

BAB IV

ANALISIS LAPORAN KEUANGAN

4.1. Analisis Strategi Pemasaran Usaha

Strategi yang diterapkan pada Counter Handphone Butet Cell menggunakan strategi pemasaran 7P yang meliputi tujuh variabel yaitu *product, price, promotion, place, people, process* dan *physical evidence*. Secara lebih rinci penerapan dari strategi pemasaran yang dijalankan pada Counter Handphone Butet Cell dalam mempertahankan usaha dapat diuraikan sebagai berikut :

1) *Product* (**Produk)**

Produk yang disediakan di pada Counter Handphone Butet Cell antara lain, pulsa, data internet, token listrik, accsoris handphone, dan anti gores handphone. Counter Handphone Butet Cell sangat menjaga kualitas dalam menjual pulsa, token listrik, accsoris handphone, anti gores handphone dan top-up bermacam-macam jenis e-money dengan *brand* serta mempunyai berbagai macam variasi. pengisian data internet (telkomsel, axis, xl, indosat, tri, smarfren), pengisian pulsa (telkomsel, axis, xl, indosat, tri, smarfren), *brand* accsoris handphone (Iphone, samsung, oppo, xiomi, vivo), anti gores hendphone (Iphone, samsung, oppo, xiomi, vivo) dan Top up E-money (gopay, linkaja, ovo, shopeepay, dana,). Counter Handphone Butet Cell menjual produk yang dibutuhkan untuk handphone, selain itu harga yang ditetapkan di Counter Handphone Butet Cell merupakan harga ecer.

Contoh produk yang dijual di Counter Handphone Butet Cell adalah sebagai berikut :

Strategi produk yang diterapkan di Counter Handphone Butet Cell dengan menyediakan barang yang cukup lengkap mengikuti perkembangan zaman jadi bisa setiap saat ada produk baru dan bervariasi, hal ini dilakukan agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk di Counter Handphone Butet Cell. Keuntungan akan didapat oleh Counter Handphone Butet Cell semakin tinggi dengan adanya variasi produk yang lengkap. Produk-produk yang disediakan secara kontinue mengadakan pengembangan dari segi kualitas, variasi dan *brand*. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan *brand* serta menyediakan produk berkualitas yang baik untuk konsumen.

2) **Price (Harga)**

Proses penetapan harga jual harus memperhatikan berbagai aspek karena akan memberikan implikasi yang luas bagi pihak lain, seperti pembeli, pesaing, dan perusahaan itu sendiri. Penetapan harga yang dilakukan Counter Handphone Butet Cell dengan menghitung total modal untuk membeli produk sebesar Rp. 10.000.000, Setiap minggu, Laba bersih setiap bulan yang didapatkan Counter Handphone Butet Cell Rp. 3.115.000, biaya gaji karyawan sebesar Rp. 500.000, sampai dengan Rp. 700.000, perbulan untuk 2 orang karyawan. Harga jual yang ditetapkan Counter Handphone Butet Cell berdasarkan label harga yang tertera di setiap menu barang. Pemberian potongan harga atau diskon yang ditetapkan bersifat fleksibel, dalam arti tidak

berdasarkan standar, namun tergantung dari masing-masing *supplier* setiap produk.

Strategi harga yang diterapkan di Counter Handphone Butet Cell untuk setiap pulsa, data internet, accsoris hendphone, dengan harga yang relatif standar. sehingga Counter Handphone Butet Cell dalam segi harga jika dibandingkan dengan counter yang lain. Harga yang ditetapkan relatif standar karna memiliki perbandingan harga Rp.1000-3000 untuk tiap produknya. Counter Handphone Butet Cell menjual produk dibawah harga yang ditetapkan counter lain sehingga Counter Handphone Butet Cell mampu mempertahankan usahanya. Harga barang-barang pokok seperti pulsa, data internet yang laku terjual karna barang tersebut memiliki harga yang lebih rendah dan dibutuhkan konsumen setiap saat, tetapi untuk barang-barang seperti accsoris hendphone dan anti gores hendphone yang memiliki harga jual yang tinggi sulit untuk terjual karna barang-barang tersebut tidak digunakan konsumen terus menerus.

3) **Promotion (Promosi)**

Promosi merupakan salah satu variabel strategi pemasaran yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh perusahaan. Harapan dari setiap perusahaan adalah bahwa dengan melakukan promosi yang terencana dengan baik maka tingkat penjualan dapat meningkat sesuai harapan perusahaan tersebut. Strategi promosi yang dilakukan Counter Handphone Butet Cell dengan mempromosih kan nya lewat media sosial.

Adapun kegiatan promosi perusahaan Counter Handphone Butet Cell adalah *face to face*, *benner*, dan brosur antara lain :

a) *Face to face* (secara langsung)

- Menyebar luaskan informasi kepada konsumen, misalnya informasi tentang produk yang disediakan, harga potongan, dan lain-lain.
- Memberikan pelayanan kepada pembeli, tenaga penjual berusaha membantu pembeli dalam mengatasi masalah yang berkaitan dengan produk yang disediakan dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan.

b) Melalui Medsos

Menyebar luaskan informasi tentang adanya Counter Handphone Butet Cell yang menyediakan berbagai macam data internet lengkap, kualitas baik dan harga yang sesuai dengan harga pasaran pada umumnya, dengan memasang iklan di Facebook dan Instagram guna memperkenalkan Counter Handphone Butet Cell agar lebih terlihat dan lebih mengenal produk apa saja dan harga berapa semua produk yang menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.

c) Brosur

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga bisa menggunakan brosur, membagikannya saat menghadiri eventevent tertentu, membagikan di jalan depan toko atau diletakan dipusat informasi yang banyak orang. Brosur ini tentunya akan memberikan banyak informasi mengenai produk yang

disediakan oleh perusahaan, dengan memberikan brosur yang menarik maka orang akan senang membacanya dan membeli di Counter Handphone Butet Cell.

Kegiatan promosi yang dilakukan Counter Handphone Butet Cell mengikuti distributor masing-masing produk, jika produk tersebut sedang ada diskon Counter Handphone Butet Cell juga memberikan diskon untuk produk tersebut. Jadi, Counter Handphone Butet Cell saat mengadakan promo atau diskon bersifat fleksibel karna menyesuaikan dari distributor produk baik dari data internet, pulsa, accsoris hendphone, anti gores hendphone.

4) *Place (Tempat)*

Salah satu variabel dari strategi pemasaran adalah saluran distribusi yang berkaitan dengan kelancaran produk. Pengaruh strategi saluran distribusi begitu besar, sehingga memerlukan banyak pertimbangan. Jika salah dalam mengambil keputusan maka akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Dengan adanya saluran yang baik akan memberikan konsekuensi produk. Sistem distribusi yang dilakukan yaitu melalui perantara pedagang dan pengecer. Counter Handphone Butet Cell menggunakan perantara pedagang dan pengecer :

- a) Pedagang adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain. Disini pemilik Counter Handphone ButetPengecer, pemilik Counter Handphone Butet Cell bukan

hanya menjual barangnya kepada pedagang akan tetapi juga menjual barang secara eceran atau barang tersebut dijual kepada pembeli yang akan memakai barang secara langsung. Sedangkan untuk masalah harga tidak sama antara harga partai yang dijual kembali dengan harga eceran.

Pertimbangan selain saluran distribusi dalam strategi *place* yang digunakan Counter Handphone Butet Cell dalam proses penjualan selain antara lain : Menggunakan Box 2x1. Hal ini merupakan strategi pemasaran dari segi tempat yang diterapkan Counter Handphone Butet Cell dalam mempertahankan usaha.

Strategi tempat yang diterapkan di Counter Handphone Butet Cell sudah cukup bagus, dekat dengan pemukiman warga dan dekat dengan jalan raya membuat konsumen lebih mudah untuk mengunjungi Counter Handphone Butet Cell juga memiliki tempat yang strategis, nyaman dan aman.

5) ***People (Orang)***

Orang merupakan salah satu unsur dari strategi pemasaran, setiap orang merupakan *part-time marketer* yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung dan output yang diterima oleh konsumen. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan konsumen. Hasil temuan dari kebijakan orang yaitu salah satu upaya yang dilakukan Counter Handphone Butet Cell adanya strategi orang (*people*) dalam memilih karyawan dengan melakukan seleksi/*interview*.

Syarat menjadi karyawan Counter Handphone Butet Cell antara lain :

- a. Melakukan wawancara/*interview*
- b. Pelatihan yang diberikan berupa memasang anting-anting, pelayanan kasir dan operasional kerja.
- c. Pelatihan dilakukan selama 1 atau 2 hari bulan sebelum menjadi karyawan tetap.

Strategi *people* di Counter Handphone Butet Cell selain menentukan syarat menjadi karyawan, selanjutnya dengan memberikan motivasi guna meningkatkan semangat kerja karyawan yang diberikan oleh pemilik Counter Handphone Butet Cell

Strategi *people* yang diterapkan di Counter Handphone Butet Cell tidak menerapkan sistem seleksi karyawan dan tenaga kerja masing-masing bidang,

6) **Process (Proses)**

Strategi *process* mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi, fleksibilitas, biaya yang dikeluarkan, serta kualitas produk yang dikembangkan. Strategi *process* berhubungan dengan tata letak ruang, alur pelayanan dengan konsumen, dan alur penjualan produk. Tata letak yang baik menentukan tingkat efisiensi segala aspek dalam sebuah kegiatan penjualan yang bermanfaat bagi citra perusahaan.

Penerapan strategi *process*, Counter Handphone Butet Cell sudah menerapkannya dengan baik. Dapat dilihat pada proses kerja karyawan tersebut.

Adapun kendala yang dihadapi Counter Handphone Butet Cell salah satunya dalam proses penyetokkan barang yang dibatasi dari *supplier* karena barang susah didapat (stok kosong) barang tersebut berupa kartu data dan voucher data. Kendala tersebut mengakibatkan proses jual beli terhambat dan tidak dapat memenuhi keinginan pembeli.

7) ***Physical Evidence (Bukti Fisik)***

Strategi *physical evidence*/lingkungan fisik berhubungan dengan suasana, lokasi usaha dan lingkungan sekitar perusahaan. Sebuah usaha yang memiliki lingkungan fisik yang baik mencerminkan bagaimana sebuah perusahaan menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen.

Lingkungan fisik yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. Counter Handphone Butet Cell telah memberikan kemudahan kepada konsumen yang membeli dan memilih produk langsung di Counter Handphone Butet Cell

Counter Handphone Butet Cell mendidik karyawan ramah agar konsumen merasa nyaman dan sebagai salah satu untuk strategi untuk menarik konsumen membeli di Counter Handphone Butet Cell Strategi *physical evidence* yang sudah diterapkan Counter Handphone Butet Cell dengan sangat baik dan berdasarkan tanggapan konsumen strategi *physical evidence* sudah diterapkan Counter Handphone Butet Cell dengan baik.

Dengan penataan produk yang rapi dengan nama dan harga produk, memudahkan konsumen dalam memilih dan mengetahui informasi produk yang

tersedia di Counter Handphone Butet Cell juga memberikan lahan parkir yang memadai bagi konsumen, dikarenakan letak Counter Handphone Butet Cell yang berada di depan jalan raya dekat dengan permukiman warga.

Strategi bukti fisik yang diterapkan di Counter Handphone Butet Cell yang berbeda dengan counter lain.

4.2. Analisis Kualitas Pelayanan Di Counter Handphone Butet Cell

Konsep Pertama yang ditemukan adalah kualitas pelayanan di Counter Handphone Butet Cell yang ditunjukkan dari peraturan-peraturan yang mengatur berbagai tindakan yang dilakukan oleh pegawai pada saat bekerja di Counter Handphone Butet Cell seperti mengatur tentang sarana prasarana, penampilan, pelayanan yang dilakukan, dan lain sebagainya.

Counter Handphone Butet Cell memberikan kualitas pelayanan pegawai yang digunakan sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan, mengarahkan pegawai untuk sama-sama disiplin dalam bekerja dan sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin.

4.3. Manajemen Pengolahan Usaha

LAPORAN PENGOLAHAN USAHA

NO	KETERANGAN	BIAYA
1	Buat box Jualan	Rp.5.000.000
2	Kartu Kartu Internet dan Pulsa	Rp.10.000.000
3	Listrik	Rp.150.000
4	Accessories HeadPhone	Rp.5.000.000
5	Gaji Kariawan	Rp.650.000

4.4. Laporan Keuangan 2019-2023

Laporan Keuangan Tahun 2019 Bulan Januari Sampai Desember

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	Rp.10.000.000
2	Februari	Rp.10.000.000
3	Maret	Rp.10.000.000
4	April	Rp.10.000.000
5	Mei	Rp.10.000.000
6	Juni	Rp.10.000.000
7	Juli	Rp.10.000.000
8	Agustus	Rp.10.000.000
9	September	Rp.10.000.000
10	Oktober	Rp.10.000.000
11	November	Rp.10.000.000
12	Desember	Rp.10.000.000
	TOTAL	Rp.120.000.000

Laporan Keuangan Tahun 2020 Bulan Januari Sampai Desember

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	Rp.10.000.000
2	Februari	Rp.10.000.000
3	Maret	Rp.10.000.000
4	April	Rp.10.000.000
5	Mei	Rp.10.000.000
6	Juni	Rp.10.000.000
7	Juli	Rp.10.000.000
8	Agustus	Rp.10.000.000
9	September	Rp.10.000.000
10	Oktober	Rp.10.000.000
11	November	Rp.10.000.000
12	Desember	Rp.10.000.000
	TOTAL	Rp.120.000.000

Laporan Keuangan Tahun 2021 Bulan Januari Sampai Desember

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	Rp.10.000.000
2	Februari	Rp.10.000.000
3	Maret	Rp.10.000.000
4	April	Rp.10.000.000
5	Mei	Rp.10.000.000
6	Juni	Rp.10.000.000
7	Juli	Rp.10.000.000
8	Agustus	Rp.10.000.000
9	September	Rp.10.000.000
10	Oktober	Rp.10.000.000
11	November	Rp.10.000.000
12	Desember	Rp.10.000.000
	TOTAL	Rp.120.000.000

Laporan Keuangan Tahun 2022 Bulan Januari Sampai Desember

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	Rp.10.000.000
2	Februari	Rp.10.000.000
3	Maret	Rp.120.000.000
4	April	Rp.10.000.000
5	Mei	Rp.10.000.000
6	Juni	Rp.10.000.000
7	Juli	Rp.10.000.000
8	Agustus	Rp.10.000.000
9	September	Rp.10.000.000
10	Oktober	Rp.10.000.000
11	November	Rp.10.000.000
12	Desember	Rp.10.000.000
	TOTAL	Rp.120.000.000

Laporan Keuangan Tahun 2023 Bulan Januari Sampai Desember

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	Rp.10.000.000
2	Februari	Rp.10.000.000
3	Maret	Rp.10.000.000
4	April	Rp.10.000.000
5	Mei	Rp.10.000.000
6	Juni	
7	Juli	
8	Agustus	
9	September	
10	Oktober	
11	November	
12	Desember	
	TOTAL	

4.5 Hambatan dalam berwirausaha

Dalam memulai dan menjalankan bisnis, ditemukan banyak masalah dan hambatan sehingga mempersulit langkah wirausahawan dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Menurut Chu *et al.* (2011), hambatan wirausaha antara lain ; karyawan yang tidak dapat diandalkan dan dipercaya, persaingan ketat, kurangnya perhatian pemerintah, kebijakan yang sulit dimengerti, korupsi dan suap serta tingginya pajak.

Sedangkan menurut Hisrich *et al.* (2008), pada awal menciptakan usaha kita akan menghadapi masalah ; ketidakstabilan lingkungan dan ketidakpastian keuntungan, ketidakpastian konsumen, serta ketidakpastian keuangan.

Menurut Suryana dan Bayu (2015), di Indonesia terdapat hambatan antara lain:

1. Ukuran nilai sosiokultur yang berlaku dimasyarakat. Ukuran baik buruk dimasyarakat

2. Kehidupan ekonomi seperti kebijakan pemerintah, praktik bisnis, struktur pasar dan lain sebagainya
3. Keadaan dunia pendidikan yang kurang baik.

4.6 Strategi berwirausaha

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berasal dari kata *Stratus* yang berarti militer dan *ag* yang artinya memimpin. Strategi awalnya diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Pada awalnya kata strategi ini memang populer dan digunakan secara luas dalam dunia militer. Sedangkan jika kita merunutnya sebagai sebuah bidang penelitian bisnis maka perkembangan dunia usaha dalam dekade 50-an dapat digunakan sebagai pijakan. (Purnomo, 1996).

Menurut George dan Miner (1997), yang dimaksud strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Menurut Quinn (1990) strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan yang kohesif.

Dalam bidang kewirausahaan, strategi sering dikaitkan dengan kemampuan pengusaha dalam mengelola strategi atau manajemen strategi. David (2009) mengatakan manajemen strategik didefinisikan sebagai suatu seni dan ilmu untuk

memformulasikan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan- keputusan lintas fungsi, dengan itu maka organisasi bisa mencapai tujuan organisasi

A. Strategi menciptakan dan memulai usaha

Menurut Hisrich *et al.* (2008), untuk memulai bisnis, maka seseorang harus membuat langkah-langkah konkrit agar dapat menciptakan usaha yang ideal. Langkah tersebut antara lain :

1. Membuat rencana bisnis. Isi dari rencana bisnis adalah deskripsi tentang usaha baru dan hal yang berkaitan dengan elemen eksternal serta elemen internal perusahaan. Sering kali rencana bisnis adalah penggabungan dari rencana fungsional seperti pemasaran, keuangan, manufaktur dan sumber daya manusia.
2. Mempresentasikan rencana. Biasanya rencana yang telah kita susun akan kita koreksi dengan cara mempresentasikannya baik di universitas atau didepan investor.
3. Mengumpulkan berbagai informasi. Kebutuhan akan informasi menjadi sangat penting ketika zaman terus berubah. Informasi yang dibutuhkan antara lain informasi mengenai pasar, informasi operasi, finansial, dan sumber daya alam yang relevan pada saat ini. Hal ini dilakukan untuk mendukung rencana bisnis yang sedang kita buat agar sempurna.
4. Menggunakan dan mengimplementasikan rencana bisnis. Implementasi strategi yang telah dibuat adalah sebuah panduan tahun pertama operasional

perusahaan. Implementasi memuat poin-poin pengaturan untuk mengetahui kemajuan secara pasti dan mengambil langkah yang terukur. Dalam implementasi, seorang pengusaha harus melakukan pengukuran kemajuan dan pembaharuan rencana sesuai kondisi.

B. Strategi mengembangkan usaha.

Suatu usaha yang berhasil akan memberikan kesempatan bagi pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya. Ansoff dalam Hisrich *et al.* (2008), membuat strategi pertumbuhan yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif. Strategi tersebut antara lain:

1. Strategi penetrasi. Strategi ini dilakukan dengan cara mendorong konsumen untuk membeli dalam jumlah banyak suatu produk perusahaan
2. Strategi pengembangan pasar. Meliputi penjualan produk perusahaan yang sudah ada pada kelompok konsumen yang baru. Kelompok dapat dikategorikan dalam lingkup geografi, demografi dan penggunaan produk.
3. Strategi pengembangan produk. Strategi untuk tumbuh dengan cara mengembangkan dan menjual produk yang telah ada diperusahaan

Strategi diversifikasi. Merupakan strategi menjual produk yang baru pada pasar yang baru

4.7. Hasil analisis SWOT

Strengths atau kekuatan .

1. Pulsa dan data internet masih sangat diandalkan oleh setiap org yang memakai handphone .
2. Handphone sudah bisa dibilang menjadi kebutuhan setiap kalangan orang.
3. Token Listrik sudah menjadi kebutuhan setiap rumah .

Weakness atau kelemahan.

1. Keuntungan usaha pulsa dan data internet hanya beberapa persen saja.
2. Jika kartu yang tidak laku langsung hangus.
3. Tipe Handphone yang semakin meningkat menjadikan kita susah mengikutin model- model aksesoris Handphone tersebut.

Opportunity atau peluang .

1. Peluang usaha counter handphone yang masih sangat hangat dan sudah hampir menjadi kebutuhan pokok masyarakat.
2. Cukup menjanjikan jika target orang orang selalu cepat kehabisan karta internet.
3. Lokasi stragis akan membuat counter handphone kita laris dan ramai.

Threats atau ancaman.

1. Terancam karta nya hangus karna habis masah waktu nya.
2. Terancam oleh penjual pulsa online atau marketplace.
3. Sudah jarang orang memakai pulsa lebih banyak memakai karta internet.