

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Saruhan adalah singkatan dari “Sambal Rumahan Nusantara” yang dipilih untuk mencerminkan sambal olahan dengan cita rasa tradisional. Awal mula saruhan berkembang sejak pertengahan 2024, saruhan dikelola dengan beberapa anggota yang memiliki divisinya masing-masing. Tujuannya agar saruhan dapat berkembang sesuai dengan visi misi yang di sepakati oleh tim saruhan. Dalam produksi saruhan bekerja sama dengan perusahaan yang sudah berpengalaman di bidang sambal yaitu “Pawon Aqila Sejahtera” yang berlokasi di Cikarang Timur. Makloon ini sudah memiliki izin Halal (ID32110005054780623) dan PIRT (60932160610). Tapi saruhan memiliki rumah produksi sebagai tempat untuk menjalankan produksi meliputi proses *packaging*, *marketing live*, dan aktivitas lainnya yang bersangkutan dengan proses penjualan. Yang berlokasi di Jalan Batu Nunggal Abadi, Mengger, Kecamatan Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Saruhan memiliki dua varian yaitu sambal bawang khas Jawa Timur dan itu juga sebagai produk terbaru saruhan, yang mana sebelumnya produk saruhan hanya memiliki satu varian yaitu sambal buruak khas sumatra barat. Dengan isian yang berbeda, saruhan menghadirkan varian yang disukai oleh generasi z. Varian yang memberikan rasa autentik khas nusantara dan memiliki kemasan simple yang dapat memberikan kemudahan bagi generasi z. Varian pertama ialah sambal buruak khas Sumatra Barat, yang dibuat dari cabai hijau pilihan dengan tambahan teri dan ebi. Varian kedua ialah sambal bawang khas Jawa Timur, yang menggunakan paru sapi dan usus ayam sebagai isian.

1.1.1 Visi dan Misi

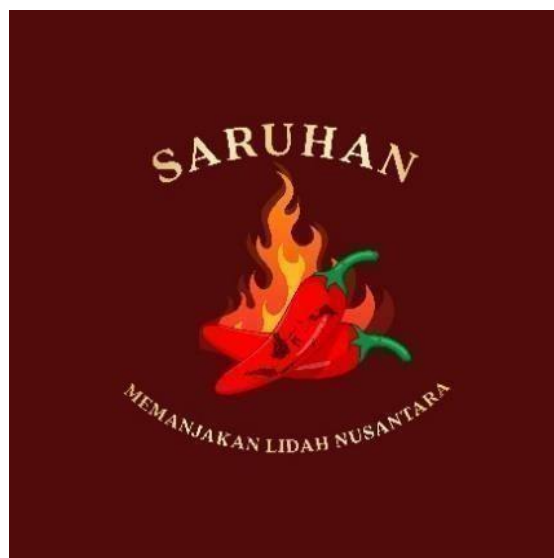
Visi : Menjadi perusahaan sambal nusantara terkemuka di Indonesia dengan fokus pada bahan berkualitas dan berkelanjutan, dan menjadi platform bisnis yang berdaya saing, inovatif, dan berdampak positif bagi masyarakat hingga generasi mendatang sebagai satu-satunya sambal isian yang mengangkat khas nusantara.

Misi :

1. Meningkatkan penjualan sambal hingga 100.000 botol per tahun pada tahun 2030 dengan penyebaran booth container di lima wilayah Indonesia
2. Menciptakan varian sambal baru khas Indonesia
3. Mempunyai lokasi penjualan offline store di Indonesia membuka lowongan kerja baru
4. Peningkatan penjualan sebesar 30% setiap tahunnya dan membangun jaringan distribusi di sepuluh kota besar jangka lima tahun mendatang.

1.1.2 Logo

Logo saruhan dirancang untuk mencerminkan identitas khas produk, sehingga mudah dikenali oleh konsumen sebagai milik saruhan. Desainnya mengusung konsep minimalis dengan dominasi warna merah *maroon* dan emas, memberikan kesan unik sekaligus menonjolkan tampilan sambal yang elegan. Logo ini juga dilengkapi dengan simbol api, cabai dan peta Indonesia, yang melambangkan cita rasa pedas tanpa menghilangkan khas daerah nusantara. Desainnya dirancang dengan keunggulan tersendiri, sehingga memudahkan konsumennya dalam mengingat saruhan.



Gambar 1. 1. Logo Saruhan

Deskripsi Logo :

1. Tulisan SARUHAN : singkatan dari (Sambal Rumahan Nusantara).
2. Api : Melambangkan keberanian dan kehangatan.
3. Cabai : Memiliki filosofi produk yang terbuat dari cabai asli tanpa campuran dan rasa pedas yang kuat.
4. Peta Indonesia : Menjadi simbol nusantara dan memiliki filosofi identitas lokal yang menjaga keterhubungan antar daerah.
5. Tulisan “Memanjakan Lidah Nusantara” : Memiliki filosofi bahwa saruhan ini dapat dinikmati oleh siapa pun dan memberikan kenikmatan bagi konsumennya.
6. Warna Emas : Memberikan kesan mewah dan kualitas tinggi, dan melambangkan pencapaian, keberhasilan dan keunggulan produk.
7. Warna merah : Memiliki filosofi kekuatan dan keterikatan emosional yang melambangkan rasa pedas pada sambal.

1.1.3 Produk Saruhan

Saruhan memiliki konsep produk makanan utama yang mengangkat cita rasa khas nusantara dengan keunikan rasa autentik, dengan keunggulan berupa isian yang beragam dan belum banyak ditemukan di pasaran. Sambal ini menghubungkan antara tradisi lokal dengan sentuhan modern yang dapat menjadikan pilihan yang tepat bagi pecinta sambal. Saruhan diproduksi menggunakan bahan-bahan segar dan berkualitas tinggi serta diracik dengan resep khusus untuk menciptakan cita rasa pedas yang khas, harum, dan seimbang antara pedas dan gurih. Saat ini, Saruhan menawarkan dua varian sambal, masing-masing merepresentasikan kekayaan rasa dari dua daerah berbeda.

Produk ini dikemas dalam botol berbentuk cup (*pet can*) yang praktis dan dilengkapi dengan tutup aluminium serta tutup plastik luar untuk menjaga ketahanan udara, sehingga mampu bertahan hingga 3-4 bulan di suhu kulkas. Desain kemasan dibuat aman dan tahan bocor, menjadikannya ideal untuk dibawa bepergian, termasuk dalam perjalanan jarak jauh.

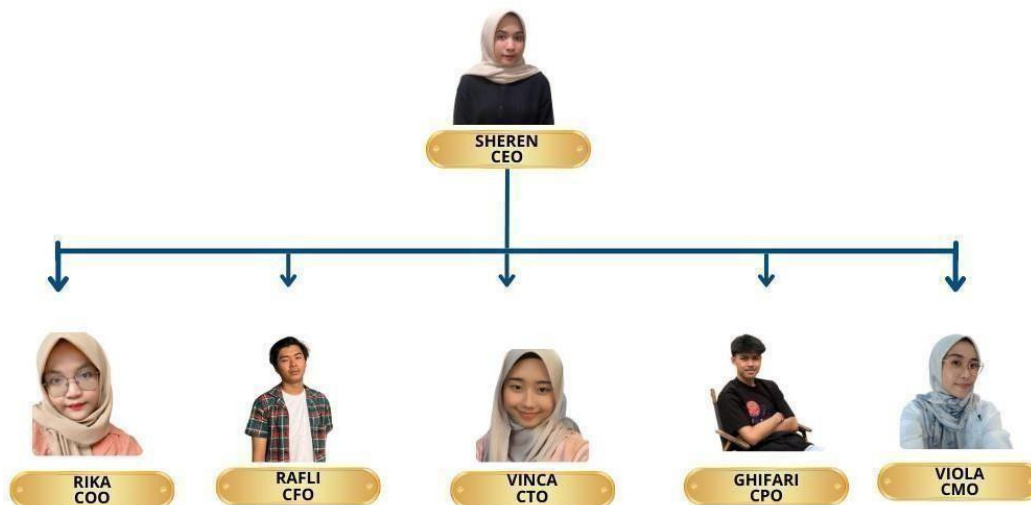
Tabel 1. 1. Varian Produk Saruhan

Varian	Gambar
smbal Buruak, khas Sumatera Barat yang mengusung cita rasa pedas gurih dengan kombinasi ikan teri dan ebi berkualitas. Dibumbui dengan rempah tradisional, sambal ini menghadirkan aroma dan tekstur khas. Cocok sebagai lauk utama hidangan nasi, sambal buruak menawarkan pengalaman kuliner otentik yang tak terlupakan, terinspirasi dari tradisi masakan minang.	
smbal Bawang, khas Jawa Timur yang mengusung cita rasa pedas gurih cabai merah dan bawang dengan kombinasi paru sapi dan usus ayam berkualitas. Dibumbui dengan rempah tradisional, sambal ini menghadirkan aroma dan tekstur khas. Cocok sebagai lauk utama hidangan nasi, sambal bawang menawarkan pengalaman kuliner otentik yang tak terlupakan, terinspirasi dari tradisi masakan khas Jawa Timur.	

1.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi saruhan dirancang untuk memastikan setiap fungsi operasional bisnis berjalan dengan efektif dan terkoordinasi. Setiap individu memiliki tanggung jawab yang jelas untuk keberlanjutan saruhan. Berikut adalah struktur organisasi saruhan:

STRUKTUR ORGANISASI SARUHAN



Gambar 1. 2. Struktur Organisasi

Berdasarkan gambar di atas dapat kita lihat struktur organisasi pada bisnis saruhan, yang memiliki tugas, wewenang dan tanggung jawab anggota organisasi sebagai berikut :

1. *Chief Executive Officer (CEO)* memiliki wewenang untuk mengatur berjalan nya bisnis mulai dari tahap perencanaan, ceo merupakan manajer puncak yang mengelola berjalannya bisnis dan CEO mengawasi operasi bisnis seperti akuntansi dan penyusunan laporan keuangan. CEO juga diartikan sebagai seseorang dengan posisi tinggi yang bertanggung jawab atas visi dan strategi perusahaan serta membuat keputusan, termasuk membuat rencana tahunan, menandatangani anggaran dan pendapatan, berkomunikasi dengan investor, dan merencanakan ekspansi (Edi & Cristi, 2022). Di dalam saruhan yang memegang jabatan sebagai CEO yaitu, Sheren Marselina, ia memegang jabatan paling penting dalam sebuah bisnis saruhan sebagai pembuatan strategi bisnis.
2. *Chief Finansial Officer (CFO)* memiliki wewenang untuk mengatur keluar masuknya keuangan saruhan, memastikan laporan keuangan disusun akurat dan transparan. CFO juga menjadi individu senior yang terlibat secara utama dalam

operasi keuangan suatu (Usman et al., 2024). Di dalam bisnis saruhan yang memegang peran penting di dalam pengorganisasian keuangan ialah Muhammad Rafli Rahman, ia menjadi salah satu tim saruhan yang mengatur keluar masuknya keuangan saruhan.

3. *Chief Operating Officer* (COO) bertanggung jawab terhadap keseluruhan program stratejik dan operasional dan mengelola sekelompok program direksi (Yulianti et al., 2018) . Pada bisnis saruhan yang memegang jabatan sebagai COO ialah Rika Astuti, yang memiliki peranan penting dalam mengatur proses berjalannya operasional bisnis.
4. *Chief Technology Officer* (CTO) Bertugas memastikan keberhasilan pelaksanaan misi bisnis perusahaan melalui pengembangan dan penyebaran web perusahaan (Yulianti et al., 2018). Pada bisnis saruhan yang memegang jabatan sebagai CTO ialah Vinca Restu Ilahi, yang memegang tanggung jawab dalam pengaplikasian marketing digital menggunakan bantuan teknologi.
5. *Chief Product Officer* (CPO) mengatur berjalannya produk baik dari inovasi hingga menganalisis ketertarikan pelanggan pada produk saruhan, CPO juga bertanggungjawab atas proses produksi dan hasil produk (Septia, 2016). Pada bisnis saruhan yang memegang jabatan sebagai CMO ialah Muhammad Ghiffari Rahman, yang bertanggungjawab dalam mengatur proses produksi dari awal hingga akhir sampai dengan inovasi produk saruhan.
6. *Chief Marketing Officer* (CMO) melakukan pengembangan strategi pemasaran (C. S. Putra, 2021). Pada bisnis saruhan pemegang jabatan sebagai CMO ialah Annisa Octaviola Ramadhani, memegang jabatan penting dalam proses pemasaran hingga pembuatan ide kreatif konten.

1.2 Latar belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah suatu jenis kegiatan ekonomi yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan untuk kelangsungan hidupnya (Daeli et al., 2024; Hafsah, 2004; SHELEMO, 2023b). UMKM adalah usaha mikro kecil menengah adalah secara umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan

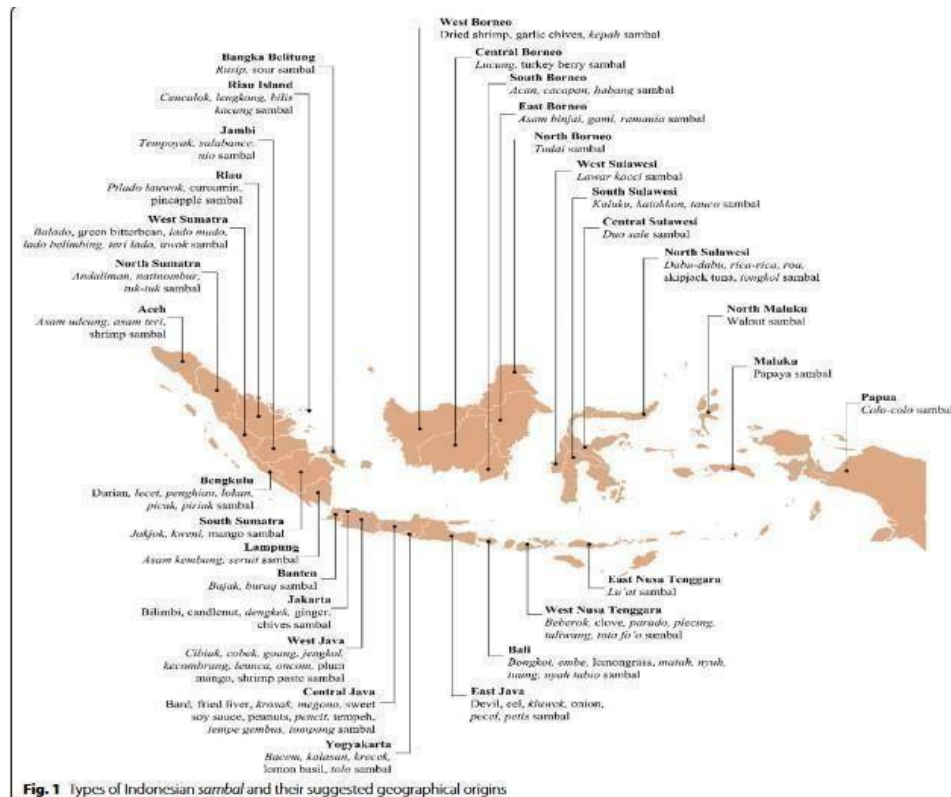
kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No.20 tahun 2008

Generasi Z memiliki pengalaman yang autentik terhadap pendekatan pemasaran yang berlebihan. Mereka lebih mudah terhubung dengan brand yang memiliki misi yang jelas, cerita yang otentik, dan komunikasi yang jujur. *Personalization* juga menjadi hal penting bagi mereka. Gen Z menyukai produk yang bisa disesuaikan dan menawarkan pengalaman unik yang membuat mereka merasa dihargai sebagai individu. Semakin banyak, platform digital dan media yang berperan penting dalam membentuk dan menyebarkan nilai. Menjalin hubungan antara nilai-nilai yang dipegang oleh generasi muda, terutama gen z (Lenaini, 2021; Surya & Tedjakusuma, 2022; Tirocchi, 2023). Diambil dari data (Fasza Gita Tsuraya et al., 2018) dari 90 sampel yang didapatkan sebanyak 39 (43,3%) mahasiswa mengkonsumsi sambal, sebanyak 29 (32,2%) mahasiswa suka memakan cabai, sebanyak 14 (15,5%) mahasiswa sangat suka memakan cabai dan sebanyak 8 (8,9%) mahasiswa tidak memakan cabai.

Sambal merupakan cabai yang dihaluskan atau bumbu yang umumnya terbuat dari cabai, bawang, dan bahan tambahan lainnya seperti tomat, terasi, atau kecap. Dan sambal juga banyak jenisnya seperti sambal terasi, sambal bawang, dan sambal matah, sambal menawarkan cita rasa dan tingkat kepedasan yang beragam. Teksturnya dapat bervariasi, ada yang halus dan ada pula yang kasar, tergantung pada cara pengolahannya. Sambal berfungsi sebagai pelengkap yang meningkatkan rasa pedas dan kelezatan pada hidangan, membuat makanan lebih menarik dan menggugah selera. Selain itu, sambal juga memberikan variasi rasa pada hidangan yang sama dan dapat mengandung vitamin serta antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan. Dengan semua keunikan ini, sambal menjadi bagian penting dalam masakan Indonesia, menciptakan pengalaman kuliner yang kaya dan beragam. (Surya & Tedjakusuma, 2022)

Sambal dapat ditemukan hampir di semua wilayah Indonesia yang tersebar di 34 provinsi yang ada saat ini meskipun nama dan komposisinya mungkin berbeda menurut budaya setempat. karakteristik sambal di berbagai wilayah Indonesia berbeda sesuai dengan bahan dan metode persiapannya. Pulau Sumatera dan Jawa memiliki jenis sambal yang paling beragam (64,5%), diikuti oleh Pulau Kalimantan

(10,9%), Pulau Sulawesi (9,1%), dan pulau-pulau lain seperti Bali, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua (15,5%). Secara keseluruhan, meskipun terdapat berbagai sambal di provinsi-provinsi di Indonesia, distribusi varietas sambal cenderung terpusat terutama di Pulau Jawa dan Sumatera di mana cabai ada di mana-mana dan dibudidayakan secara luas . (Surya & Tedjakusuma, 2022)



Gambar 1. 3. Keragaman Sambal di Indonesia

Sumber : Surya and Tedjakusuma, *Journal of Ethnic Foods* (2022) 9:25 Trend

sambal di Indonesia menunjukkan perkembangan yang menarik seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner hal ini karena sambal merupakan salah satu makanan wajib oleh masyarakat Indonesia bahkan menjadi pelengkap makanan seperti nasi putih, *nugget* maupun bahan campuran nasi goreng. *Trend* sambal dalam kehidupan generasi z menunjukkan perkembangan yang menarik, seiring dengan gaya hidup mereka yang dinamis dan mencari kepraktisan. Banyak generasi z memilih sambal kemasan yang mudah dibawa dan digunakan, seperti sambal dalam *sachet* atau botol, memungkinkan mereka menambahkan rasa pada makanan instan atau masakan sederhana dengan cepat.

Selain itu, mereka sering bereksperimen dengan berbagai jenis sambal, termasuk sambal dengan inovasi rasa unik seperti sambal mangga atau sambal keju, menciptakan pengalaman kuliner yang menyenangkan. Beberapa generasi z juga mulai membuat sambal sendiri untuk menghemat uang dan mengekspresikan kreativitas. Dalam komunitas kampus, sambal sering menjadi *highlight* dalam acara memasak atau festival kuliner, mendorong generasi z untuk berbagi resep dan pengalaman. Selain itu, sambal juga berfungsi sebagai simbol identitas budaya bagi generasi z dari berbagai daerah, menjadi jembatan komunikasi yang memperkenalkan kekayaan budaya masing-masing. Dengan demikian, sambal menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari generasi z, menambah cita rasa pada makanan dan menciptakan pengalaman kuliner yang lebih kaya dan setiap daerah di Indonesia memiliki versi sambal tradisionalnya sendiri, yang dapat dibedakan berdasarkan bahan atau metode produksinya.

Maka dari itu kami menjadikan target sasaran pada generasi z yang memiliki kecenderungan menyukai makanan dengan rasa pedas yang menjadikan sambal semakin populer di kalangan generasi z. Literasi Keuangan dan Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z yang menggunakan Layanan Mobile Banking (Rustandi Kartawinata B : 2024). Selain itu generasi z juga sebagai pengguna media digital paling aktif, sehingga para pembisnis sering sekali tertarik menjadikan generasi z sebagai target market nya karena keaktifan mereka dalam mengelola laman web dan memberikan kesempatan bagi para pembisnis untuk mempromosikan produknya melalui laman *ads* maupun *E-commerce*. Semakin banyak, platform digital dan media yang berperan penting dalam membentuk dan menyebarkan nilai (Alamsyah A :2024).



Gambar 1. 4. Penggunaan media sosial pada Gen Z dan Milenial Sumber : databoks

Menurut (Adolph, 2016) tujuan dari penulis melakukan penelitian finansial pada saruhan, untuk menyediakan informasi posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat , dan untuk memahami kondisi kesehatan finansial perusahaan secara menyeluruh dan memastikan keberlanjutan bisnis yang diharapkan. Selain itu juga, penelitian ini dilakukan agar dapat mengidentifikasi peluang pengelolaan keuangan agar lebih efisien dan dapat mengurangi risiko finansial sehingga dapat mengembangkan langkah-langkah pencegahan untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Pentingnya memiliki perilaku keuangan positif di kalangan generasi muda di indonesia guna mencapai kesejahteraan financial yang diharapkan dimasa depan (Maolana Hidayat A : 2025). Kestabilan keuangan dapat menjadi tolak ukur yang dipilih oleh para investor untuk menaruh kekayaannya di suatu perusahaan. Ketika kestabilan keuangannya tinggi, maka mengindikasi adanya manipulasi laporan keuangan. Sebaliknya, ketika kestabilan keuangannya rendah, maka tidak memungkinkan terjadinya manipulasi laporan keuangan. Ketika perusahaan mengalami keuangan yang stabil maka dapat dinilai bahwa perusahaan tersebut mampu mengatur asetnya dengan baik (Nurbaiti A : 2023).

Karena saruhan dapat dibilang menjadi perusahaan baru yang berkembang kurang dari satu tahun, maka profitabilitas keuangannya masih cukup dipertanyakan. Dan saruhan menjadikan target penghasilan keuntungannya terus meningkat dari tahun ke tahun dari kegiatan operasionalnya. Nilai profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan pula laba ditahan yang dapat digunakan sebagai sumber pendanaan internal untuk meningkatkan laba perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memperbaiki struktur modal, yang menyebabkan kreditor tertarik mempertimbangkan untuk memberikan hutang kepada perusahaan (Adyb Ramli M : 2021). Karena ini menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan pendapatan atau biaya yang dikeluarkan.

Agar bisnis berjalan dengan maksimal, maka saruhan memerlukan proses analisis keuangan. Keuangan sangat penting bagi proses berkembangnya bisnis saruhan untuk menjadi fondasi utama dalam mendukung operasional bisnis, pengambilan keputusan yang strategis dan keberlanjutan bagi perusahaan ke depannya. Saruhan membutuhkan analisis keuangan untuk memastikan alokasi sumber daya yang tepat bagi perkembangan produk. Dengan adanya pengelolaan keuangan ini maka saruhan dapat menghindari risiko likuiditas, fluktuasi pasar dan kepercayaan *stakeholder*.

Cara penulis membuat laporan keuangan yang baik, dengan memperhatikan sistem keuangan yang efektif, yang terdiri dari beberapa elemen penting. Pertama, pastikan laporan keuangan dasar, seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas, tersusun dengan rapi dan akurat. Laporan ini menjadi dasar bagi analisis keuangan yang mencerminkan kinerja, posisi keuangan, dan likuiditas bisnis. Penting juga bagi bisnis untuk memiliki anggaran yang realistis, mencakup semua aspek pengeluaran seperti pemasaran, operasional, dan pengembangan produk. Anggaran ini harus diperiksa secara berkala agar bisa disesuaikan sesuai kondisi pasar dan performa perusahaan.

Menurut (Anna et al., 2020) tujuan dari *finansial projection* yang di dalamnya terdiri dari arus kas, penganggaran, alokasi modal, nilai perusahaan dan modal kerja. sebagai perkiraan perencanaan pengeluaran anggaran keuangan pada *project* baru dan digunakan untuk menganalisis modal. Dibantu menggunakan metode *net present value* untuk mengetahui profitabilitas proyek jangka panjang dalam 5 tahun mendatang. Dengan menggunakan *finansial projection* penulis dapat mengolah data perencanaan kebutuhan keuangan, menarik investor, mengukur performa tolak ukur keuangan aktual dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan dan mengambil keputusan strategis untuk mengalokasikan dengan bijak keuangan bisnis.

Tantangan yang dihadapi penulis dalam perumusan permasalahan keuangan pada saruhan menjadi tantangan unik yang harus di hadapi mengingat bisnis sering kali berada di lingkungan yang cepat berubah ,kompetitif, dan penuh ketidakpastian seperti pengelolaan arus kas yang ketat disebabkan karena bisnis umumnya memiliki sumber daya yang terbatas dan belum menghasilkan pendapatan yang stabil oleh karena itu penulis harus memastikan arus kas tetap cukup untuk operasional sehari hari sambil berupaya mengurangi keperluan yang tidak di perlu. Tantangan lainnya seperti menarik sumber dana yang sesuai dengan strategi pendanaan yang tepat dengan berbagai opsi . Memilih sumber pendanaan salah bisa mengakibatkan kesulitan keuangan atau ketergantungan yang merugikan seperti hilang kendali di perusahaan jika terlalu banyak saham di berikan kepada investor. Penulis harus memastikan bahwa bisnis mengikuti aturan hukum dan peraturan yang berlaku asuransi perpajakan, dan kepatuhan hukum dan teknologi. Perubahan dalam lingkungan bisnis, yang didorong oleh teknologi dan globalisasi, meningkatkan urgensi orientasi strategis bagi usaha baru dan, sebaliknya, orientasi kewirausahaan bagi perusahaan mapan Penulis perlu menyeimbangkan antara inovasi produk , pemasaran pengembangan teknologi . Kemajuan teknologi terus meningkat, dengan Indonesia menyaksikan peningkatan tahunan dalam tingkat penetrasi internet. Kemajuan teknologi mendorong inovasi dalam berbagai industri, seperti keuangan dan perbankan (Deliyana Firmialy S :2024). Penggunaan modal yang tidak efisien dapat mengurangi kecepatan atau menghabiskan dana sebelum mencapai probabilitas

Maka dari itu penulis mengangkat judul “Analisis keuangan menggunakan *financial projection* untuk mengukur profitabilitas pada bisnis saruhan” untuk meneliti finansial yang dibantu menggunakan metode *net present value* untuk mengetahui seberapa penting keuangan dalam mempengaruhi perkembangan bisnis saruhan ke depannya. Menggunakan metode finansial *projection* untuk mengetahui detail keuangan perusahaan.

1.3 Rumusan masalah

1. Bagaimana menyusun laporan keuangan saruhan agar *sustainable* ?
2. Bagaimana menghitung investasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan bisnis saruhan dan proyeksi keuangan saruhan 5 tahun mendatang?

1.4 Tujuan penelitian

1. Mengidentifikasi keuangan saruhan menggunakan finansial *projection* agar bisnis dapat *sustainable* ke depannya.
2. Menghitung dana investasi yang diperlukan untuk saruhan dan Melakukan proyeksi keuangan lima tahun mendatang dengan bantuan *net present value*.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberitahu si pembaca terkait penggunaan *finansial projection* yang ternyata bisa sebagai alat bantu untuk penghitungan keuangan bisnis. Dan tugas akhir ini juga bisa menjadi acuan bagi para pengembang bisnis agar lebih sistematis dan efektif dalam pengembangan bisnis.
2. Tugas akhir ini dapat memberi wawasan bagi si pembaca agar dapat memberikan kebermanfaatan terhadap lingkungan akademis terlebih kepada bisnis yang akan memberikan solusi atas permasalahan yang menjadi target tujuan dari bisnis tersebut.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini akan memberikan kepraktisan terkait penyusunan keuangan yang reliabel dan terstruktur. Dengan menggunakan *Finansial projection* sudah mencakup perhitungan keuangan bisnis yang diharapkan oleh bisnis tersebut. Jika dilihat dari sudut pandang si pelaku bisnis.
2. Dapat pula dilihat dari bisnis lain, bahwa dengan penggunaan metode ini dapat membantu penyelesaian perumusan masalah keuangan dan menjadi bahan acuan pembuatan tugas akhir lanjutan.

1.5.3 Manfaat bagi penelitian lanjutan

1. Bagi penelitian lanjutan, tugas akhir ini sangat penting sebagai bahan acuan bagi si peneliti untuk menemukan studi fase yang akan di gali lebih dalam lagi untuk menemukan rumusan masalah lainnya.
2. Menjadi gambaran untuk si peneliti dalam merumuskan keuangan pada bisnisnya, jika dirasa efektif maka akan digunakan untuk penelitian lanjutan lainnya.
3. Mengembangkan teori yang sebelumnya diteliti oleh penulis dan menjadi teori pengembangan lanjutan.

1.5.4 Manfaat Penelitian bagi Saruhan

1. Dengan dilakukannya penelitian ini, maka penulis dapat mengetahui strategi keuangan yang cocok diterapkan untuk bisnis saruhan
2. Cara menyusun keuangan jangka panjang dan jangka pendek
3. Mempelajari bagaimana caranya mengantisipasi permasalahan keuangan pada bisnis

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian.

Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel,

Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif),

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian- penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.

