebut belum pernah melakukan transaksi jual beli serta toko tersebut sudah lama tidak aktif.

Hal ini dapat disimpulkan bahwasannya rendahnya ketertarikan publik mengenai briket ampas kopi dapat disebabkan tidak adanya kegiatan jual beli briket ampas kopi yang ada di *platform* digital, serta tidak adanya produk yang dijual di

berbagai *marketplace* tersebut menjadikan bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini dapat menjadi komoditas pertama yang dapat diperjual belikan di berbagai *marketplace* tersebut dan menjadi terobosan pilihan bagi konsumen dalam membeli maupun menggunakan briket

C. Pencatatan Laporan Keuangan

Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo Akhir
04/08/2023	Penerimaan Modal Jovanza	500.000	-	
	Penerimaan Modal Andi	500.000		
	Penerimaan Modal Nurhidayati	500.000		1.500.000
05/08/2023	Nampan		35.000	
	Timbangan		65.000	
	Bahan Cetakan Briket		20.000	
	Wajan		45.000	
	Sutil		25.000	
	Isi Gas 3kg		22.000	
	Saringan Ayak		15.000	
	Ember		17.000	
	Palu		50.000	1.206.000
06/08/2023	Tepung Tapioka rosebrand 1kg		14.400	
	Silica Gell 1pack/100pcs		20.000	
	kemasan		20.800	
	Sticker A3/136pcs		12.000	1.138.800
01/01/2024	Biaya Pemasaran		55.000	1.083.800

Kegiatan bisnis segala sesuatunya harus dilakukan pencatatan agar dapat mengetahui keluar dan masuknya kas atas bisnis tersebut, pembelian yang

dilakukan, dapat mempermudah melihat kegiatan transaksi dan membantu tim trois diffuser dalam mengidentifikasi bagian keuangan pada bisnis tersebut. Pada bagian pembukuan penulis mencatatnya dengan cara yang sederhana agar mempermudah penulis dalam membaca pembukuan bisnis tersebut. Dalam pencatatan laporan keuangan penulis melakukan pendatan pada transaksi yang dilakukan pada periode yang dihitung dengan cara pendapatan yang dijumlahkan, kemudian dilakukan pengurangan atas pengeluaran dan jumlah akhir pada periode tersebut. Dengan menggunakan cara pencatatan laporan tersebut akan mempermudah dalam melakukan analisis pada bisnis tersebut.

Pada bulan Agustus ini, penulis dan tim melakukan beberapa kegiatan seperti pembuatan logo, melakukan pembelian peralatan dan bahan baku, pembuatan akun Instagram dan melakukan kegiatan uji coba pertama pembuatan Briket ampas kopi yang sesuai dengan Standar yang kami inginkan

1. Biaya Produksi

Tabel 2. 2 Biaya Produksi 1kg Briket Ampas Kopi

Bahan baku	Satuan	Biaya
Ampas kopi	1000gr	Rp. 0
Tepung kanji	160gr	Rp. 2.304
Air	1200ml	Rp. 0
Packaging	1pcs	Rp. 1.550
Stiker kemasan	1pcs	Rp. 500
TOTAL		Rp. 4.354

Biaya produksi yang dikeluarkan dalam pembuatan 1kg briket ampas kopi Oeripsae yang siap dipasarkan yaitu sebesar Rp. 4.554.

2. Biaya Pemasaran

Tabel 2. 3 Biaya pemasaran

Keterangan	Jumlah	Harga
-------------------	---------------	--------------

Canva Pro	1/bulan	Rp.20.000
Nomor Khusus Bisnis	1	Rp.10.000
Iklan Shopee	1	Rp.25.000
Total Biaya Pemasaran		Rp.55.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwasannya dalam pengalokasian dana pemasaran dengan divisi keuangan, divisi pemasaran menggunakan sejumlah dana Rp. 55.000 untuk tahap awal. Biaya tersebut digunakan untuk membeli lisensi akun Canva Pro sebesar Rp. 20.000 selama satu tahun, agar dapat digunakan dalam mendesign logo, kemasan, feed Instagram, pamflet maupun berbagai keperluan pemasaran yang bersangkutan dengan gambar. Selanjutnya biaya pemasaran sebesar Rp. 10.000 yang digunakan untuk membeli kartu perdana XL guna menjadi nomor khusus bisnis briket ampas kopi Oeripsae. Anggaran ini dapat diubah dengan seiringnya waktu sesuai dengan kebutuhan pemasaran dikemudian hari. Dana pemasaran yang terakhir yaitu digunakan untuk menyewa iklan di marketplace shopee selama satu minggu. Penentuan dalam pengalokasian dana pemasaran ini dapat berubah sewaktu-waktu menyesuaikan dengan kebutuhan dikemudian hari.

3. Laporan Laba Rugi

Tabel 2. 4 Laba rugi

Laporan Laba Rugi	
Pendapatan	
Penjualan	0
Total Pendapatan	0
Pengeluaran	
Pembelian Peralatan dan bahan baku	349.200
Biaya Pemasaran	55.000

Labar (Rugi) Bersih	(404.200)
---------------------	-----------

Pada bulan Agustus ini, penulis yang bertugas sebagai bagian keuangan melakukan kegiatan pencatatan atau penulisan laba – rugi yang terdapat pada periode ini. Kemudian pada bulan Agustus ini belum terdapat kegiatan jual – beli yang dilakukan oleh Oeripsae sehingga tidak terdapat pemasukan dan dana yang digunakan masih dari Modal Tim Oeripsae.

D. Menganalisis Aspek Keuangan

Menganalisa aspek keuangan merupakan aspek yang sangat penting untuk dilakukan bagi setiap divisi keuangan pada suatu perusahaan atau bisnis. Dalam menganalisa suatu bisnis diperlukan beberapa indikator penting yang harus dilakukan untuk menilai tingkat kelayakan pada suatu bisnis. Oleh karena itu penulis menentukan beberapa indikator pada aspek keuangan bisnis *trois diffuser* yaitu modal, fixed cost, variable cost, total cost, depreciation, Harga Penjualan Produk (HPP), dan Break Even Point (BEP). Dibawah ini merupakan penjelasan dari beberapa indikator tersebut.

1. Modal atau Sumber Dana

Dalam pengumpulan modal awal, Tim Oeripsae mengumpulkan modal sebesar Rp. 1.500.000,- dengan menggunakan akad Musyarakah , dan dan persenan nisbah bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Adapun Rukun Akad Musrakah yaitu :

- a. Ijab kabul/Shigat
- b. Pihak-pihak yang berakad/aqidain (Tim Oeripsae)
- c. Objek akad/Mauqud Alaih : Modal
- d. Bagi Hasil/Nisbah : Tim Oeripsae

Skema Musyarakah



Kebutuhan Dana	Rp 1.500.000
Modal Sendiri 1	Rp 500.000
Modal Sendiri 2	Rp 500.000
Modal Sendiri 3	Rp 500.000

Persentase Kepemilikan Modal

Total kebutuhan dana usaha sebesar Rp 1.500.000, yang berasal dari modal sendiri dengan rincian sebagai berikut:

- Pemilik Modal 1 : Rp 500.000
- Pemilik Modal 2 : Rp 500.000
- Pemilik Modal 3 : Rp 500.000

Berdasarkan jumlah modal yang disetor, maka persentase kepemilikan modal masing-masing pemilik adalah:

- Pemilik Modal 1 = $\text{Rp } 500.000 \div \text{Rp } 1.500.000 \times 100\% = 33,33\%$
- Pemilik Modal 2 = $\text{Rp } 500.000 \div \text{Rp } 1.500.000 \times 100\% = 33,33\%$
- Pemilik Modal 3 = $\text{Rp } 500.000 \div \text{Rp } 1.500.000 \times 100\% = 33,33\%$

Pembagian keuntungan usaha disepakati menggunakan prinsip musyarakah, yaitu pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan dan kontribusi modal. Dari laba bersih usaha yang diperoleh, 90% dibagikan kepada para pemilik modal,

sedangkan 10% dialokasikan sebagai dana kas usaha.

Dengan demikian, masing-masing pemilik modal memperoleh bagian keuntungan sebesar 30% dari total laba bersih usaha.

Dana kas usaha sebesar 10% digunakan untuk menunjang keberlangsungan dan pengembangan usaha. Adapun pembagian penggunaan dana kas usaha tersebut adalah sebagai berikut:

- Biaya produksi 50%
- Biaya promosi 10%
- Biaya operasional 10%
- Biaya lain-lain 30%

Pembagian dana tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan produksi, promosi, operasional, serta kebutuhan lain yang bersifat tidak terduga agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

2. Fixed Cost

Biaya tetap (fixed cost) adalah suatu pengeluaran biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dapat dipengaruhi perubahan output kegiatan, atau aktivitas kegiatan tertentu pada suatu bisnis atau usaha.

Tabel 2. 1 Fixed cost

No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga (Rp)
1	Nampan	1		35.000
2	Timbangan	1		65.000
3	Bahan Cetakan Briket	20/pcs		20.000
4	Wajan	1		45.000
5	Sutil	1		25.000
6	Saringan Ayak	1		15.000
7	Ember	1		17.000
8	Palu	1		50.000

TOTAL	272.000
--------------	---------

3. *Variable Cost*

Biaya variable (Variable Cost) adalah biaya yang akan berubah tergantung pada perubahan proposional pada tingkat aktivitas dari suatu bisnis. Hal ini bergantung atau menyesuaikan dengan tingkat permintaan dan penawaran dari suatu barang ataupun jasa. Untuk melihat variable cost dapat melakukan penentuan dari instrument pengeluaran bertambah atau berkurang pada bisnis.

Tabel 2. 2 Variable cost

No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Tapioka	1kg	14.400	14.400
2	Gas LPG 3kg	1	22.000	36.400
	Total			

Pada table variable cost diatas terdapat tiga poin yang menjadi prioritas utama dalam bisnis Arang Briket Oeripsae terdiri dari kebutuhan bahan baku. Untuk poin bahan baku ini bisa berubah ubah pada biaya pengeluarannya karena tim Oeripsae masih melakukan produksi dalam skala kecil.

4. *Total Cost*

Biaya total (Total Cost) adalah biaya pengeluaran secara keseluruhan selama proses produksi baik biaya tetap ataupun biaya variable digunakan untuk mengetahui jumlah total biaya yang dikeluarkan pada suatu bisnis. Maka dengan demikian dapat dikatakan gabungan antara Variable Cost dan Fixed Cost dapat disebut dengan Total Cost.

No	Jenis	Jumlah
1	Fixed Cost	272.000
2	Variable Cost	36.400
	Total	308.400

Pada perhitungan table total cost diatas jumlah yang dibutuhkan bisnis Arang Bricket Oeripsae dalam memproduksi 1 bulan sebesar Rp 308.400. Hasil Total

cost merupakan hasil penjumlahan dari variable cost dan fixed cost.

5. Depreciation (Biaya Penyusutan)

Pada setiap aset yang dimiliki suatu bisnis, pasti mengalami penurunan dari segi nilai, manfaat atau volume dari kekayaan yang dimiliki. Maka biaya penyusutan adalah biaya yang diperhitungkan apabila aset atau kekayaan dari suatu bisnis mengalami penurunan jumlah atau nilai akibat pemakaian dalam jangka waktu yang lama atau perkiraan umur ekonomis (economical life time) dari suatu barang.

Tabel 2. 3 Depreciation

No	Nama Alat	Harga (Rp)	Masa Pakai (bulan)	Penyusutan per Bulan (Rp)	Penyusutan Per tahun (Rp)
1	Nampan	35.000	12	2.917	35.000
2	Timbangan	65.000	12	5.417	65.000
3	Bahan Cetakan Briket	20.000	12	1.667	20.000
4	Wajan	45.000	12	3.750	45.000
5	Sutil	25.000	12	2.083	25.000
6	Saringan Ayak	15.000	12	1.250	15.000
7	Ember	17.000	12	1.417	17.000
8	Palu	50.000	12	4.167	50.000
	Total	272.000		22.668	272.000

Pada table diatas merupakan perhitungan biaya penyusutan yang dimiliki oleh bisnis Arang Bricket Oeripsae terdapat 8 poin yang memiliki biaya penyusutan yang berbeda disetiap tahun dan bulannya. Untuk biaya penyusutan per tahunnya memiliki total keseluruhan sebesar Rp 272.000 dan biaya penyusutan biaya per bulanya memiliki total keseluruhan sebesar Rp 22.668.

6. Harga Pokok Penjualan (HPP)

Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah jumlah biaya dalam melakukan pembuatan suatu barang dan indikator ini sangat penting untuk menentukan sebuah bisnis yang dijalankan apakah mengalami keuntungan atau kerugian. Selain itu jumlah total pembuatan barang akan dikurangi dengan pendapatan kotor agar hasil pendapatan bersih bisa diketahui jumlahnya.

Biaya HPP Pembuatan Arang Bricket Ampas Kopi

No	Barang	Keterangan	Jumlah Harga (Rp)
1	Ampas Kopi	1000gr	0
2	Tepung Kanji	160gr	2.304
3	Packaging	1 pcs	1.550
4	Sticker Kemasan	1 pcs	500
5	Air		
6	Biaya Penyusutan Alat	1 Bulan Produksi	567
TOTAL			4.921

Penetapan harga Rp25.000 per kilogram pada briket ampas kopi Oeripsae dilakukan dengan pendekatan *value-based pricing*, dengan mempertimbangkan nilai tambah produk sebagai briket inovatif berbasis limbah yang ramah lingkungan serta memiliki kualitas pembakaran yang stabil dan bentuk yang seragam. Harga tersebut tidak semata-mata mencerminkan berat produk, tetapi juga proses produksi yang meliputi pengumpulan bahan baku, pengeringan, karbonisasi, hingga pengemasan yang memerlukan biaya operasional.

Jika dibandingkan dengan arang briket kayu konvensional, produk ini memiliki diferensiasi pada aspek keberlanjutan bahan baku, konsistensi kualitas, serta potensi pembakaran yang lebih terkendali. Arang kayu umumnya dijual sebagai komoditas tanpa nilai inovasi, sedangkan briket ampas kopi menawarkan konsep *circular economy* dan nilai lingkungan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi segmen pasar tertentu, seperti coffee shop dan pelaku usaha kuliner.

Dari harga jual Rp25.000 per kilogram, setelah dikurangi biaya operasional produksi sebesar Rp4.921 dan pajak penjualan marketplace Shopee sebesar Rp1.625, diperoleh laba sebesar Rp18.454 per kilogram. Perhitungan ini menunjukkan bahwa briket ampas kopi Oeripsae memiliki margin yang kuat dan prospek bisnis yang berkelanjutan, sekaligus tetap kompetitif dalam kategori briket bernilai tambah di pasaran.

Perhitungan Keuntungan per 1kg Arang Briket

Biaya Oprasional	Harga
HPP	Rp. 4.921
Harga Jual per kg	Rp. 25.000
PPh	Rp. 1.625
Laba Bersih Setelah Pajak	Rp. 18.454

7. Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) adalah suatu kondisi yang dialami suatu perusahaan atau bisnis dalam kegiatan operasionalnya tidak mengalami adanya keuntungan atau kerugian. Maka, dapat dikatakan pendapatan yang dihasilkan dan biaya yang digunakan mengalami kondisi yang sama, sehingga menghasilkan laba pada titik nol. Maka untuk mengetahui titik impas pada keuangan suatu bisnis diperlukan melakukan analisa *Break Even Point (BEP)*. Hal tersebut sangat diperlukan untuk mengetahui tingkat dari aktivitas suatu bisnis dimana hasil pendapatan dari penjualan sama dengan jumlah biaya variable dan biaya tetapnya atau dapat dikatakan berada pada titik impas. Pada perhitungan Break Even Point (BEP) perlu menghitung jumlah hasil dari beberapa indikator yaitu *fixed cost*, *variable cost* dan harga pokok penjualan (HPP) yang telah ditentukan. Dibawah ini merupakan perhitungan titik impas dari bisnis Arang Bricket Oeripsae.

BEP (Kg) = $\frac{272.000}{18.454} = 14,7\text{kg}$
18.454

Berdasarkan perhitungan BEP diatas kita memerlukan penjualan arang briket ampas kopi sebanyak 15 kg (Pembulatan dari 14,7kg), setelah

tercapai, penjualan berikutnya mulai menghasilkan laba bersih murni

8. Proyeksi Pendapatan & Rasio Keuangan

A. Proyeksi Pendapatan berikut merupakan estimasi pendapatan dari penjualan arang briket ampas kopi dalam periode 3 bulan penjualan dengan asumsi penjualan 50kg per bulan, berikut perhitungan proyeksi pendapatannya :

Bulan	Penjualan	Pendapatan Kotor	HPP Total	Pajak Total	Laba Bersih
Bulan 1	50kg	Rp 1.250.000	Rp 327.300	Rp 81.250	Rp 841.450
Bulan 2	50kg	Rp 1.250.000	Rp 327.300	Rp 81.250	Rp 841.450
Bulan 3	50kg	Rp 1.250.000	Rp 327.300	Rp 81.250	Rp 841.450
Total	150kg	Rp 3.750.000	Rp 981.900	Rp 243.750	Rp 2.524.350

Berdasarkan perhitungan proyeksi pendapatan dalam periode 3 bulan penjualan pendapatan kotor kami mencapai **Rp 3.750.000** dan menghasilkan keuntungan laba bersih sebesar **Rp 2.524.350**, dengan total penjualan 150kg Arang Briket Ampas Kopi

B. Rasio Keuangan

$$ROE = \frac{2.524.350}{1.000.000} \times 100\% = 252,43\%$$

Hasil Analisis :

ROE 252,43% → Kinerja modal sangat baik. Setiap Rp 1 modal menghasilkan Rp 2,52 laba dalam 3 bulan.

ROA

(Total Aset = Aset Tetap + Aset Lancar = 272.000 + 500.000 = Rp 772.000)

$$ROA = \frac{2.524.300}{772.000} \times 100\% = 326,8\%$$

Hasil Analisis

ROA 326,8% → Aset bisnis digunakan sangat efisien, karena menghasilkan laba besar dibanding nilai asetnya.

$$Current Ratio = \frac{500.000}{0} = \infty$$

Hasil Analisis

Current Ratio tak terhingga → Bisnis sangat likuid, artinya bisa memenuhi kewajiban jangka pendek dengan mudah (karena tidak ada utang).

9. Skenario Sensitivitas

Analisis sensitivitas yakni menggambarkan variasi nilai atau hasil dari suatu model sebagai respons terhadap perubahan pada beberapa variabel kunci, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan. Analisis ini dilakukan dengan mempertimbangkan satu variabel pada satu waktu dan selalu mengasumsikan adanya independensi antara variabel-variabel yang mempengaruhi atau menentukan nilai dalam model tersebut (Gaytán Cortés (2022))

Berikut Tabel Skenario Sensitivitas terhadap perubahan penting seperti Harga jual dan Biaya produksi (HPP) :

Tabel 2. 4 Skenario Sensitivitas

No	Harga jual/kg	Laba Bersih/kg	Total laba (150kg)	BEP (kg)
1	Rp 23.000	Rp 16.454	Rp 2.468.100	16,5
2	Rp 25.000	Rp 18.454	Rp 2.768.100	14,7
3	Rp 27.000	Rp 20.454	Rp 3.068.100	13,3

Tabel diatas merupakan Skenario dengan variabel Harga Jual Naik & Turun,dapat dilihat jika harga jual turun di angka Rp 23.000 maka mempengaruhi total laba dan lama nya titik impas (BEP) yang akan tercapai.Kesimpulannya Semakin tinggi harga jual, semakin besar laba & semakin cepat titik impas nya (BEP menurun)

No	HPP/kg	Laba Bersih/kg	Total laba (150kg)	BEP (kg)
1	Rp 4.500	Rp 18.875	Rp 2.831.250	14,4
2	Rp 4.921	Rp 18.454	Rp 2.534.350	14,7
3	Rp 6.000	Rp 17.375	Rp 2.606.250	15,7

Tabel diatas merupakan Skenario dengan variabel Biaya (HPP) Naik & Turun,dapat dilihat jika HPP turun di angka Rp 4.500 maka mempengaruhi total laba dan cepat nya titik impas (BEP) yang akan tercapai.Kesimpulannya Jika HPP naik, laba bersih menurun & butuh penjualan lebih banyak untuk BEP dan begitu juga sebaliknya, Jika HPP turun maka laba bersih meningkat dan semakin cepat juga titik impasnya.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Menjalankan sebuah usaha tidak akan berjalan tanpa hambatan apapun, terlebih lagi pada bisnis yang baru dirintis. Menjalankan sebuah bisnis harus siap dengan berbagai tantangan yang akan di hadapi dikemudian hari. Terlebih lagi pada produk bisnis yang terbilang cukup baru, seperti pada bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini. Dalam menjalankan bisnis briket ampas Oeripsae ini, terkhusus pada divisi Keuangan mengalami beberapa hambatan dan permasalahan.

Berikut beberapa permasalahan yang ditemukan ketika menjalankan bisnis produk briket ampas kopi Oeripsae sebagai berikut:

1. Masalah Internal SDM Oeripsae

Pada printisan bisnis Oeripsae sendiri mengalami permasalahan internal seperti kurangnya waktu kosong yang sama di antara ke-3 divisi. Penulis sebagai divisi keuangan beberapa kali tidak ikut menemani atau membantu divisi produksi dan divisi pemasaran sehingga untuk melakukan pencatatan arus kas keuangan seperti purchasing pun mengalami penghambatan dikarenakan terkendala penulis dalam mengatur jadwal kuliah dan waktu pelaksanaan perintisan bisnis Oeripsae.

2. Masalah Dalam Pencatatan Keuangan

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa sistem pencatatan keuangan pada objek penelitian masih bersifat sederhana dan belum sepenuhnya mengacu pada prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum. Proses pencatatan transaksi belum dilaksanakan secara terstruktur dan sistematis, serta belum menerapkan klasifikasi akun yang jelas. Selain itu, penerapan mekanisme debit dan kredit juga belum dilakukan secara konsisten dalam setiap transaksi yang terjadi. Di samping itu, belum terdapat pemisahan yang tegas antara transaksi yang bersifat pribadi dengan transaksi usaha. Kondisi tersebut menyebabkan laporan keuangan yang disusun belum mampu menyajikan informasi

yang menggambarkan kondisi keuangan usaha secara tepat dan akurat. Permasalahan tersebut berdampak pada kurang optimalnya penyediaan informasi keuangan yang relevan dan andal sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan serta evaluasi kinerja usaha.

3. Masalah Harga Produk

Penentuan harga dalam bisnis briket masih cukup tinggi. Dalam pemasaran briket ampas kopi Oeripsae ini ditentukan harga sebesar Rp. 25.000/1000 gram. Bila dibandingkan dengan harga briket konvensional lain seperti briket arang kayu dan batok kelapa dibandrol berkisaran Rp.

15.000 hingga Rp. 18.000/kg. Maka dari itu bila dibandingkan antara briketampas kopi Oeripsae ini dengan briket arang jenis lain, briket ampas kopi Oeripsae masih terbilang cukup tinggi untuk harga penjualannya. Untuk

masa pengenalan produk dan pemasaran awal produk masih belum bisa menentukan apakah dengan harga tersebut masih terbilang terjangkau atau terlalu mahal dengan *value* yang didapatkan dari adanya penggunaan briketampas kopi Oeripsae ini. Hal ini memerlukan riset mendalam selama penjualan produk dalam beberapa bulan apakah konsumen tertarik untuk membeli atau tidak. Sehingga harga yang digunakan dalam bisnis ini masih perlu adanya *riset* mendalam selama rentang waktu yang cukup panjang.

B. Tinjauan Teoritis Riset dan Keuangan

Pada dasarnya dalam memahami situasi atau konteks dari suatu tinjauan teoritis ini perlu memahami makna dari kalimat – kalimat yang tertulis sehingga tidak terjadi 64 kesalahan dalam memahami arti disetiap kalimat ataupun pada paragrafnya. Dalam hal ini penulis memaparkan beberapa teori mengenai keuangan yang berasal dari para ahli:

1. Riset

Riset pasar adalah suatu proses penelitian secara sistematis dan objektif dalam mengidentifikasi, analisis data, dan pengumpulan yang bertujuan untuk menyediakan suatu informasi untuk memecahkan permasalahan atau membantu untuk mengambil keputusan (Cooper and Emory 1995:60). Berdasar

pengertian riset tersebut ada 3 hal penting yang disampaikan:

- Proses riset dilakukan dengan cara sistematis dan terorganisasi.
- Riset merupakan proses yang berdasarkan adanya masalah pada suatu objek tertentu.
- Riset memiliki tujuan untuk memberikan informasi untuk menjawab suatu permasalahan secara spesifik.

Tabel 3. 1 Tinjauan Teoritis Tentang Keuangan

No	Teori	Definisi
1	Laporan Keuangan	laporan keuangan adalah memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva atau harta yang dimiliki suatu perusahaan, memberikan informasi jumlah modal dalam suatu perusahaan, memberikan perhitungan informasi keuntungan atau pendapatan dari suatu perusahaan, memberikan informasi jumlah pengeluaran biaya dari suatu perusahaan, dapat memberikan informasi mengenai perubahan yang terjadi pada aktiva, pasiva dan pada modal dari perusahaan dan dapat memberikan informasi mengenai pencatatan laporan keuangan yang terjadi pada suatu perusahaan (Kasmir,2018:11).
2.	Proyeksi Pendapatan	Proyeksi pendapatan adalah estimasi atau perkiraan mengenai jumlah pendapatan yang akan diperoleh oleh suatu perusahaan atau entitas dalam periode waktu tertentu di masa depan. Proyeksi ini didasarkan pada data historis, tren pasar, kondisi ekonomi, dan asumsi-asumsi bisnis yang relevan. Tujuannya adalah untuk membantu dalam perencanaan keuangan, pengambilan keputusan strategis, dan evaluasi kelayakan proyek atau investasi.(ADPERTISI(2020)
3	Laporan Laba – Rugi	Laporan laba rugi adalah melakukan suatu gambaran mengenai tingkat pendapatan dan biaya yang terjadi pada suatu periode sehingga memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai keberhasilan dan kegagalan kinerja dari suatu perusahaan. Laporan laba rugi juga dipergunakan dalam memperkirakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang. Dalam perhitungannya laba rugi

		adalah pendapatan yang dihasilkan dikurang dengan total seluruh beban biaya yang telah dikeluarkan (Kuswadi 2005:17).
4.	Analisis Titik Impas	Analisis titik impas digunakan untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan agar total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan berada pada posisi impas, tanpa laba atau rugi (Sartono, Agus (2010)
5	Biaya Produksi	Biaya Produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa dalam suatu periode tertentu. Biaya ini mencakup semua komponen yang terlibat dalam proses produksi, baik secara langsung maupun tidak langsung.
6	Rasio Keuangan	Rasio Keuangan adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan berdasarkan data dari laporan keuangan, seperti neraca dan laporan laba rugi. Rasio ini membantu menilai kesehatan keuangan, efisiensi operasional, dan profitabilitas suatu bisnis.
7	Skenario Sensitivitas	Skenario Sensitivitas adalah teknik analisis keuangan yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana perubahan variabel-variabel utama (seperti harga jual, volume penjualan, biaya produksi, suku bunga, dll.) mempengaruhi hasil akhir proyeksi keuangan suatu bisnis

C. Pemecahan Masalah Keuangan

Masalah yang terjadi dalam menjalankan sebuah bisnis dapat dihadapi dengan berbagai strategi yang ada, namun juga tidak dapat dipungkiri bahwasannya ada beberapa masalah yang tidak dapat dipecahkan. Masalah- masalah yang dihadapi dalam bisnis briket ampas kopi Oeripsae ini terjadi dari berbagai faktor yang ada. Faktor yang menyebabkan terjadinya permasalahan dalam bisnis ini dapat dibedakan menjadi dua faktor, faktor internal antar divisi yang ada dalam bisnis ini maupun faktor eksternal yang berasal dari luar badan bisnis briket ampas kopi Oeripsae. Penulis sebagai penanggung jawab dari divisi pemasaran bertanggung jawab dalam memecahkan permasalahan dari divisi pemasaran, solusi dari berbagai permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Pemecahan Masalah Internal SDM *Oeripsae*

Konflik internal ini bisa disebut dengan konflik kepentingan menurut teori konflik Dahrendorf, dimana konflik yang terjadi karena adanya perbedaan kepentingan oleh berbagai pihak yang sama-sama mencoba untuk mempertahankan kepentingan-kepentingan mereka sendiri. Menurut Stevenin seperti yang dikutip dalam Handoko (2001: 48), “ada lima langkah yang dapat diambil untuk mengatasi konflik. Langkah-langkah ini merupakan fondasi dalam mengatasi situasi sulit :

1. Pengenalan kesenjangan antara situasi yang ada atau teridentifikasi dengan situasi yang diharapkan. Salah satu bahaya yang mungkin terjadi adalah kesalahan dalam mengenali masalah atau menganggap ada masalah ketika sebenarnya tidak ada.
2. Kedua, diagnosis menjadi tahap yang sangat penting. Penggunaan metode yang benar dan teruji untuk mengetahui siapa, apa, mengapa, di mana, dan bagaimana adalah krusial. Fokus harus ditujukan pada inti permasalahan dan tidak terpaku pada hal-hal sepele.
3. Ketiga, setelah diagnosis, langkah selanjutnya adalah mencapai kesepakatan atas solusi. Ini melibatkan pengumpulan masukan dari pihak yang terlibat dan menyaring solusi-solusi yang tidak praktis atau tidak dapat diterapkan. Pilihan yang diambil haruslah yang terbaik.
4. Keempat, tahap pelaksanaan membutuhkan kewaspadaan terhadap kemungkinan keuntungan dan kerugian. Namun, keputusan tidak boleh terlalu dipengaruhi oleh pertimbangan ini, dan harus memperhatikan kepentingan semua pihak terlibat.
5. Terakhir, evaluasi merupakan tahap penting setelah penyelesaian diterapkan. Jika solusi tampak tidak berhasil, kembali ke langkah-langkah sebelumnya dan mencoba lagi.

Dikarenakan setiap divisi memiliki kepentingan masing-masing, harus dilakukan diskusi dan evaluasi bersama mengenai bisnis yang dijalankan dan harus memikirkan kepentingan bisnis Bersama dan tidak mementingkan kepentingan

individu saja, adanya diskusi dan evaluasi tersebut agar konflik serupa tidak terulang kembali di kemudian hari.

2. Pemecahan Masalah Harga Produk

Permasalahan harga pada briket ampas kopi Oeripsae muncul karena adanya persepsi bahwa harga Rp25.000 per kilogram lebih tinggi dibandingkan arang konvensional. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan pendekatan penetapan harga berbasis nilai (*value-based pricing*) dengan menekankan diferensiasi produk, yaitu penggunaan limbah ampas kopi sebagai bahan baku ramah lingkungan, kualitas pembakaran yang lebih stabil, serta bentuk briket yang seragam dan efisien dalam penggunaan.

Selain itu, dilakukan perhitungan struktur biaya secara rinci untuk memastikan harga yang ditetapkan tetap rasional dan berkelanjutan. Dengan biaya operasional produksi sebesar Rp4.921 dan pajak marketplace Rp1.625 per kilogram, harga Rp25.000 masih memberikan margin yang sehat tanpa mengabaikan daya saing pasar. Strategi ini menunjukkan bahwa harga bukan ditentukan secara arbitrer, melainkan berdasarkan analisis biaya, nilai produk, serta positioning sebagai briket inovatif bernilai tambah.

Melalui penegasan keunggulan produk dan transparansi perhitungan biaya, persepsi harga yang dianggap tinggi dapat dijelaskan secara logis dan akademis, sehingga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

3. Data Penjualan

Selama periode tiga bulan, total penjualan mencapai 31 kilogram dengan total pendapatan Rp 775.000 dan laba bersih Rp 556.570. Penjualan menunjukkan pola yang stabil dan positif, dengan peningkatan nyata pada bulan September 2025.

Tabel 3. 2 Data penjualan

Tanggal	Jumlah Arang Briket (Kg)	Harga
---------	--------------------------	-------

14/08/2025	2 Kg	50.000
23/10/2025	4 Kg	100.000

Berdasarkan data pada Tabel 3.2, penjualan arang briket Oeripsae tercatat pada dua transaksi, yaitu tanggal 14/08/2025 sebesar 2 kilogram dengan nilai penjualan Rp50.000, serta tanggal 23/10/2025 sebesar 4 kilogram dengan nilai penjualan Rp100.000. Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan volume pembelian pada transaksi kedua.

Perbedaan jumlah pembelian ini mengindikasikan variasi kebutuhan konsumen, di mana pembelian dalam jumlah lebih besar berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan. Secara umum, pola transaksi yang tercatat menunjukkan bahwa produk telah mengalami permintaan meskipun masih dalam frekuensi penjualan terbatas.

4. Proyeksi Pendapatan

Selama periode **Agustus hingga Oktober 2025**, usaha arang briket **Oeripsae** mencatat penjualan aktual sebesar **31 kilogram** dengan harga jual **Rp 25.000/kg**, menghasilkan **pendapatan kotor (omzet)** sebesar **Rp 775.000**. Rincian pendapatan per bulan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Proyeksi pendapatan

Bulan	Volume Penjualan (kg)	Harga Jual per kg	Pendapatan (Rp)
Agustus	10 kg	Rp 25.000	Rp 250.000
September	11 kg	Rp 25.000	Rp 275.000
Oktober	10 kg	Rp 25.000	Rp 250.000
Total	31 kg	—	Rp 775.000

Proyeksi ini menunjukkan bahwa dalam jangka waktu tiga bulan, rata-rata penjualan per bulan sebesar **10–11 kg**, dengan potensi pertumbuhan apabila

strategi pemasaran digital dan jaringan mitra lokal terus diperkuat. Adapun **biaya tetap (fixed cost)** tahunan sebesar **Rp 272.000** berasal dari total investasi alat produksi sederhana seperti nampan, timbangan, wajan, sutil, ember, dan alat cetak, yang nilainya dibagi berdasarkan asumsi masa manfaat satu tahun. Biaya tetap ini relatif kecil karena alat yang digunakan bersifat tahan lama dan tidak membutuhkan perawatan intensif.

Tabel 3.4 Realita Penjualan

Tangga & Bulan	Volume Penjualan (Kg)	Harga Jual (Kg)	Pendapatan (Rp)
14/08/2025	2 Kg	25.000	Rp 50.000
23/10/2025	4 Kg	25.000	Rp 100.000

Realita penjualan pada Tabel 3.4 menunjukkan bahwa selama periode pengamatan, transaksi yang terjadi tercatat pada bulan Agustus dan Oktober dengan total volume penjualan sebesar 6 kilogram. Dengan harga jual Rp25.000 per kilogram, total pendapatan yang diperoleh mencapai Rp150.000.

Data realisasi ini mengindikasikan bahwa penjualan aktual masih berada di bawah angka proyeksi, yang dapat dipengaruhi oleh faktor seperti tahap awal pemasaran, tingkat awareness produk yang masih berkembang, serta keterbatasan jangkauan distribusi. Meskipun demikian, adanya transaksi penjualan menunjukkan bahwa produk telah diterima pasar dan memiliki potensi untuk mengalami pertumbuhan seiring penguatan strategi promosi dan perluasan jaringan penjualan.

5. Biaya Produksi

Biaya produksi terdiri atas biaya tetap (investasi alat) dan biaya variabel (bahan baku, tenaga kerja, dan operasional).

Tabel 3. 4 Biaya produksi

Bahan baku	Satuan	Biaya
------------	--------	-------

Ampas kopi	1000gr	Rp. 0
Tepung kanji	160gr	Rp. 2.304
Air	1200ml	Rp. 0
Packaging	1pcs	Rp. 1.550
Stiker kemasan	1pcs	Rp. 500
Biaya Penyusutan Alat	1 bulan produksi	Rp. 567
TOTAL		Rp. 4.921

Karena penjualan dilakukan langsung tanpa potongan platform, maka tidak ada biaya komisi. Dengan harga jual Rp 25.000/kg, diperoleh laba bersih per kg sebesar Rp 20.079, yang merupakan selisih antara harga jual dan HPP.

6. Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan (6 kg × Rp 25.000)	150.000
Biaya Produksi (6 kg × Rp 4.921)	29.526
Total Biaya	29.526
Laba Kotor = Laba Bersih	Rp 120.474

Karena tidak ada pajak penjualan atau potongan e-commerce, maka laba bersih sama sama dengan laba kotor. Margin keuntungan per kilogram dihitung sebagai berikut:

$$\text{Margin} = (20.079 \div 25.000) \times 100\%$$

$$= 0,80316 \times 100\%$$

$$= 80,3\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa produk memiliki tingkat efisiensi biaya yang tinggi serta margin keuntungan yang kuat.

7. Analisis Titik Impas

$$\text{BEP (unit)} = \text{Biaya Tetap} \div \text{Laba Bersih per Unit} = \text{Rp } 272.000 \div \text{Rp } 20.079 =$$

13,55 kg (dibulatkan 14 kg)

Dengan demikian, usaha Oeripsae mencapai titik impas setelah menjual sekitar 14 kg briket.

Berdasarkan data realita penjualan Agustus – Oktober dengan total volume penjualan sebesar 6kg, usaha belum mencapai titik impas. Hal ini menunjukkan bahwa pada periode tersebut bisnis masih berada dalam fase pemulihan biaya tetap (Cost Recovery Stage). Namun selisih menuju BEP relatif kecil, Sehingga peningkatan volume penjualan melalui penguatan promosi dan perluasan pasar berpotensi pencapaian titik impas pada periode berikutnya.

8. Arus Kas

Berikut merupakan pencatatan arus kas berdasarkan Penjualan Arang Briket periode Agustus-Oktober 2025

Jenis Arus Kas	Keterangan	Jumlah (Rp)
Kas Masuk	Penjualan Ags–Okt	150.000
Kas Keluar	Biaya Produksi + Investasi Alat	301.526
Kas Bersih dari Operasional	—	–Rp151.526

Berdasarkan Tabel Arus Kas periode Agustus–Oktober 2025, total kas masuk dari penjualan arang briket tercatat sebesar Rp150.000. Sementara itu, kas keluar terdiri dari biaya produksi sebesar Rp29.526 untuk menghasilkan 6 kilogram arang briket serta investasi alat sebesar Rp272.000. Dengan demikian, total kas keluar mencapai Rp301.526.

Kas bersih operasional pada periode tersebut dihitung sebagai selisih antara kas masuk dan kas keluar, yaitu Rp150.000 dikurangi Rp301.526, sehingga diperoleh kas

bersih sebesar –Rp151.526.

Arus kas negatif ini menunjukkan bahwa pada fase awal usaha, pendapatan yang diperoleh belum mampu menutup keseluruhan pengeluaran, terutama yang berasal dari komponen investasi alat. Kondisi tersebut masih tergolong wajar dalam tahap perintisan bisnis, di mana beban biaya awal cenderung lebih besar. Seiring peningkatan volume penjualan dan optimalisasi kapasitas produksi, arus kas berpotensi bergerak menuju kondisi positif pada periode selanjutnya.

9. Rasio Kas

Rumus : $\text{Cash Ratio} = (\text{Kas} \div \text{Kewajiban Lancar}) \times 100\%$

Pada periode Agustus–Oktober 2025, usaha Oeripsae tidak memiliki utang atau kewajiban lancar. Oleh karena itu, Cash Ratio tidak dapat dihitung secara numerik karena tidak terdapat kewajiban jangka pendek sebagai pembagi. Secara konsep, kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak menghadapi tekanan pembayaran kewajiban lancar.

Namun demikian, meskipun tidak terdapat kewajiban lancar, arus kas bersih pada periode ini tercatat negatif sebesar –Rp151.526. Kondisi tersebut disebabkan oleh pengeluaran investasi awal dan biaya produksi yang lebih besar dibandingkan penerimaan dari penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa posisi likuiditas secara kewajiban masih aman, tetapi cashflow operasional belum sepenuhnya stabil.

Dengan demikian, usaha tidak mengalami risiko gagal bayar jangka pendek, namun tetap memerlukan peningkatan volume penjualan agar arus kas dapat bergerak menuju kondisi positif pada periode berikutnya.

10. Rasio Keuangan

Rasio	Rumus	Hasil	Interpretasi
ROE (Return on Equity)	$(\text{Rp}120.474 \div \text{Rp}1.500.000) \times 100\%$	8,03%	Menunjukkan bahwa pada periode awal usaha, pengembalian terhadap modal

			masih relatif rendah karena skala penjualan yang masih terbatas.
ROA (Return on Assets)	$(\text{Rp}120.474 \div \text{Rp}272.000) \times 100\%$	44,3%	Menunjukkan bahwa aset yang digunakan dalam produksi mampu menghasilkan laba secara efisien.
Rasio Likuiditas	$(\text{Kas} \div \text{Kewajiban Lancar})$	>1	Tidak terdapat tekanan kewajiban jangka pendek, namun arus kas bersih masih negatif akibat pengeluaran investasi awal..

Rasio keuangan menunjukkan bahwa usaha telah menghasilkan laba meskipun volume penjualan masih terbatas. ROE yang relatif rendah mencerminkan bahwa pengembalian modal belum optimal pada periode awal, sedangkan ROA yang tinggi menunjukkan efisiensi penggunaan aset. Kondisi arus kas negatif dipengaruhi oleh investasi awal, yang secara umum masih wajar dalam tahap perintisan usaha.

11. Skrenario Sensitivitas

Skenario	Perubahan Asumsi	Dampak terhadap Laba Bersih
Harga Jual Naik 10%	Rp 27.500/kg	Rp135.474
Harga Jual Turun 10%	Rp 22.500/kg	Rp105.474
HPP Naik 10%	Rp 5.413 /kg	Rp117.522
HPP Turun 10%	Rp 4.429/kg	Rp123.426

Analisis sensitivitas menunjukkan bahwa perubahan harga jual memberikan dampak paling signifikan terhadap laba bersih dibandingkan perubahan HPP. Penurunan harga jual 10% menurunkan laba lebih besar dibandingkan kenaikan HPP 10%. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha lebih sensitif terhadap fluktuasi harga jual, sehingga strategi stabilisasi harga dan penguatan nilai produk menjadi penting untuk menjaga profitabilitas.

D. METODOLOGI

1. Pendekatan yang digunakan

Penulisan laporan ini menggunakan pendekatan inisiasi bisnis yang menekankan pada implementasi langsung ide bisnis dalam bentuk proyek percontohan usaha mikro. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi peluang bisnis, mencatat transaksi keuangan, dan mengevaluasi kelayakan bisnis berdasarkan data nyata.

2. Tahapan metodologis

Metodologi untuk mendirikan bisnis ini terdiri dari beberapa tahap.

a) Identifikasi masalah dan peluang.

Data mengenai potensi limbah kafe dikumpulkan melalui survei skala kecil di kafe-kafe di Yogyakarta.

b) Riset pasar:

Permintaan dan pesaing ditentukan menggunakan Google Trends, Shopee, Tokopedia, dan Facebook Marketplace.

c) Perencanaan dan pengujian produk:

Melakukan uji coba produksi briquette dari limbah kopi, serta menyesuaikan bahan baku, kemasan, dan desain branding.

d) Evaluasi keuangan dan keuangan:

Mencatat arus kas, menghitung HPP, menyiapkan laporan laba rugi, dan menganalisis BEP, ROE, dan ROA, serta skenario sensitivitas harga.

e) Evaluasi Masalah dan Solusi:

Menganalisis tantangan internal dan eksternal yang muncul selama fase awal bisnis dan merumuskan strategi untuk mengatasinya.

3. Alat dan Teknik Analisis

- Microsoft Excel: untuk membuat laporan keuangan dan menghitung rasio.
- Google Trends: untuk analisis minat pasar.
- Marketplace Analysis: Shopee dan Tokopedia untuk validasi kompetitor.
- Teori Akuntansi Dasar dan Manajemen UMKM sebagai referensi analisis keuangan.

4. Landasan Teori

Metode ini didukung oleh teori-teori dari:

- Kasmir (2018): Laporan Keuangan.
- Cooper & Emory (1995): Riset Pasar.
- ADPERTISI (2020): Proyeksi Pendapatan dan Evaluasi Kelayakan Usaha.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari Agustus hingga Oktober 2025, bisnis arang briket Oeripsae pada skala UMKM menunjukkan realisasi penjualan sebesar 6 kilogram. Dengan harga jual Rp25.000 per kilogram, total pendapatan yang diperoleh mencapai Rp150.000. Setelah dikurangi biaya produksi sebesar Rp29.526, usaha menghasilkan laba bersih sebesar Rp120.474, atau Rp20.079 per kilogram.

Meskipun usaha telah menghasilkan laba secara operasional, arus kas bersih pada periode ini masih tercatat negatif sebesar –Rp151.526. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh adanya pengeluaran investasi awal alat produksi yang bersifat jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas telah terbentuk, namun cashflow masih berada dalam tahap pemulihan biaya awal usaha.

Berdasarkan analisis titik impas (BEP), usaha diperkirakan mencapai kondisi impas pada volume penjualan sekitar 14 kilogram. Dengan demikian, volume penjualan aktual masih berada di bawah BEP, sehingga peningkatan penjualan menjadi faktor kunci dalam mempercepat pemulihan investasi dan perbaikan arus kas.

Secara keseluruhan, usaha arang briket Oeripsae memiliki potensi pengembangan yang positif. Margin keuntungan per kilogram yang tinggi mencerminkan efisiensi biaya produksi, sementara ketersediaan bahan baku limbah kopi yang berkelanjutan serta strategi pemasaran digital menjadi peluang untuk meningkatkan skala penjualan pada periode berikutnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis keuangan dan operasional selama periode Agustus–Oktober 2025, berikut beberapa saran untuk pengembangan dan keberla

Berdasarkan hasil analisis keuangan dan operasional selama periode Agustus–Oktober 2025, berikut beberapa saran untuk pengembangan dan keberlanjutan usaha arang briket Oeripsae: njukan usaha arang briket Oeripsae:

1. Peningkatan Volume Penjualan

Usaha belum mencapai titik impas ($BEP \pm 14 \text{ kg}$), sehingga diperlukan upaya peningkatan penjualan melalui perluasan pasar, baik pada segmen rumah tangga, coffee shop, maupun pelaku usaha kuliner yang membutuhkan bahan bakar alternatif.

2. Optimalisasi Pemasaran Digital

Promosi melalui media sosial yang telah dijalankan perlu ditingkatkan dengan konten edukatif mengenai keunggulan produk (ramah lingkungan, efisiensi pembakaran, dan inovasi bahan baku). Strategi seperti testimoni pelanggan, video penggunaan produk, dan kolaborasi dengan coffee shop berpotensi meningkatkan awareness.

3. Penguatan Positioning Produk

Produk Sebaiknya diposisikan sebagai briket inovatif berbasis limbah kopi dengan nilai keberlanjutan, bukan semata-mata sebagai pengganti arang konvensional. Diferensiasi ini penting untuk menghindari persaingan harga langsung dengan arang biasa.

4. Efisiensi dan Kontrol Biaya Produksi

Pertahankan efisiensi HPP (Harga Pokok Produksi) dengan melakukan pencatatan biaya harian dan pengawasan penggunaan bahan baku. Evaluasi proses produksi secara berkala untuk menghindari pemborosan bahan atau energi.

5. Pengembangan Jaringan Distribusi

Perluas jangkauan pasar melalui kerja sama dengan toko alat masak, kios bahan bakar alternatif, atau komunitas pecinta kopi untuk memperkuat jaringan distribusi offline.

6. Manajemen Arus Kas

Karen Arus kas masih negatif akibat investasi awal, perlu dilakukan pengendalian pengeluaran non-esensial dan fokus pada aktivitas yang langsung mendorong penjualan. Perencanaan Cashfow bulanan disarankan untuk menjaga stabilitas operasional

DAFTAR PUSTAKA

- Aliasuddin, Tabrani M, Rahmi N. 2020. Pengembangan pupuk ampas dari ampas kopi di Banda Aceh. *JCommdev*. 1(1):1-11.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Charli, C. O. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40-48.
- Evianti, D. (2019). Perancangan SOP Divisi Keuangan Dalam Menunjang Sistem Penerimaan dan Pengeluaran Kas PT. Smartelco Solusi Teknologi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 7(3), 361-368.
- Hapsari, W. T., & Pabulo, A. M. A. (2023). Optimasi WhatsApp Business Sebagai Media Pemasaran Produk Pada UMKM Di Condongcatur, Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 1(1).
- Harkim, H., Sugihato, B., Simanungkalit, R. V., Siregar, I., Andriani, M., & Marwan,
- Iswandi, A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Pada Masyarakat Kelurahan Tegalsrejo Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2), 1445- 1450.
- Iswandi, A. (2021). Analisis Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia (Sdm) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Dan Motivasi Melalui Reward System (Artikel Studi Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 1(3), 280-288.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82.
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. Com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), 20-29.
- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal

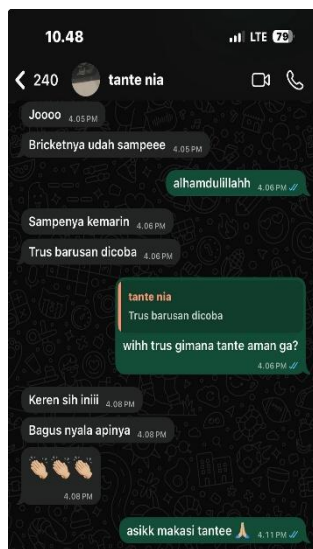
- melalui Desain Logo. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 1(3), 342-351.
- Muspawi, M. (2014). *Manajemen konflik (upaya penyelesaian konflik dalam organisasi)* (Vol. 16). Jambi University.
- Nugroho, A. N. D. (2010). Peran Divisi Produksi Pada Biro Iklan dan Clothing “Garis Tepi” Dalam Menjaga Hubungan dengan Konsumen.
- Nurahman, I., & Indrianto, A. P. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Website, Reputasi Vendor Dan Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Situs Online Bukalapak Di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 506-518.
- Nurani, S. R. (2018). Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen*, 2(2), 127-130.
- Norman, Efrita, Husenudin, Abdul, & Pahlawati, Enah. (2022). Strategi Memilih Traffic yang Sesuai dengan Bisnis Para Pedagang Pusat Grosir Bogor Merdeka. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 45–53.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191–202.
- Rahayu, R. S. (2018). Studi literatur: Peranan Bahasa Inggris Untuk Tujuan Bisnis Dan Pemasaran. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(4), 149-158.
- Resdiana, W., & Zahirah, N. A. (2019). Pemilihan Vendor Pengadaan Barang Tingkat Kabupaten Menggunakan Metode Saw (Simple Additive Weighting). *Jurnal Teknik Informatika*, 11(1), 1-6.
- Saputro, A., Anif, M., & Prasetyo, B. H. (2022). Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 194-201.
- Siahaan W, Suntari R. 2019. Pengaruh aplikasi kompos ampas kopi terhadap perubahan sifat kimia andisol Ngabab, Kabupaten Malang. *Jurnal Tanah dan Sumberdaya Lahan*. 6(1):1123-1132. doi: 10.21776/ub.jtsl.2019.006.1.11.
- Sulistyo, Y., & Wikartika, I. (2024). Pembuatan Logo Guna Membangun Branding Pada UMKM Sambel Pecel Lima Dua Kelurahan Gunung Anyar.

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 5(1), 48-54.

Wijayanti, N. W. E., Putri, N. W. S., Suryana, I. G. P. E., Suryati, K., Kartini, K. S., Wardika, I. W. G., & Krisna, E. D. (2021). Pelatihan bisnis online menggunakan aplikasi shopee. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 5(1), 206- 215.

Yusup, H., Lukman, L., & Gusnawaty, G. (2024). Pengaruh Nama Merek terhadap Citra pada Kuliner Lokal di Kota Makassar. Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 10(1), 284-293.

LAMPIRAN



27/10/2025 10:54:49 PM	RB-3884943- 41085243	GoRide	Jalan Cempaka Baru, Blok B No. 5 Jalan Cempaka Baru, Blok B No. 5, Condong Catur, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia	COSAN Kotabaru Jl. Patimura No. 3, Kotabaru, Gondokusuman, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55224	GoPay	Rp21.500
23/10/2025 05:18:25 PM	GK-91- 240309768	GoSend	6CW5+W5M 6CW5+W5M, Jl. Cemp. Baru, Dero, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283, Indonesia	Rumah Fatih Jamil Glondong, Wirokerten, Banguntapan, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta, Indonesia	GoPay	Rp39.500

19/08/2025 11:14:28 PM	RB-134680- 8832726	GoRide Hemat	Jalan Cempaka Baru, Blok B No. 5 Jalan Cempaka Baru, Blok B No. 5, Condong Catur, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia	COSAN Kotabaru Jl. Patimura No. 3, Kotabaru, Gondokusuman, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55224	GoPay	Rp15.500
14/08/2025 10:00:12 PM	GK-91- 221498164	GoSend	6CW5+W5M 6CW5+W5M, Jl. Cemp. Baru, Dero, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283, Indonesia	Apotek Mataram Farma Jl. Karanglo No.48, Purbayan, Kec. Kotagede, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55172	GoPay	Rp40.500