



Tia Maharani | Nurul alkarimah
Nanda Aulia Salma | Gustian Djuanda

Manajemen

PERSEDIAAN BIJI KOPI PADA USAHA UMKM

COFFE SHOP

MENGGUNAKAN METODE PERIODIC REVIEW SYSTEM

Editor:

Assoc Proff DR Gustian Djuanda,SE,MM

MANAJEMEN PERSEDIAAN BIJI KOPI PADA USAHA UMKM
COFFE SHOP MENGGUNAKAN METODE PERIODIC REVIEW
SYSTEM

Tia Maharani
Nurul Alkarimah
Nanda Aulia Salma
Gustian Djuanda



TAHTA MEDIA GROUP

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN PERSEDIAAN BIJI KOPI PADA USAHA UMKM COFFE SHOP MENGGUNAKAN METODE PERIODIC REVIEW SYSTEM

Penulis:

Tia Maharani
Nurul Alkarimah
Nanda Aulia Salma
Gustian Djuanda

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Assoc Prof Dr. Gustian Djuanda, S.E., M.M

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vi,89, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-2701-265

Cetakan Pertama:

Maret 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2024 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat membuat buku yang berjudul “Manajemen Persediaan Biji Kopi pada usaha UMKM Coffe Shop menggunakan Metode Periodic Review System”.

Buku ini membahas mengenai penerapan metode Periodic Review System dalam manajemen persediaan biji kopi pada sebuah usaha UMKM coffe shop. Periodic Review System merupakan sistem pengendalian persediaan yang dilakukan secara berkala untuk memastikan tingkat persediaan tetap optimal dalam mendukung proses produksi dan penjualan.

Melalui Buku ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai implementasi periodic review system serta manfaatnya dalam membantu UMKM kopi mengelola persediaan bahan baku secara efisien. Selain itu, penulis juga berharap agar Buku ini dapat menjadi referensi bagi para pelaku UMKM kopi dalam rangka pengembangan usaha.

Kami menyadari bahwa penyusunan Buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi pengembangan laporan ke depannya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Sukabumi, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	IV
DAFTAR ISI.....	V
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II MANAJEMEN KEUANGAN.....	15
2.1 Definisi Manajemen Keuangan	15
2.2 Tujuan Manajemen Keuangan.....	18
2.3 Fungsi Manajemen Keuangan	20
2.4 Tugas Manajemen Keuangan	21
2.5 Prinsip Manajemen Keuangan.....	22
2.6 Ruang Lingkup Manajemen keuangan.....	23
2.7 Pentingnya Manajemen Keuangan	24
BAB III MANAJEMEN PERSEDIAAN	26
3.1 Manajemen Persediaan	26
3.2 Tujuan Manajemen Persediaan.....	32
3.3 Pentingnya Manajemen Persediaan	34
3.4 Metode Periodik Riview dalam Manajemen persediaan	35
3.5 Perhitungan Metode Periodic Review	38
3.6 Tiga aspek pengelolaan persediaan	41
3.7 Pengendalian persediaan.....	44
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN	47
4.1 Seecul Bar Coffe Shop	47
4.2 Like Earth Coffe.....	50
4.3 kopi SOE	54
BAB V PENERAPAN MANAJEMEN PERSEDIAAN UMKM PADA USAHA COFFE SHOP DENGAN MENGGUNAKAN METODE RIVIEW SYSTEM	61
5.1 Data Biji Kopi Robusta Pada Usaha UMKM Coffe Shop.....	61
5.2 Perhitungan Biaya Perhitungan penyimpanan.....	64
5.3 Perhitungan biaya persediaan berdasarkan Metode periodik review dengan data aktual kedai	67
5.4 Analisis data	74
BAB VI KESIMPULAN	80
6.1 Kesimpulan.....	80

6.2	Saran.....	82
	DAFTAR PUSTAKA.....	83
	PROFIL PENULIS.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun suatu badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM dalam Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, dalam UU tersebut menyebutkan bahwa “UMKM merupakan yang sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Penggolongan UMKM biasanya dilakukan dalam Batasan omset pertahun, jumlah kekayaan ataupun asset, serta jumlah adanya karyawan.” Sedangkan, usaha yang tidak termasuk kedalam UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan badan usaha yang jumlah kekayaan dan hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif saat ini, setiap pemangku bisnis harus menjalankan operasinya dengan sebaik mungkin agar bisa bertahan dan bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam ekonomi suatu negara atau wilayah dan hal tersebut juga berlaku pada negara Indonesia (Abdurohim, 2023). Peran UMKM tidak boleh diabaikan, karena mereka memberi lapangan pekerjaan, mendukung para pengusaha lokal, dan menciptakan nilai tambah dalam perekonomian. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, UMKM harus memiliki strategi yang kuat untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. UMKM juga memainkan peran penting dalam mendukung kemandirian ekonomi suatu negara atau wilayah. Dengan memberdayakan pelaku UMKM, ekonomi lokal dapat berkembang dan menjadi lebih mandiri, hal tersebut dapat menciptakan stabilitas Ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dalam rangka bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat, UMKM harus beruaya untuk memperbaiki kalitas produk atau layanan mereka, mencari peluang baru, dan membangun kerja sama dengan mitra bisnis lainnya.

Di era globalisasi yang semakin kuat, UMKM sedang menghadapi tantangan bersaing dalam skala global. Sebuah UMKM harus dan perlu fokus

pada peningkatan inovasi dalam sebuah produk dan layanan, mengembangkan sumber daya manusia, pengadopsian teknologi, dan ekspansi ke pasar yang lebih luas (Yahya et al., 2023). Hal tersebut merupakan sebuah Langkah yang sangat penting bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan nilai produk dan juga bersaing dengan Perusahaan-perusahaan besar dan produk asing yang semakin memasuki pasar industri dan

manufaktur di Indonesia. Dengan demikian, UMKM tetap menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia dengan potensi besar dalam menyerap tenaga kerja.

Persaingan dalam dunia bisnis telah mencapai tingkat yang lebih tinggi, terutama karena adanya kemajuan teknologi dan perhatian yang semakin besar terhadap kepuasan pelanggan. Banyak industri bersaing untuk menarik perhatian pelanggan dengan menawarkan produk berkualitas tinggi yang terjangkau dan tersedia tepat waktu. Jika sebuah industri mampu beroperasi dengan efisien, maka ada potensi untuk mengurangi biaya produksi. Hal tersebut pada akhirnya dapat menghasilkan harga jual produk yang bersaing dan memenuhi permintaan pelanggan secara efektif. Kunci untuk mencapai keunggulan bersaing yaitu efisiensi operasional yang mencakup manajemen persediaan yang baik, penggunaan teknologi yang tepat, dan fokus pada kepuasan pelanggan. Dengan cara tersebut, sebuah industri dapat mempertahankan posisinya dipasar dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Yahya et al.,2023).

Semakin banyak pesaing dalam industri tertentu, tingkat persaingan cenderung lebih tinggi, dan posisi perusahaan dalam persaingan akan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan (Arsyad & Kusuma, 2014). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di lingkungan UMKM saat ini, UMKM perlu mengembangkan strategi termasuk inovasi produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan menghadapi persaingan yang pesat dan berinovasi, UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitif dipasar global.

Suatu strategi dalam suatu bisnis dianggap kuat Ketika mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan dan berkelanjutan, memungkinkan bisnis untuk tetap bersaing dalam jangka Panjang (David, 2006). UMKM perlu memilih strategi bisnis yang tepat dengan beradaptasi

terhadap perubahan di lingkungan bisnis dan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai kompetivitas yang tinggi. Dengan demikian, UMKM dapat bersaing secara efektif dengan UMKM sejenis dalam pasar yang kompetitif.

Inovasi adalah alat khusus yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha untuk mengidentifikasi peluang dalam perubahan dan mengubahnya menjadi bisnis yang berbeda (Heryani et al., 2020). Hal tersebut merupakan sebuah pendekatan yang relevan untuk UMKM saat ini yang dihadapkan pada persaingan ketat, termasuk dengan produk impor. Inovasi tidak berarti hanya menciptakan

produk atau layanan yang baru saja, tetapi juga menemukan cara yang baru untuk memasarkan produk tersebut dan berinteraksi dengan pelanggan.

Dengan seiring perkembangan industri pada UMKM yang terus meningkat setiap tahunnya, hal tersebut menuntut para pelaku usaha untuk terus mengembangkan usahanya tersebut agar dapat bersaing secara kompetitor. Meningkatnya jumlah pelaku bisnis yang ada di Indonesia merupakan salah satu faktor meningkatnya peningkatan ekonomi di Indonesia dikarenakan tingginya peluang profit dari dunia bisnis. Salah satu cara untuk menghadapi persaingan tersebut adalah peningkatan pengetahuan serta wawasan pelaku terkait pengelolaan bisnisnya dengan manajemen. UMKM memiliki peranan yang sangat signifikan dalam perekonomian suatu negara. Mereka sering kali menjadi tulang punggung ekonomi lokal, menciptakan lapangan pekerjaan, dan juga menyediakan berbagai produk dan layanan kepada para Masyarakat.

Saat ini UMKM yang sangat berkembang pesat yaitu salah satunya adalah usaha Coffe Shop yang sedang dijadikan trend hits oleh anak muda zaman sekarang, coffe shop tersebut dijadikan tempat favorit bagi golongan milenial saat ini (Kusumawati, 2022). Oleh karena itu, tidak heran bahwa para pelaku bisnis mengembangkan hal tersebut sebagai peluang bisnis yang sangat menjanjikan. UMKM Coffe Shop mungkin tidak memiliki sumber daya dan anggaran yang sebesar korporasi besar, sehingga pengelolaan persediaan yang efisien dan hemat menjadi kunci keberhasilan. Hal ini termasuk pengelolaan stok kopi, bahan baku dan juga produk terkait.

Perkembangan usaha coffe shop telah menciptakan berbagai variasi kopi yang dikenal dengan sebutan kopi kekinian. Kopi kekinian ini biasanya

merupakan campuran antara kopi dan susu yang disajikan dengan berbagai bahan pelengkap. Kreativitas para pengusaha kopi kekinian memungkinkan mereka untuk menghadirkan minuman kopi dengan cita rasa yang unik dan khas. Kopi kekinian sering kali memiliki desain yang menarik dengan suasana yang nyaman, menjadikannya sebagai tempat berkumpul, bekerja ataupun bersosialisasi (Lolita, 2013). Selain itu, minuman kopi kekinian hadir dengan berbagai rasa dan tampilan yang menggugah selera bagi para pelanggan. Hal ini dapat menciptakan pengalaman kopi yang lebih beragam bagi para pelanggan, dan juga menjadi daya tarik bagi generasi muda yang mencari sesuatu yang berbeda dan menarik.

Minuman kopi telah menjadi bagian dari budaya masyarakat Indonesia sejak zaman dulu. Hal tersebut bukanlah suatu yang kebetulan karena Indonesia merupakan salah satu produsen biji kopi

terbaik di dunia. Coffe shop merupakan sebuah tempat untuk menikmati kopi dan berbagai minuman yang telah menjadi bisnis yang menjanjikan di Indonesia karena banyaknya peminat pada saat ini (Akhmad et al., 2023). Pertumbuhan coffe shop di Indonesia juga telah menyebar di berbagai kota termasuk kota kecil.

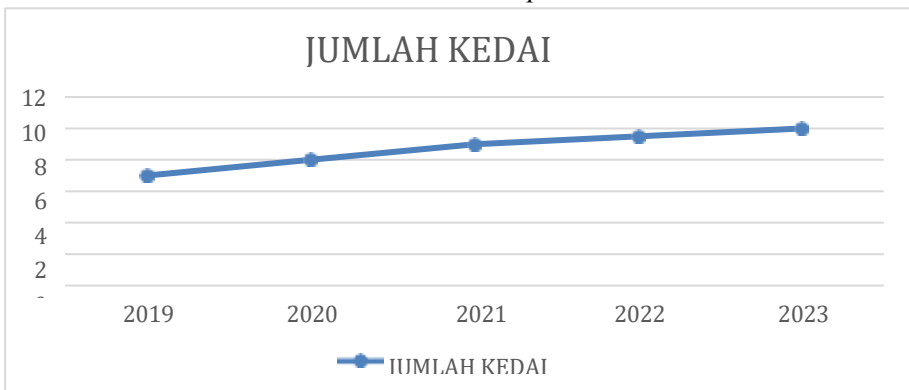
Asal-usul coffe shop modern ini dapat kita lihat seperti di Amerika, dimana pelayanannya yang cepat dan efisien merupakan ciri khas dari coffe shop tersebut. Coffe shop seringkali dikategorikan sebagai restoran informal dan beberapa banyak buka 24 jam. Sejarah coffe shop menunjukkan bagaimana minat terhadap kopi terus berkembang di kalangan Masyarakat atau faktor-faktor seperti inovasi dalam penyajian, variasi menu, dan kenyamanan tempat merupakan salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan coffe shop.

Perkembangan bisnis kopi yang kekinian akan memberikan peluang bagi para pengusaha dan juga mendukung para petani lokal. Kemudian, disatu sisi pengusaha kopi kekinian memiliki peluang untuk berinovasi dan meraih pasar yang lebih besar, dan juga mereka seringkali memilih biji kopi yang berkualitas tinggi dan mendukung petani kopi lokal dan produk kopi Indonesia secara keseluruhan (Derry, 2021). Dengan demikian, perkembangan kopi kekinian mencerminkan trend dalam minuman dan gaya hidup, serta memberikan dampak positif pada UMKM coffe shop yang ada di Indonesia.

Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI) menyebutkan bahwa perkiraan jumlah kedai kopi pada tahun 2023 akan mencapai 10.000 kedai dengan pendapatan dari bisnis coffe shop tersebut yaitu mencapai Rp 80 triliun. Melihat banyaknya kedai Coffe shop di Indonesia, menurut badan pusat statistik (BPS) mereka mencatat produksi kopi yang mencapai 794.800 ton pada tahun 2022. Terlihat pada tabel 1 bahwa jumlah kedai kopi yang ada di Indonesia bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2019 mencapai 7.000 kedai kopi, tahun 2020 mencapai

8.000 kedai kopi, tahun 2021 mencapai 9.000 tahun 2022 mencapai 9.500 kedai kopi, dan pada tahun 2023 mencapai 10.000 kedai kopi yang ada di Indonesia.

Tabel 1.1 Jumlah Kedai Kopi di Indonesia



Perkembangan jumlah kedai kopi di Indonesia selama beberapa tahun terakhir sangat mengalami perubahan yang signifikan. Coffe shop telah menjadi bagian yang sangat penting dari budaya perkotaan di Indonesia, dan permintaan akan kopi berkualitas tinggi dan pengalaman bersantap di Coffe shop akan terus meningkat. Perkembangan tersebut mencerminkan minat yang sangat meningkat dalam budaya kopi dan juga memungkinkan peluang ekonomi yang sangat signifikan, termasuk peluang yang baik bagi pelaku UMKM pada usaha coffe shop (Wachdijono & Yahya, 2021). Hal tersebut menunjukkan peran penting yang dimainkan oleh usaha coffe shop dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan mendukung sektor pertanian lokal.

Indonesia yang memiliki budaya kopi yang kuat dan juga telah menjadi

bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, minat tersebut telah berkembang dan kopi tidak hanya untuk minuman rutin pagi hari saja, akan tetapi juga dijadikan sebagai trend gaya hidup. Menikmati kopi di coffe shop mengalami perkembangan yang sangat pesat pada saat ini, bahkan orang-orang tidak lagi hanya sekedar menikmati kopi saja, tetapi masyarakat Indonesia sekarang mengunjungi coffe shop untuk berbagai tujuan seperti pertemuan bisnis, kegiatan asosiasi, dan bahkan dijadikan tempat studi bagi pelajar ataupun mahasiswa.

Dengan pertumbuhan minat terhadap kopi, rantai kedai kopi internasional telah masuk ke dalam pasar Indonesia, Kemudian mereka memainkan peran dalam mengenalkan berbagai varian kopi dan metode penyeduhan yang berbeda kepada masyarakat Indonesia (Akhmad et al., 2023). Selain rantai internasional, banyak waralaba kopi lokal seperti Kedai Kopi 35, Seecul Coffe Bar dan like Earth Coffe pun berkembang dengan pesat dengan menawarkan produk-produk yang

sangat unik dengan cita rasa Indonesia yang kuat dan juga mampu bersaing dalam pasar domestik. Pertumbuhan tidak hanya terbatas pada kota-kota besar saja, akan tetapi merambah pada kota-kota kecil dan daerah terpencil, yang kemudian menciptakan akses ke budaya kopi di seluruh Indonesia.

Sukabumi merupakan salah satu kota yang terletak di provinsi Jawa Barat yang memiliki usaha kedai coffe shop dengan jumlah 116 coffe shop pada tahun 2022. Termasuk Kedai Kopie Soe, Seecul Bar Coffe, dan Like Earth Coffe yang merupakan salah satu UMKM Coffe shop yang bergerak pada penjualan kopi yang kekinian di Sukabumi. Dalam CV Kopie Soe mengkhususkan diri dalam memproduksi dan penjualan biji kopi yang berkualitas tinggi, dan menawarkan berbagai varian biji kopi termasuk kopi Aceh Gayo yang sangat terkenal. Untuk CV Seecul Bar Coffe, mereka menyediakan berbagai jenis minuman kopi yang dimulai dengan menghadirkan kopi panas, kopi dingin dan berbagai minuman kopi yang berbasis es. Selain itu juga menyediakan berbagai variasi kopi yaitu kopi tumpah dan metode penyeduhan secara alternatif. Kemudian, Cv Like Earth Coffe menonjolkan biji kopi yang berkelanjutan seperti kopi organik dan kopi adil. Ketiga usaha coffe shop tersebut tidak hanya berfokus pada produksi dan penjualan produk kopi yang berkualitas tinggi saja, tetapi juga mencoba

menghadirkan inovasi dalam menyediakan kopi dan juga menyesuaikan

No	Tahun	Jumlah Coffe Shop
1	2020	66
2	2021	100
3	2022	116

pelanggan.

Tabel 1.2 Jumlah Coffe Shop di Kota Sukabumi

Salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan jumlah coffe shop adalah Kawasan cikole, daerah tersebut selalu dijadikan tempat berkembangnya cofe shop oleh para pelaku bisnis. Pertumbuhan pada jumlah coffe shop yang ada di daerah cikole didukung dengan padatnya aktifitas Masyarakat yang berlalu Lalang didaerah tersebut, hal tersebut dijadikan alasan oleh para

pelaku bisnis untuk membuka coffe shop. Coffe shop CV Kopi Soe, Seecul bar coffe, dan like erath coffe merupakan salah satu usaha coffe shop yang ada di daerah cikole.

Kopi merupakan salah satu komoditas utama yang berada di daerah tropis yang diperdagangkan secara global dan kontrobusinya mencapai setengah dari total ekspor komoditas tropis (Herlyana, 2014). Daya Tarik pada kopi di seluruh dunia tak lepas dari karakteristik rasanya yang sangat unik, serta di dorong oleh faktor-faktor sejarah, tradisi, social dan pentingnya sebuah ekonomi. Selain itu, kopi juga dikenal sebagai salah satu sumber kafein yang alami, yang memiliki kemampuan meningkatkan kewaspadaan dan mengurangi kelelahan. Setiap hari, minuman kopi yang dibuat dari ekstrak biji kopi dikonsumsi dalam jumlah besar dan mencapai sekitar 2,25 miliar gelas di seluruh dunia (Ponte, 2002).

Negara Indonesia merupakan negara sebagai produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia, yang memiliki indistri kopi yang signifikan sekitar 67% dari total produksi kopi Indonesia diekspor, sementara sisanya sekitar 33% digunakan untuk memenuhi

kebutuhan domestik. Namun, tidak hanya kopi saja tapi produk-produk dari perkebunan Indonesia memiliki potensi perkembangan yang sangat besar. Potensi tersebut termasuk pertumbuhan dari sektor hilir hingga hulu yang menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan petani dengan harga jual yang tinggi (Putri & Ali, 2020). Selain itu, Indonesia memiliki lahan pertanian yang luas dan memungkinkan diversifikasi dalam produk olahan yang dapat memenuhi kebutuhan Masyarakat. Dengan memanfaatkan potensi ini, Indonesia dapat terus mengembangkan sektor perkebunan sebagai salah satu tulang punggung ekonomi negara ini.

Indonesia memiliki iklim dan juga tanah yang cocok untuk pertumbuhan berbagai varietas kopi, hal tersebut menciptakan beragam jenis biji kopi yang ditanam di berbagai wilayah Indonesia, dan dari setiap varietas memiliki profil rasa yang sangat unik dan khas (Prayoga & Wahyuningsih, 2023). Banyak kedai kopi lokal dan menjadikannya sebagai fokus utama dalam menu mereka dan menyajikan kopi khas Indonesia sebagai salah satu daya Tarik utama bagi pelanggan. Biji kopi lokal menciptakan identitas yang kuat bagi usaha coffe shop, hal tersebut membantu usaha coffe shop untuk bersaing dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif dengan menonjolkan kekhasan kopi Indonesia. Petani kopi adalah elemen penting dalam industri kopi di Indonesia, mereka bertanggung jawab atas pertumbuhan dan panen biji kopi yang sangat berkualitas.

Jenis kopi yang paling banyak diperdagangkan, sebagai berikut :

1. Kopi Arabika, 75% yang diproduksi diseluruh dunia yang dimana Indonesia yang menyumbang 10% dari jumlah tersebut
2. Kopi Robusta, 25% produksi diseluruh dunia yang dimana Indonesia menyumbang 10% dari jumlah tersebut.

Persediaan merupakan suatu komponen utama dalam bisnis kedai coffe shop, karena merupakan sebuah bahan baku utama untuk terciptanya proses penjualan dan salah satu asset yang dapat dipertukarkan yang dapat menghadapi risiko baik secara fisik (Bahan mentah) ataupun finansial. Menurut Kusuma (2019), persediaan adalah barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada periode berikutnya berupa bahan mentah yang disimpan untuk diolah, komponen yang sudah diproses, barang dalam proses produksi, dan barang jadi yang disimpan untuk dijual. Menurut Herjanto

(2015), manajemen persediaan adalah serangkaian praktik pengendalian yang menentukan tingkat persediaan yang harus disimpan, kapan harus melakukan pemesanan untuk menambah persediaan, kapan pesanan dalam jumlah besar harus dihilangkan, dan menentukan berapa banyak persediaan yang diperlukan. Ketersediaan jumlah persediaan yang tepat dan waktu Gudang yang dikelola dengan baik akan meningkatkan efisiensi Gudang. Dan menurut Rangkut (2016), efektivitas pengelolaan persediaan bahan baku akan tercapai Ketika mencapai hasil yang optimal ketika membandingkan input dan output, yang artinya efisiensi tercapai apabila penggunaan bahan atau input untuk menghasilkan output berbanding lurus dan tidak menimbulkan pemborosan.

Salah satu faktor penting yang mendorong Perusahaan untuk melakukan pembenahan dan perbaikan terutama dalam proses produksi yaitu mencapai efektifitas dan efisien yang lebih tinggi. Perencanaan dan pengendalian persediaan merupakan sebuah aspek yang sangat vital yang harus di kelola oleh setiap Perusahaan. Ketersediaan persediaan yang tepat dapat memiliki dampak langsung terhadap kemampuan Perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan tepat waktu. Sebuah produk tidak selalu tersedia kapan saja dan jika Perusahaan tidak mengelola persediaan dengan baik, mereka dapat kehilangan peluang untuk meraih keuntungan yang seharusnya mereka dapatkan (Fadhilah, Andreas, & Zahedu, 2008).

Peningkatan konsumsi kopi yang telah menjadi dorongan bagi para pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam industri pengolahan kopi. Dalam hal ini, usaha coffe shop harus memberikan

perhatian khusus pada bahan baku yang digunakan, karena kualitas bahan baku memiliki dampak langsung pada kualitas kopi yang dihasilkan. Maka dari itu, penting untuk menjaga persediaan bahan baku yang memadai guna memastikan kelancaran produksi. Manajemen persediaan yang efisien dan efektif menjadi kunci dalam menjaga kelancaran operasi pada usaha coffe shop. Hal ini melibatkan pemantauan persediaan yang cermat, perencanaan yang baik dan pengasaan bahan baku yang tepat waktu. Dengan cara ini, coffe shop dapat menjaga kelancaran produksi dan memenuhi permintaan pelanggan dengan baik. Selain itu juga manajemen persediaan yang baik akan membantu usaha coffe shop untuk mengendalikan biaya produksi. Dengan meminimalkan biaya persediaan dan memaksimalkan efisiensi penggunaan

bahan baku, coffe shop dapat mencapai hasil yang optimal dengan biaya yang terjangkau.

Dalam sebuah perusahaan, terutama pada usaha coffe shop memerlukan pendekatan yang matang dalam mengelola bahan baku dan juga stok produk jadi. Hal tersebut tidak hanya berdampak pada kelancaran operasional saja, tetapi juga pada kualitas produk yang disajikan kepada para pelanggan. Manajemen persediaan yang baik dalam coffe shop akan membantu dalam sehari-hari dalam usaha dan juga akan memberikan pengalaman pelanggan yang sangat positif. Dengan perhatian pada detail, perencanaan yang cermat, dan adaptasi terhadap perubahan pasar dapat menjaga persediaan yang seimbang dan mendukung pertumbuhan usaha coffe shop tersebut.

Bahan baku adalah persediaan yang dibeli oleh Perusahaan untuk proses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya barang jadi atau produk akhir dari Perusahaan (Syamsuddin, 2001:281). Bahan baku memiliki peran sentral dalam menjaga kelancaran proses produksi, sehingga setiap perusahaan harus memiliki persediaan bahan baku yang memadai untuk mendukung operasi produksinya. Ketika pasokan bahan baku mengalami kendala atau hambatan, maka proses produksi juga akan terhambat. Gangguan dalam proses produksi ini dapat berdampak pada penurunan tingkat produksi yang dihasilkan. Penurunan produksi ini pada gilirannya dapat mempengaruhi tingkat penjualan, yang akhirnya membuat perusahaan kesulitan dalam memenuhi permintaan dari konsumen.

Dalam usaha coffe shop, biji kopi merupakan bahan baku utama dalam minuman kopi kekinian yang memainkan peran penting bagi usaha coffe shop. Biji kopi dengan kualitas yang sangat tinggi merupakan fondasi utama dalam menciptakan produk kopi yang lezat dan memuaskan, dan kualitas biji kopi juga sangat mempengaruhi rasa, aroma, dan cita rasa kopi yang

dihidangkan di coffe shop (Budiyanto et al., 2021). Biji kopi datang dengan berbagai jenis dan varian seperti Arabika, Robusta, dan berbagai macam biji kopi lainnya. Penggunaan biji kopi yang konsisten dalam operasional sehari-hari coffe shop menjaga kualitas minuman kopi yang disajikan dan membangun kepercayaan kepada pelanggan. Dengan fokus pada biji kopi yang berkualitas, coffe shop dapat menciptakan pengalaman kopi yang istimewa bagi pelanggan dan membangun reputasi yang kuat dalam industri.

Dalam peningkatan konsumsi kopi yang semakin tinggi saat ini, perhatian terhadap pengelolaan persediaan bahan baku kopi menjadi sangat penting untuk menghindari akibat dari persediaan bahan baku yang kekurangan dan kelebihan bagi para pelaku UMKM khususnya pada usaha kedai coffee shop (Sumartini & Tias, 2019). Kelebihan stok pada persediaan dapat mengakibatkan biaya penyimpanan yang sangat tinggi dan risiko kerusakan bahan baku akibat penyimpanan yang berkepanjangan digudang. Hal tersebut mengharuskan usaha kedai coffee shop tersebut membayar biaya penyimpanan yang tidak perlu dan mungkin harus menghadapi kerugian akibat bahan baku yang rusak atau kadaluarsa. Di sisi lain, kekurangan stok atau understock pada persediaan bahan baku dapat mengganggu proses produksi. Ketika bahan baku tidak mencukupi maka proses produksi akan terganggu dan dapat menyebabkan usaha kedai coffee shop tidak dapat memenuhi permintaan konsumen dan akan merugikan coffee shop itu sendiri.

Salah satu tantangan serius yang dihadapi oleh usaha coffee shop adalah ketersediaan bahan baku biji kopi (Indiarestu, 2016). Kurangnya pengetahuan dan pemahaman yang memadai dalam manajemen persediaan kopi akan menjadi boomerang bagi mereka. Misalkan, jika para pelaku usaha tidak dapat menjaga stok biji kopi yang cukup, maka akan beresiko kehilangan pelanggan yang telah memesan kopi. Pelanggan yang menemukan bahwa bahan baku kopi telah habis mungkin akan mencari tempat lain untuk memenuhi kebutuhan kopi mereka. Oleh karena itu, manajemen persediaan biji kopi yang efisien dan pemahaman tentang bagaimana mengantisipasi permintaan kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha coffee shop.

Mempredikisi permintaan dengan akurasi memang menjadi sebuah tantangan yang serius, hal tersebut menjadi penyebab perencanaan harus dilakukan secara hati-hati agar persediaan tidak menjadi terlalu besar atau terlalu kecil. Jika persediaan ditetapkan dalam jumlah yang berlebihan, hal ini dapat mengakibatkan risiko berat seperti biaya bunga yang sangat tinggi, biaya penyimpanan

dan pemeliharaan yang meningkat, dan risiko kerusakan atau penurunan kualitas bahan baku dan semua hal itu dapat mengurangi keuntungan pada Perusahaan.

Perencanaan persediaan yang efisien menjadi hal penting untuk menghindari risiko-risiko ini. Hal tersebut melibatkan pemahaman yang

mendalam tentang pola permintaan, serta penggunaan metode peramalan yang cermat. Dengan mengabungkan factor-faktor ini, Perusahaan dapat menjaga persediaan dalam tingkat yang tepat, yang memungkinkan untuk menjaga biaya rendah dan keuntungan yang optimal. Selain itu juga menajamen persediaan yang baik akan membantu Perusahaan untuk menjaga kelancaran operasional dan layanan pelanggan yang baik.

Pada era bisnis yang sangat dinamis pada saat ini, Manajemen persediaan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menjalankan usaha coffe shop. Penyediaan bahan baku seperti biji kopi yang berkualitas dan bahan lainnya yang menjadi fondasi dalam menciptakan produk akhir yang sangat memuaskan bagi pelanggan. Manajemen persediaan yang baik tidak hanya mempengaruhi keberlanjutan bisnis, tetapi juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, produktivitas, dan rentabilitas. Kemudian, melalui pemahaman tersebut yang baik tentang manajemen persediaan, UMKM Coffe Shop dapat meraih kesuksesan yang besar dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Dalam manajemen persediaan bahan baku tentu tidak dapat lepas dari adanya hambatan bagi para pelaku usaha, seperti pada usaha kedai CV Kopi Soe, CV Seecul Bar Coffe dan CV Lke Earth Coffe. Dalam persediaan biji kopi pada CV Kopi Soe, CV Seecul Bar Coffe dan Cv Like Earth Coffe terdapat beberapa masalah, diantaranya yaitu persediaan pada bahan baku biji kopi yang belum direncanakan dengan baik sehingga persediaan bahan baku pada ketiga coffe shop tersebut kurang optimal, yang menyebabkan kekurangan dan kelebihan pada persediaan bahan baku kurang stabil. Untuk mengatasi masalah tersebut perlu adanya pengendalian persediaan yang baik agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan atau yang dapat merugikan Perusahaan.

Dengan melakukan observasi terhadap persediaan bahan baku kepada tiga pelaku UMKM yaitu pada kedai coffe shop CV Kopi Soe, CV Seecul Bar Cofe, dan CV Like Earth Coffe. Maka, dapat diperoleh data historis permintaan pada biji kopi yang merupakan bahan baku utama pada coffe shop, data historis biaya persediaan bahan baku biji kopi, dan data rasio biji kopi. Menurut (Sangadji dan Sopiah, 2010:192), "Observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan

menggunakan indra sehingga tidak hanya dengan pengamatan

menggunakan mata. Mendengarkan, mencium, mengecap dan meraba termasuk bentuk observasi. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan". Sangadji dan Sopiah menjelaskan bahwa observasi melibatkan penggunaan indra manusia, seperti pendengaran, penciuman, pengecap, perabaan, selain dari pengamatan visual dengan mata. Maka, dalam observasi harus memperhatikan dan mencatat apa yang dilihat, dengar, cium, rasakan dan sentuh. Dengan menggunakan berbagai indra, observasi dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang situasi dan objek, dan data yang digunakan.

Setelah observasi, kemudian ada wawancara. Wawancara tersebut melibatkan beberapa pihak pada usaha kedai coffee shop CV Kopi Soe, CV Seecul bar Coffe, dan CV Like Earth Coffe. Wawancara ini melibatkan manajer dan staff pada coffee shop tersebut. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan tentang bahan baku biji kopi yang dilakukan secara langsung. (Sugiyono, 2016), wawancara adalah Teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Maka dari itu, Ketika melakukan wawancara, pengumpul data harus menyiapkan instrument penelitian berupa beberapa pertanyaan yang tertulis untuk diajukan kepada pihak yang akan di wawancarai.

Untuk pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode periodic review system, untuk mengetahui apakah hasil dari proses pengendalian bahan baku biji kopi pada usaha coffee shop dengan menggunakan metode periodic review system apakah sudah optimal dan dapat diterapkan atau tidak. Proses perhitungan yang diterapkan ini melibatkan beberapa tahapan penting. Yang pertama, mengidentifikasi dan mengumpulkan atau permintaan, yang kemudian akan menjadi dasar untuk peramalan. Peramalan digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang. Selanjutnya, perhitungan melibatkan evaluasi pada variabel seperti standar deviasi yang mencerminkan fluktuasi dalam permintaan. Interval pemesanan, yang merupakan jeda waktu antara pengambilan stok, juga diperhitungkan dengan cermat. Tujuannya yaitu untuk mengatur kapan harus melakukan pemesanan ulang pada persediaan. Selama perhitungan, Upaya dilakukan untuk mencapai nilai ongkos yang optimal. Hal ini mencakup penentuan jumlah pesanan yang tepat sehingga Perusahaan dapat meminimalkan biaya persediaan sambil

memenuhi permintaan pelanggan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D. (2023). *Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis)*. Refika Aditama.
- Akhmad, I., Kusumah, A., Hinggo, H. T., Zaki, H., Ramadhan, R. R., Sulistyandari, & Hardilawati, W. L. (2022a). Strategi Keberlanjutan Usaha Coffee Shop OFFTRACK Pekanbaru. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, Dan Sosial Humaniora (e-ISSN: 2809-3917)*, 2(2), 48–52.
- Akhmad, I., Kusumah, A., Hinggo, H. T., Zaki, H., Ramadhan, R. R., Sulistyandari, & Hardilawati, W. L. (2022b). Strategi Keberlanjutan Usaha Coffee Shop OFFTRACK Pekanbaru. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, Dan Sosial Humaniora (e-ISSN: 2809-3917)*, 2(2), 48–52.
- Arsyad, L., & Kusuma(2014). *Ekonomika Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Aryawati, N. P. A., Harahap, T. K., Yanti, N. N. S. A., Mahardika, I. M. N. O., Widiniarsih, D. M., Ahmad, M. I. S., Mattunruang, A. A., & Amali, L. M. (2023). Manajemen keuangan. *Penerbit Tahta Media*.
- Astuti, R., Kartawinata, B. R., Nurhayati, E., Tuhuteru, J., Mulatsih, L. S., Mulyani, A., Siska, A. J., Erziaty, R., Wicaksono, G., & Nurmatias, N. (2022a). *Manajemen keuangan perusahaan*.
- Astuti, R., Kartawinata, B. R., Nurhayati, E., Tuhuteru, J., Mulatsih, L. S., Mulyani, A., Siska, A. J., Erziaty, R., Wicaksono, G., & Nurmatias, N. (2022b). *Manajemen keuangan perusahaan*.
- Bastian, I. (2021). *Manajemen Keuangan Publik*. Penerbit Andi.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2001). *Manajemen Keuangan*. Buku 1 edisi 8. Jakarta: Erlangga.
- Budiyanto, B., Uker, D., & Izahar, T. (2021). Karakteristik fisik kualitas biji kopi dan kualitas kopi bubuk sintaro 2 dan sintaro 3 dengan berbagai tingkat sangrai. *Jurnal Agroindustri*, 11(1), 54–71.
- David, F. R. (2006). *Manajemen strategis*. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Derry, A. (2021). Rencana Bisnis “Indonesian’s Coffee Shop.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 112–117.

- Diewantra, Y. D., & Oetomo, H. W. (2019). Pengaruh Perputaran Persediaan, Ukuran Perusahaan, Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(8).
- Gaspersz, V. (2005). Sistem manajemen kinerja terintegrasi Balanced scorecard dengan six sigma untuk organisasi bisnis dan pemerintah. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Hariyani, D. S. (2021). *Manajemen Keuangan I*. UNIPMA Press.
- Hasan, Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Nurwahidah, M., Abdullah, A., & Fachrurazi, F. (2022). *Manajemen keuangan*. Penerbit Widina.
- Henig, M., & Gerchak, Y. (1990). The structure of periodic review policies in the presence of random yield. *Operations Research*, 38(4), 634–643.
- Herlyana, E. (2014). Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban Dan Informasi Islam*, 13(1), 187–204.
- Heryani, H., Legowo, A. C., & Nugroho, I. P. (2020). Strategi pengembangan industri kreatif untuk inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298.
- Indiarestu, R. (2016). Persediaan Bahan Baku Kopi Luwak Liar Pada Bun Prink Coffee. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 9(1).
- Ir Agus Zainul Arifin (2018). *Manajemen keuangan*. Zahir Publishing.
- Jayanth, Poorvi, M. B., & Sunil, M. P. (2017). Inventory management system using IOT. *Proceedings of the First International Conference on Computational Intelligence and Informatics: ICCII 2016*, 201–210.
- Julyanthry, J., Siagian, V., Asmeati, A., Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., Purba, S., Purba, B., Ferinia, R., & Rahmadana, M. F. (2020). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Kariyoto, K. (2017). Persepsi Akuntansi Sektor Publik versus Akuntansi Pemerintahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 18–27.
- Kobbacy, K. A. H., & Liang, Y. (1999). Towards the development of an intelligent inventory management system. *Integrated Manufacturing Systems*, 10(6), 354–366.
- Krajewski, L. J., & Malhotra, M. K. (2022). *Operations management*:

- Processes and supply chains*. Pearson.
- Kuliah, M., & Arjuna, K. (2005). *Manajemen Persediaan*.
- Kusumawati, D. A. (2022). Peran Digital Skill Dan Workforce Transformasion Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 125–135.
- Lolita, A. (2013). *Strategi Pengembangan Usaha Coffee shop DE Koffie-Pot di Kota Bogor, Jawa Barat*.
- Maarif, M. S. (2003). *Manajemen operasi*. Grasindo.
- Muhammad Sujai, Cahyadi, Asmawati, Yucha, & Irhamni, F. (2022). *Manajemen Keuangan*. CV Rey Media Grafika.
- Mulyana, A., Susilawati, E., Putranto, A. H., Arfianty, A., Muangsal, M., Supyan, I. S., Kurniawan, R., Harahap, L. R., & Soegiarto, D. (2023). *Manajemen keuangan*. Penerbit Widina.
- Musthafa, H (2017). *Manajemen keuangan*. Penerbit Andi.
- Ompusunggu, D. P., & Irenetia, N. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140–147.
- Permata Sari, D. (2005). Fungsi dan Tujuan Manajemen Keuangan. *JURNAL TUDALAKO*, 6(2), 2217–2223.
- Prawirosentono, S. (2005). *Manajemen Operasi*. Bumi Aksara.
- Prayoga, H., & Wahyuningsih, R. R. S (2023). Pengaruh Iklim Kerja terhadap Kinerja Karyawan melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Coffee Shop di Kota Yogyakarta). *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 1(2), 1–11.
- Priyandanu, H., Tabrani, M., Suhardi, S., & Mutaqin, Z. (2020). Manajemen Persediaan Bahan Baku Berbasis Pada Pt. Tuffindo Nittoku Autoneum Karawang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 95–108.
- Render, B., & Heizer, J. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Salemba Empat.
- Sa’adah, L. (2020). *Manajemen Keuangan*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Sugiyono, P. (2016). Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,

- Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi). *Bandung: Alfabeta Cv.*
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-Bis*, 3(2), 111–118.
- Wachdijono, W., & Yahya, A. C. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Keberadaan Coffee Shop Dan Barista Pada Era Pemasaran Kopi Ke Tiga. *Paradigma Agribisnis*, 4(1), 11–24.
- Wati, T. A., Anjani, H. P., IJ, L. R., Sinaga, L. F., & Minallah, N. (2022). Manajemen Keuangan Dalam Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 50–55.
- Yahya, A., Affandy, A., & Narimawati, U. (2020a). Pengembangan UMKM Melalui Pemanfaatan Model Layanan Fintech Syariah Ammana.id. *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 5(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v5i2.3049>
- Yahya, A., Affandy, A., & Narimawati, U. (2020b). Pengembangan UMKM Melalui Pemanfaatan Model Layanan Fintech Syariah Ammana.id. *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 5(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v5i2.3049>

PROFIL PENULIS



Nama lengkap penulis yaitu **Tia Maharani** lahir pada tanggal 4 Maret 2003 di Sukabumi Provinsi Jawa barat. Kebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis merupakan anak ke 3 dari 4 bersaudara. Alamat penulis di Jl Sukabumi- Cianjur kp. Baros desa Titisan kecamatan Sukalarang kabupaten Sukabumi Jawa Barat Indonesia. Penulis menamatkan Pendidikan SDN Pangestu (2009 - 2015), SMPN 1 Sukalarang (2015 – 2018), dan SMA Negeri 1 Sukaraja (2018 – 2021). Penulis saat ini sedang menempuh Pendidikan S1 Manajemen di Universitas Nusa Putra (2022 – Sekarang). Selain menempuh Pendidikan di Universitas Nusa Putra, penulis juga merupakan seorang karyawan tetap di salah satu perusahaan manufaktur di Sukalarang kabupaten Sukabumi, dan telah bekerja selama 2 tahun lebih.



Nama lengkap penulis yaitu **Nurul Alkarimah** lahir di Sukabumi pada tanggal 26 April 2001. Kebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis merupakan anak ke 3 dari 5 bersaudara. Penulis memulai jenjang pendidikannya di SDN 04 Parung kab. Bogor 2007 dan lulus pada tahun 2013. Penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah pertama di SMP Negeri 1 Parung Bogor pada tahun 2013-2016. Penulis menyelesaikan Pendidikan Menengah Akhir jurusan MIPA pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019. Setelah selesai menempuh pendidikan SMA Penulis sempat menunda kuliah selama 3 tahun, Penulis tercatat sebagai karyawan di salah satu Perusahaan Manufaktur di Sukabumi. Akhirnya padatahun 2022 penulis mendaftardi Universitas Nusa Putra, Fakultas Bisnis dan Humaniora, jurusan Manajemen kelas Karyawan. Hingga saat ini, penulis tercatat sebagai Mahasiswa aktif di Universitas Nusa Putra.



Nama lengkap penulis yaitu **Ananda Amelia Salma** lahir di Sukabumi pada tanggal 26 Juli 2001. Kebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis merupakan anak ke 5 dari 5 bersaudara. Penulis memulai jenjang pendidikan nya di SDN 1 Lembur Sawah pada tahun 2007 dan lulus pada tahun 2013. Penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah pertama di SMP Islam Al-Hidayah pada tahun 2013-2016. Penulis menyelesaikan Pendidikan Menengah Atas di SMK Kesehatan Harapan Bunda jurusan Keperawatan pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019. Setelah selesai menempuh pendidikan SMK Penulis sempat menunda kuliah selama 3 tahun, Penulis tercatat sebagai karyawan di salah satu Perusahaan Manufaktur di Sukabumi. Akhirnya pada tahun 2022 penulis mendaftar di Universitas Nusa Putra, Fakultas Bisnis dan Humaniora, jurusan Manajemen kelas Karyawan. Hingga saat ini, penulis tercatat sebagai Mahasiswa aktif di Universitas Nusa Putra.



Nama lengkap penulis yaitu **Gustian Djuanda**. Setelah lulus dari SMA 5 Surabaya Penulis melanjutkan Pendidikan di FE UNSOED dan selesai pada Tahun 1986. Pada waktu semester 2 Penulis bercita-cita menjadi Dosen dengan harapan berkontribusi pada Sistem Belajar Mengajar agar Mahasiswa mempunyai bekal ilmu yang terapan yang dapat dimanfaatkan untuk bekerja atau usaha dan berniat menyisihkan sebagian gajinya untuk mendalami Ilmu yang Aplikatif tersebut. Hal tersebut terkabul setelah diterima menjadi Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Keuangan dan Perbankan Indonesia (STEKPI) 2 Januari 1988 kemudian Penulis mengikuti Pendidikan Lanjutan Kader Perbankan Insitut Bankir Indonesia (PLKP-IBI) pada tahun 1991-1992. Ilmu yang diperoleh bermanfaat untuk mengajar Mata Kuliah Perbankan bahkan sukses Bersama Ibu Liliek Gajatri menjadi Finalis Peneliti Muda LIPI-TVRI Tahun 1996. Pada Tahun 1988 dunia perbankan mengalami gejolak moneter sehingga banyak yang kolaps dan atas saran teman yaitu Bapak Irwansyah Lubis yang menyatakan Mata Kuliah Pajak tidak akan mati selama dunia masih ada,

maka Penulis mengambil Kursus Brevet AB di Yayasan Artha Bakti Tahun 1999 dan diberi kesempatan mengajar Mata Kuliah Perpajakan oleh Pimpinan STEKPI . Dua tahun setelah mengajar Mata kuliah Perpajakan dan dengan bekal modul yang dibuat bersama Bapak Irwansyah Lubis yang kebetulan sebagai Penyuluh Dirjen Pajak, maka Penulis mencoba menawarkan Modul Perpajakan yang telah dibuat ke Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Pada waktu itu dalam wawancara penulis menyatakan bahwa buku yang saya terbitkan berbeda dengan buku Pajak yang lain karena menampilkan Pelaporan Pajak berupa SPT sehingga mempunyai Keunggulan Kompetitif pada waktu itu sehingga Buku Pertama Pelaporan Pajak Penghasilan menjadi masuk 10 Buku Terlaris Versi Kontan Tahun 2002 sampai akhirnya menghasilkan 6 Buku Pajak sampai saat ini

Akhirnya Pendidikan S3 Ekonomi Islam dilalui di UIN Jakarta 2005-2010 dengan Disertasi mengenai Penilaian Kinerja Bank Syariah dengan menggunakan Balanced Scorecard . Beberapa Book Chapter telah di bidang Keuangan dan Bisnis telah terbit. Saat ini bersama Mahasiswa sedang mencoba menerbitkan E Book Monograph sebagai salah satu Bahan Referensi para Mahasiswa pada Prodi Manajemen guna meningkatkan keahlian dalam Keuangan baik sebagai Wirausaha maupun sebagai Profesional pada Perusahaan tempat bekerja. Alhamdulillah Penulis juga sempat menjadi Visiting Lecturer di Islamic Business School College of Business Universiti Utara Malaysia pada Tahun 2010-2012



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : [tahtamedia](https://www.instagram.com/tahtamedia)
Telp/WA : +62 896-5427-3996



02-418-2701-265