

**LAPORAN PRAKTIKUM PENGALAMAN LAPANGAN JURUSAN  
AKUNTANSI SYARIAH**

**PERHITUNGAN TARGET PENJUALAN DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN LABA DI MASA PANDEMI PADA USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH *ELHIJAAZ BOUTIQUE AND CRAFT* DI DESA  
TAMBAKREJO KECAMATAN SUMBERGEMPOL KABUPATEN  
TULUNGAGUNG**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir  
Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Oleh:

**Yusvia Nur Afifah**

NIM. 12403183005

Dosen Pembimbing Lapangan:

**Sri Dwi Estiningrum, S.E., Ak., M.M., C.A.**

NIP. 197209082007102001

**JURUSAN AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG  
2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN

Laporan akhir Praktikum Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung ini telah disetujui dan disahkan pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 12 Maret 2021

Di : Tulungagung

Judul Laporan : **Perhitungan Target Penjualan Dalam Upaya Meningkatkan Laba Di Masa Pandemi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Elhijaaz Boutique And Craft Di Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung**

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing Lapangan



**Sri Dwi Estiningrum, S.E., Ak., M.M., C.A.**

NIP: 197209082007102001

MENGESAHKAN

a.n. DEKAN

KEPALA LABORATORIUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**Siswahyudianto, M.M**

NIDN. 2015068402

## KATA PENGANTAR

### **Bismillahirrahmanirrahim,**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan limpahan rahmat, hidayah serta taufiknya kepada kita semua sehingga laporan Praktik Pengalaman Lapangan dapat terselesaikan tepat waktu tanpa ada suatu halangan apapun. Shalawat serta salam tak lupa kami haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi suri tauladan bagi umatnya. Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini merupakan bentuk pertanggungjawabn tertulis atas pelaksanaan PPL selama satu bulan. Maka dari itu saya mengucapkan terima kasih kepada :

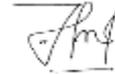
1. Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Dr. Qomarul Huda, M.Ag selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Bapak Siswahyudianto, M.M. selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
5. Ibu Sri Dwi Estiningrum, S.E., Ak., M.M., C.A. selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
6. Ibu Elis Zulva Mastuti selaku pemilik UMKM, Batik ecoprint “Elhijaaaz Boutique and Craft” yang telah bersedia memberikan izin untuk melaksanakan PPL.
7. Karyawan, yang telah membantu dalam proses pelaksanaan praktik.
8. Orang tua dan keluarga, yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam setiap kegiatan
9. Pihak-pihak yang membantu dalam pelaksanaan PPL ini.

Tujuan penulisan dan penyusunan laporan ini adalah salah satu tugas untuk memenuhi kegiatan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan adanya kritik dan saran

dari semua pihak. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

**Tulungagung, 30 januari 2021**

Penulis



**Yusvia Nur Afifah**

NIM. 12403183005

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Dasar Pemikiran .....	1
B. Tujuan Dan Kegunaan .....	3
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	3
<b>BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK</b> .....	4
A. Profil Lembaga.....	4
B. Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan .....	6
C. Permasalahan di Lapangan.....	6
D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Praktik .....	7
<b>BAB III PEMBAHASAN</b> .....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Analisis Temuan Studi.....	15
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	19
A. Kesimpulan .....	19
B. Saran.....	19
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	21
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	22

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Dasar Pemikiran**

Tahun 2020 hingga saat ini tahun 2021 adalah tahun yang sangat sulit khususnya di Negara kita Negara Indonesia. Dimana adanya Covid-19 yang menular dengan cepat dan mengakibatkan kekacauan ekonomi. Akibat dari Covid-19 tidak hanya industry besar, tetapi juga UKM, Home Industri telah dibuat gelisah. Selain itu, perubahan juga terjadi pada masyarakat, seperti bekerja dilakukan dari rumah, pegawai-pegawai mendapat imbas dari Covid-19 yang harus memberhentikan mereka. Terlebih baru-baru ini, sebuah studi menyebutkan jika Covid-19 akan membuat Indonesi mengalami penurunan presentase pertumbuhan ekonomi sebesar 0,1% di tahun 2020 secara garis besar, berikut merupakan dampak nyata yang disebabkan Covid-19 terhadap sector UKM maupun industry rumahan di Indonesia.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan usaha yang memiliki pengaruh kuat dan berpotensi terhadap pergerakan roda perekonomian. Adanya UMKM telah memberikan kontribusi dan peranannya dalam mengurangi pengangguran. Isu menarik tentang UMKM sudah sejak lama dibahas, diawali dari adanya krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 hingga terjadi resesi ekonomi. Hal ini dapat menjadi pelajaran bagi Indonesia sendiri dalam mempertahankan nilai rupiah ditengah krisis. Pada saat itu, UMKM salah satu usaha yang tidak terpengaruh terhadap adanya krisis dan dalam kenyataannya dapat bertahan hingga kini. Bahkan, data terbaru yang dipublikasikan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2017-2018 jumlah UMKM mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Sector UMKM cenderung ke faktor pemanfaatan sumber daya alam dan padat karya seperti perikanan, perdagangan, pertanian, dan perkebunan. Salah satu produk yang tercipta di UMKM ini adalah batik ecoprint. Pada tahun 2017 batik ecoprint meningkat pesat di Indonesia. Batik ecoprint ini dapat dijadikan tren gaya hidup masyarakat ramah lingkungan karena batik ini menggunakan

pewarna alami seperti dedaunan dan bunga yang berasal dari alam. Produk yang dihasilkan adalah lembaran kain dan produk fashion yang memiliki nilai tambah dalam budaya lokal dan ramah lingkungan.

Sesuai dengan namanya eco yang berasal dari kata ekosistem (alam) dan print yang artinya mencetak. Dapat diartikan ecoprint adalah proses untuk mentransfer warna dan bentuk ke kain melalui kontak langsung. Teknik ini dilakukan dengan cara menempelkan tanaman yang memiliki pigmen warna kepada kain yang kemudian direbus di dalam kuili besar. Tanaman yang digunakan pun merupakan tanaman memiliki sensitivitas tinggi terhadap panas, karena hal tersebut merupakan faktor penting dalam mengekstraksi pigmen warna. Batik ecoprint merupakan produk yang unik karena tidak bisa diulang, dikarenakan bahan pewarna (daun dan bunga) yang dipakai tidak akan sama. Maksudnya pewarna yang digunakan ecoprint hanya berlaku sekali pakai, dan tidak mungkin ada dua produk yang sama persis.<sup>1</sup>

Menurut Megginson (2000) dalam pinasti 2007 informasi akuntansi mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi pencapaian keberhasilan usaha, termasuk usaha kecil, informasi akuntansi yang berupa laporan keuangan dapat menjadi modal besar bagi pelaku usaha untuk mengambil keputusan – keputusan dalam mengelola usaha kecil, antara lain kepentingan pengembangan pasar, pengembangan harga lain – lain.<sup>2</sup>

Masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha adalah kurang mendetail dalam pelaporan keuangan. Informasi keuangan merupakan hasil akhir dari proses suatu akuntansi tersebut yang digunakan oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Karena beragam pemakai yang berkepentingan maka memerlukannya adanya standart dalam akuntansi yang bertujuan untuk mempermudah dalam memahami laporan keuangan.

---

<sup>1</sup> Noto Pamungkas dan Sri Suryaningrum, *Pengelolaan Kain dengan Teknik Ecoprint di Daerah Istimewa Yogyakarta*, (Klaten: Nugra Media, 2020), hal. 8

<sup>2</sup> Sugi Priharto “*Mengenal Fungsi, Tujuan dan Contoh Laporan Laba Rugi*” (<https://cpsssoft.com/blog/akuntansi/fungsi-dan-contoh-laporan-laba-rugi/> diakses tanggal 27 Januari 2021 pukul 20.35)

## **B. TUJUAN DAN KEGUNAAN**

### **1. Tujuan**

Tujuan diadakannya Praktik Pengalaman Lapangan Mahasiswa IAIN Tulungagung jurusan Akuntansi Syariah yaitu sebagai pengalaman yang nantinya dijadikan bekal untuk siap terjun di dunia kerja yang sesungguhnya serta menjadi tenaga kerja yang disiplin, professional, dan inovatif serta terampil dalam menjalankan tugasnya.

### **2. Kegunaan**

Dengan adanya Praktik Pengalaman Lapangan (PPL). Hal ini berguna untuk mahasiswa bisa mengamati dan ikut serta dalam pelaksanaan aktivitas di dunia kerja yang nantinya akan bermanfaat bagi mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

## **C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

### **1. Waktu**

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang pertama dilaksanakan pada tanggal 18 Januari sampai dengan 26 Februari 2021. Dikarenakan kondisi pandemic Covid-19 ini, tempat pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dilaksanakan di Desa masing-masing para mahasiswa. Dengan kunjungan yang dibatasi hanya 3-5 kali kunjungan. Hal ini dengan tujuan untuk menghindari penyebaran Covid 19.

### **2. Tempat Pelaksanaan**

Penulis melakukan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) berada di UMKM Batik Eco Print “Elhijaaz Boutique And Craft” yang berada di Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung.

## **BAB II**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK**

#### **A. Profil Lembaga**

Nama Lembaga : Elhijaaz Boutique And Craft

Alamat : RT 003/RW002 Desa Tambakrejo Kecamatan  
Sumbergempol Kabupaten Tulungagung

Tahun Berdiri : 2008

##### **1. Sejarah**

Elhijaaz Boutique And Craft berdiri dari tahun 2008, yang didirikan oleh ibu Elis Zulva Mastuti. Awalnya Elhijaaz merupakan toko baju yang berada di ruko Gragalan yang menawarkan produk baju muslim. Sebagai ciri khas waktu itu mayoritas produk yang dijual berwarna hitam dan putih. Pada waktu itu bu Elis hanya menjual pakaian jadi. Karena belum bisa produksi.

Dan pada tahun 2012 Bu Elis sudah bisa produksi sendiri dengan brand Elhijaaznya. Dan semua produk yang ada ditokonya produk Bu Elis sendiri, tidak kulakan lagi. Pada tahun 2014 Bu Elis ingin membuat bahan pakaian sendiri. Karena hal itu Bu Elis mengikuti berbagai pelatihan membuat batik ecoprint baik online maupun offline, dan akhirnya beliau berhasil membuat kain batik ecoprint. Pada saat itu batik ecoprint belum laku dipasaran. Diwaktu itu kontrak yang berada di ruko Gragalan telah habis masa kontraknya, beliau membuka galei di rumah orang tuanya. Dan untuk mengenalkan batik ecoprint kepada masyarakat akhirnya beliau membuka workshop cara membuat batik ecoprint yang bertempat di kediaman orang tuanya. Yang bertujuan membuat orang agar tertarik pada batik ecoprint dan melihat bagaimana proses pembuatan batik ecoprint dan juga menghargai nilai karya seni.

Di tahun 2017 batik ecoprint sudah mulai dikenal dan ditoleh oleh masyarakat, dan omset dari penjualan ecoprint sudah mulai meningkat. Pada tahun 2018 usaha batik ecoprint milik Bu Elis sudah mulai terkenal dan banyak diliput oleh media-media. Bu Elis juga sering mengikuti pameran-

pameran batik diberbagai wilayah. Dan dengan adanya usaha dari Bu Elis sudah mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Dan sekarang beliau fokus mengembangkan usaha batik ecoprint.

## **2. Profil wilayah**

Wilayah Desa Tambakrejo terletak di Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung berbatasan dengan:

Utara : Desa Bendiljati Kulon

Timur : Desa Sambijajar

Selatan : Desa Podorejo

Barat : Desa Doroampel

## **3. Visi dan Misi UMKM Elhijaaz Botique And Craft**

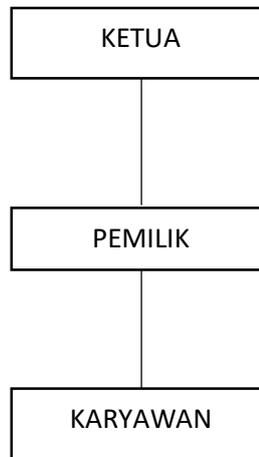
### **Visi:**

1. Menjadikan Elhijaaz Boutique and Craft menjadi salah satu trendsetter produk fashion dan kraft yang berkualitas, kompetitif, dan diterima oleh pasar domestik dan internasional.
2. Menjadikan Elhijaaz Boutique and Craft menjadi wadah inspiratif wanita agar lebih maju, menguasai skill, kreatif, inovatif di bidang fashion.

### **Misi:**

1. Menciptakan produk fashion dank raft serta turunannya agar senantiasa kompatibel dengan trend mode.
2. Mengajak dan memotivasi para wanita mengembangkan kemampuan dan skill, minat di bidang fashion dengan lebih kreatif, produktif sehingga mampu menciptakan ragam produk fashion.
3. Menjaln kerjasama dan kolaborasi dengan professional dan lembaga yang kompeten di bidang fashion batik dalam hal produksi, pemasaran atau promosi, pembinaan atau pelatihan

#### 4. Struktur Organisasi



#### B. Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan

Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang I tahun 2021 kali ini sangat berbeda dengan tahun sebelumnya. Karena Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) kali ini dilakukan di desa masing-masing. Berada di Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Terdapat satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang melakukan Praktik Pengalaman Lapangan. Didalam pelaksanaan PPL tidak dibebankan kepada mahasiswa. Akan tetapi mempunyai kesempatan untuk memahami aktivitas dan operasional yang ada di UMKM Elhijaaz Boutique And Craft.

#### C. Permasalahan di Lapangan

Setelah melakukan wawancara di lembaga Elhijaaz Boutique and Craft yang dimiliki oleh ibu Elis Zulva Mastuti yang berada di Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Permasalahan yang tengah dihadapi saat ini adalah dampak dari Covid-19 penjualannya menjadi adanya penurunan, dikarenakan seperti pameran-pameran UMKM tidak bisa terlaksana karena adanya PSBB. Selanjutnya juga belum terperinci catatan laporan keuangan pada bagian biaya produksi.

#### **D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Praktik**

Tanggapan dari pemilik UMKM Elhijaaz Boutique and Craft sendiri adalah, dengan tetap produksi, dan melayani pesanan-pesanan dari para customernya dan membuka pelatihan batik ecoprint. Untuk laporan keuangan dibagian produksi yang belum terperinci satu per satu, maka pemilik mencatatkan dengan menjadikan satu dengan semua produksi. Jadi masih produksi secara global.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Covid-19**

Saat ini dunia sedang dilanda wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) disebabkan oleh coronavirus model baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Virus ini berawal terdeteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada awal bulan Desember tahun 2019. Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Jika terjadi pada manusia biasa menyerang bagian saluran pernapasan, mulai flu hingga penyakit yang serius Middel East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernapasan Akut Berat atau Savere Acute Respiratory Syndrome (SARS).

##### **Gejala Umum**

Gejala umum berupa demam kurang lebih 38°C, batuk kering, sesak napas. Jika ada orang yang 14 hari sebelum muncul gejala tersebut pernah melakukan perjalanan ke daerah yang terjangkit atau pernah merawat orang yang pernah terkena Covid-19, maka orang tersebut harus dilakukan pemeriksaan laboratorium lebih lanjut untuk melihat diagnosa. Virus corona bisa menimbulkan beragam gejala pada pengidapnya. Gejala yang muncul ini bergantung pada jenis virus corona yang menyerang, dan seberapa serius infeksi yang terjadi. Berikut beberapa gejala virus corona yang terbilang ringan : hidung beringsus, sakit kepala, batuk, sakit tenggorokan, demam, merasa tidak enak badan.

##### **Penyebaran**

Orang dapat tertular Covid-19 dari orang lain yang memiliki virus tersebut. Corona Virus Disease 2019 (COvid-19) dapat menyebar dari orang ke orang melalui tetesan kecil dari hidung atau mulut yang menyebar ketika seseorang dengan penderita Covid-19 batuk atau bernapas. Tetesan (droplet) ini mendarat pada benda dan permukaan di sekitar orang tersebut.

Seseorang kemudian terdampak COVID-19 setelah menyentuh benda atau permukaan benda ini, kemudian menyentuh mata, hidung, atau mulut mereka. Seseorang juga dapat terdampak COVID-19 jika mereka menghirup tetesan (droplet) dari seseorang dengan COVID-19 yang batuk atau mengeluarkan tetesan (droplet). Inilah sebabnya mengapa penting untuk menjaga jarak lebih dari 1,8 meter dari orang yang sakit. Penyebab penyakit ini melalui tetesan (droplet) pernapasan yang dikeluarkan oleh seorang yang batuk. Risiko terkena Covid-19 dari orang tanpa gejala sangatlah rendah. Tetapi juga banyak orang yang terinfeksi Covid-19 yang hanya memiliki gejala ringan.

Sampai saat ini belum dapat dipastikan sampai kapan lama Covid-19 mampu bertahan pada benda, meskipun pada awalnya telah menunjukkan jika Covid-19 dapat bertahan hingga beberapa jam, tergantung jenis permukaannya, suhu atau kelembabannya. Namun dengan adanya desinfektan sederhana dapat membunuh virus tanpa menginfeksi orang. Dan biasakan diri cuci tangan dengan air mengalir dengan menggunakan sabun, serta hindari menyentuh mata dan hidung lebih efektif melindungi diri anda.

### **Kelompok Rentan**

Siapa pun bisa terinfeksi dengan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Tetapi yang lebih rentan terinfeksi Covid-19 ini adalah bayi, anak kecil dan orang dengan kekebalan tubuh yang rentan terhadap serangan virus ini. Mungkin musim juga dapat mempengaruhi. Selain itu juga orang yang melakukan bepergian ke daerah yang rawan virus Covid-19 juga rawan terinfeksi Covid-19. Orang yang sudah tua ataupun orang yang mempunyai penyakit bawaan sebelumnya (asma, diabetes, penyakit jantung, atau tekanan darah tinggi) juga rawan terkena infeksi Covid-19.<sup>3</sup>

## **2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

---

<sup>3</sup> Krakatau, "Virus Corona, Gejala, Penyebaran dan Pencegahannya" (<https://krakataumedika.com/info-media/artikel/virus-corona-gejala-penyebaran-dan-pencegahannya/> diakses tanggal 3 Februari 2021 pukul 17.00)

Pengertian dan karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah menurut Undang-undang no.20 tahun 2008 adalah

1. Usaha Mikro merupakan usaha yang produktif milik perorangan atau badan perorangan yang telah memenuhi kriteria dari usaha mikro:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.
  - b. Memiliki hasil dari penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang produktif yang berdiri sendiri dengan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan dari anak perusahaan bahkan juga bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau yang menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, yang memenuhi kriteria yakni:
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunana sebesar Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
3. Usaha menengah adalah usaha mikro produktif yang berdiri sendiri, orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik secara langsung atau tidak langsung dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria yakni:
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp

10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar).

### **3. Penjualan**

Penjualan adalah mendapatkan seseorang untuk membeli salah satu produk dan jasa apakah dengan cara promosi atau secara langsung. Penjualan adalah bagaimana cara menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa.<sup>4</sup> Menjual adalah salah satu dari cara memasarkan dalam upaya menyampaikan produk ke pasar dan penjual dituntut untuk mempengaruhi calon pembeli agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan.<sup>5</sup>

Didalam konsep penjualan terdapat asumsi yang menyatakan bahwa para konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli sehingga harus dibujuk supaya membeli, karena itu perusahaan harus memiliki banyak alat penjualan atas promosi yang efektif untung dapat menarik pembeli.<sup>6</sup>

#### **Tujuan Penjualan**

- 1) Mendapatkan laba tertentu, untuk mendapatkan keuntungan atau laba dari produk- produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
- 2) Mendapatkan volume penjualan, perusahaan harus mempunyai tujuan yang harus dicapai.

---

<sup>4</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2002), Cet. Ke-4, h. 136

<sup>5</sup> Gouzali Saydam, *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 273

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), Jilid I, h. 21-22.

- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan, jika perusahaan telah mencapai target penjualan perusahaan juga harus mampu cepat berkembang dan semakin besar.

### **Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan**

1. Kondisi dan Kemampuan Penjualan
2. Modal
3. Kondisi Pasar
4. Kondisi Organisasi Penjualan<sup>7</sup>

### **4. Perhitungan Target**

Penentuan target penjualan bisa dimulai dari penentuan laba yang kita inginkan lalu dihitung jumlah penjualan yang harus dicapai untuk dapat mencapai laba yang ditargetkan. Atau bisa dengan cara menambahkan prosentase tertentu dari pencapaian terakhir, atau mengumpulkan data dari team sales, bisa juga dengan menggunakan analisis data time series dengan perhitungan statistika yang menggunakan data penjualan yang lalu. Masing – masing dari cara untuk menentukan target penjualan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing.<sup>8</sup>

### **5. Laba**

Menurut Harnanto (2003:444) laba merupakan selisih dari pendapatan atas biaya – biaya dalam jangka waktu atau periode tertentu. Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak, kebijakan deviden, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi. Menurut Zaki Baridwan (2000:31) laba merupakan kenaikan jumlah modal (aktiva bersih) yang berasal dari sejumlah transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari beberapa transaksi atau kejadian lain yang

---

<sup>7</sup> Hanan Kuncoro, “*Penjualan : Tujuan, Macam dan Faktor yang Mempengaruhinya*” (<https://www.jojonomic.com/blog/penjualan/> diakses pada 9 Februari 2021 pukul 10.02)

<sup>8</sup> Gunawan, “*SUDAHKAH ANDA MENENTUKAN TARGET PENJUALAN*” (<https://akuntansiumkm.com/2018/01/21/sudahkah-anda-menentukan-target-penjualan/> diakses pada 13 Februari 2021 pukul 18.30)

mempengaruhi badan usaha selama satu periode tertentu kecuali yang timbul dari pendapatan atau investasi oleh pemilik.

Maka dapat disimpulkan bahwa laba adalah selisih atau lebih dari suatu pendapatan dan beban yang muncul dalam kegiatan transaksi utama atau sampingan di suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu. Adapun yang dimaksud dengan laba tahunan berjalan adalah laba yang didapatkan dari buku tahunan berjalan setelah dikurangi dengan taksiran utang pajak per tahunnya. Jumlah laba tahun buku berjalan yang bisa digunakan sebagai modal intinya hanya sebesar 50% saja. Jika ada kerugian dari suatu pihak perusahaan atau bank pada tahun berjalan, maka seluruh kerugian yang terjadi akan menjadi faktor pengurang dari modal inti usaha.<sup>9</sup>

### **Komponen Penyusun Laba**

#### **a. Pendapatan**

Merupakan semua pendapatan seseorang sebagai balasan atas jasanya didalam proses transaksi. Balasan dari jasa tersebut bisa berupa apa saja seperti upah, bunga, sewa, maupun laba tergantung dengan apa faktor produksi yang sedang dilakukan dalam proses produksi. Sumber pendapatan tersebut meliputi :

1. Sewa kekayaan yang sedang dipakai oleh orang lain, contohnya : menyewakan rumah, tanah.
2. Upah atau gaji karena bekerja kepada pihak lain atau menjadi pegawai negeri.
3. Bunga karena menanamkan modal di suatu bank atau suatu perusahaan, contohnya mendepositokan uang di bank dan membeli saham perusahaan.
4. Hasil dari berwiraswasta, contohnya berdagang, berternak, mendirikan suatu perusahaan.

---

<sup>9</sup> Denny Putri Hapsari, *Analisis Penjualan Bersih, Beban Umum & Administrasi Terhadap Laba Tahun Berjalan*, *Jurnal Akuntansi*, Vol 5 No. 1 Januari 2018

b. Beban

Beban merupakan aliran keluar dari barang atau jasa, yang kemudian diukur dengan pendapatan untuk melihat atau menentukan laba atau penurunan dalam aktiva bersih sebagai pengguna jasa ekonomi untuk menciptakan pendapatan pengenaan pajak oleh badan pemerintah (Soermarso, 2013:29). Beban sendiri dikelompokkan menjadi :

- 1) Beban penjualan (selling expenses) adalah biaya yang digunakan untuk memperkenalkan barang kepada masyarakat dan memasarkan barang tersebut seperti promosi penjualan, pengangkutan barang – barang yang dijual
- 2) Beban administrasi dan umum (general and administratif expenses) dimana merupakan beban yang sifatnya umum didalam sebuah perusahaan.
- 3) Beban lain – lain (other expense) adalah dimana seluruh beban yang tidak ada hubungannya secara langsung dan pasti dengan kegiatan yang utama perusahaan maka dikelompokkan ke dalam beban lain – lain.

c. Biaya

Mursyidi (2008 : 14) menyatakan bahwa : Biaya merupakan suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai sebuah tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang. Klasifikasi biaya bertujuan untuk membantu bagian pihak manajemen dalam mengambil keputusan. Pengambilan keputusan bisa dirasa tepat apabila informasi biaya bisa tepat. Klasifikasi biaya sebagai berikut:

- 1) Klasifikasi biaya berhubungan dengan dengan produk
- 2) Klasifikasi biaya berhubungan dengan volume produk
- 3) Klasifikasi biaya berhubungan dengan periode akuntansi

- 4) Klasifikasi biaya berhubungan dengan sebuah keputusan, tindakan, atau evaluasi.<sup>10</sup>

## **B. Analisis Temuan Studi**

Di dalam kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) yang telah dilaksanakan menghasilkan pokok permasalahan yang terdapat di sebuah lembaga UMKM Elhijaaz Boutique And Craft yang berada di Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Permasalahan yang terjadi di lembaga tersebut adalah penurunan jumlah pendapatan akibat pandemic Covid-19 dan kurang terperinci catatan laporan keuangan bagian biaya produksi. Pencatatan laporan keuangan sangatlah penting untuk berlangsungnya sebuah usaha. Di saat saya meneliti dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha, bahwa pemilik usaha mengatakan jika pencatatan biaya produksinya belum bisa terperinci karena biaya produksi antara barang satu dengan barang yang lainnya berbeda, dan pemilik merasa kurang ada waktu untuk menuliskan tentang itu. Maka dari itu pemilik usaha menjadikan satu antara biaya produksi barang satu dengan barang lainnya. Untuk bagian penurunan pendapat akibat pandemic Covid-19 ini saya rasa pemilik usaha sudah bagus untuk menanggapi atau menanggulangnya dengan cara membuat produk apa yang sedang dibutuhkan saat itu.

UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia. Tetapi kebijakan dan peraturan dari pemerintah saat ini yang mendukung UMKM dirasa belum bisa dikatakan maksimal. Misal jika ada kelemahan dalam organisasi, manajemen, ataupun dalam penguasaan teknologi juga harus perlu segera dibenahi. Yang sering terjadi dengan masalah UMKM yang ada di Indonesia adalah terdapat dua permasalahan yang sering dijumpai yang pertama permasalahan dibagian

---

<sup>10</sup> Ferry Christian Ham, dkk, *Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Pada PT.Bank Pengkreditan Rakyat Prisma Dana Manado Jurnal Riset Akuntansi Going Concern 13(2)*, Manado, 2018, 628-638

finansial dan yang kedua terjadi masalah nonfinansial (organisasi manajemen). Kurangnya dana atau modal yang bisa diakses oleh UMKM yang menjadi permasalahan finansial yang dirasakan oleh UMKM. Kurangnya pemahaman manajemen mengenai permasalahan keuangan juga menjadi masalah yang sering ditemukan pada UMKM. Jika ada melakukan kesalahan dalam pencatatan laporan keuangan akan mengalami kecacauan dalam melakukan prosesnya. Karena pengelolaan laporan keuangan merupakan aspek penting dalam kelangsungan sebuah usaha.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2009), laporan keuangan merupakan struktur yang menyajikan posisi keuangan dan kinerja keuangan dalam sebuah entitas. Tujuan umum dari laporan keuangan adalah untuk kepentingan umum, yaitu untuk menyajikan informasi mengenai posisi keuangan (financial position), kinerja keuangan (financial performance), dan arus kas (cash flow) dari entitas yang sangat berguna untuk membuat keputusan ekonomis bagi para penggunanya.<sup>11</sup>

Seperti kondisi saat pandemic Covid-19 seperti sekarang ini telah menyebabkan para konsumen adanya pergeseran dan perubahan pola belanja atau pembelian. Yang biasanya ada penjualan secara online tetapi konsumen masih sering belanja offline dengan langsung datang ke toko. Naming dengan kondisi seperti sekarang ini dengan adanya sitem pembatasan pemberlakuan untuk keluar rumah, maka dengan secara langsung tidak memungkinkan untuk berlama-lama keluar rumah. Pelaku UMKM juga harus bisa menyesuaikan diri dengan situasi saat ini guna untuk penjualan produknya. Dengan melakukan perbaikan kualitas dari produk yang dimiliki dan juga penyesuaian pelayanan agar dapat menarik konsumennya. Menurut (Gary, 2013) “Kualitas produk adalah kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk” . Menurut (tjptotono,

---

<sup>11</sup> Andreas Siswanto dan Arja Sadjiarto, *PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DAN PENGHITUNGAN PAJAK PENGHASILAN PADA UMKM INDUSTRI KULIT DI SURABAYA*, TAX & ACCOUNTING REVIEW, VOL 4, NO 2, 2014

2011) kualitas pelayanan adalah tingkat unggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut yang memenuhi keinginan pelanggan atau seberapa bagus tingkat pelayanan pelanggan. Karena kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian konsumen dan peningkatan kepuasan pelanggan sehingga nantinya dapat terbentuk loyalitas dari pelanggan

E-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk – produk secara elektronik oleh konsumen dari perusahaan ke perusahaan lain dengan computer sebagai perantara bisnis. (Laudon & Traver, 2016) E-commerce yang awalnya sebuah mekanisme penjualan ritel online, sekarang sudah mempunyai makna yang lebih luas. Menurut (Laudon & Traver, 2016) e-commerce telah menciptakan pasar digital baru dengan harga yang lebih transparan, kemudahan akses, pasar global dengan pergadangan yang sangat efisien. Meski belum sempurna, e-commerce ini memiliki dampak langsung pada hubungan perusahaan atau pelaku usaha dengan pemasok, pelanggan, pesaing dan dapat dengan mudah melakukan pemasaran produk maupun mengadopsi cara pemasaran pelaku bisnis lainnya. Beberapa e-commerce yang bisa dimanfaatkan oleh Pelaku UMKM di Indonesia seperti shopee, tokopedia, buka lapak, OLX, gojek, lazada dll.

(Helmalia & Afrinawati, 2018) dan (Setyorini et al, 2019) menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja dan pendapatan UMKM. Selain itu penggunaan teknologi dalam pelaksanaan bisnis dapat mengurangi biaya dan dapat menunjang ketercapaian tujuan perusahaan. Menurut Hoffman dan Fodor dalam (Pradana, 2016) e-commerce dapat dijalankan dengan baik dengan berpedoman pada prinsip 4C yaitu : connection (koneksi), creation (penciptaan), consumption (konsumsi) dan control (pengendalian).<sup>12</sup>

Selain menggunakan e-commerce, pelaku UMKM juga dituntut harus bisa mengkomunikasikan produknya secara insentif dengan melakukan pemasaran

---

<sup>12</sup> Wan Laura Hardilawati, *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*, Jurnal Akuntansi & Ekonomika, Vol. 10 No. 1, Juni 2020

produknya dengan cara menggunakan digital marketing dan sosial media agar dapat menjangkau konsumen secara langsung yang dapat menekan biaya promosi. Digital marketing adalah pemasaran produk yang menggunakan akses internet, dengan memanfaatkan sosial media ataupun digital sosial lainnya. Digital marketing mampu membantu pelaku usaha atau perusahaan-perusahaan dalam melakukan memasarkan produk dan jasa dari pelaku usaha. Karena mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau hanya terbatas akibat adanya keterbatasan waktu jarak dan komunikasi. Hasil penelitian (Hendrawan et al, 2019) menyatakan bahwa digital marketing membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Pandemic Covid-19 ini memiliki banyak dampak yang mengakibatkan ketidakstabilan ekonomi di Indonesia terutamanya dalam perekonomian UMKM. Dan itu terjadi di UMKM Elhijaaz di Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung tempat PPL yang saya lakukan kurang lebih selama satu bulan. Bahwa UMKM Elhijaaz Boutique and Craft mengalami dampak akibat pandemic Covid-19, sudah bagus dalam upaya untuk meningkatkan penjualan dengan cara memproduksi barang yang dibutuhkan saat pandemic ini. Bisa dicoba menggunakan e-commerce untuk lebih meningkatkan laba, karena penggunaan e-commerce sangat efektif dikala musim pandemic Covid-19 seperti saat ini. Untuk pencatatan laporan bagian pembiayaan belum terperinci karena akibat produksi barang satu dengan yang lainnya tidak sama. Sehingga pemilik UMKM menjadikan satu dalam pembiayaan. Padahal sangat penting pencatatan laporan keuangan yang sangat terperinci dalam kelangsungan usaha.

#### **B. SARAN**

- a. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
  1. Untuk pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diharapkan dapat lebih mematangkan persiapan pembekalan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL)
  2. Lebih ditingkatkan pemantauan dan pengarahan terhadap mahasiswa yang akan melakukan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL)
  3. Harus lebih memperhatikan dan mengarahkan mengenai tempat lokasi praktik lapangan yang sesuai
- b. Untuk UMKM Elhijaaz Boutique and Craft
  1. Lebih memperhatikan tentang pencatatan laporan keuangan terutama tentang pembiayaan produksinya

2. Lebih dikembangkan lagi e-commercenya agar penjualan dan labanya meningkat
  3. Menambah karyawan untuk memegang e-commercenya dan bagian pencatatan laporan, supaya bisa maksimal dalam pencatatan laporan pembiayaan produksi dan penjualannya bisa maksimal
- c. Untuk Mahasiswa Sebagai Peserta Praktik
1. Harus bersungguh – sungguh dalam melakukan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL)
  2. Agar lebih bertanggung jawab dalam setiap kegiatan baik di dalam atau di luar kampus
  3. Diharap mampu mengembangkan ilmu yang telah didapat selama melakukan Praktik Pengenalan Lapangan (PPL)

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Gunawan. 2018. *SUDAHKAH ANDA MENENTUKAN TARGET PENJUALAN*. <https://akuntansiumkm.com/2018/01/21/sudahkah-anda-menentukan-target-penjualan/>. Diakses pada 13 Februari 2021 pukul 18.30
- Ham, Ferry Cristian. 2018. *Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Pada PT.Bank*. Jurnal Riset Akuntansi Going Concern. Volume 13
- Hardila, Wan laura. 2020. *Startegi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Akuntansi dan Ekonometrika. Volume 10
- Hapsari, Denny Putri. 2018. *Analisis Penjualan Bersih, Beban Umum & Administrasi Terhadap Laba Tahun Berjalan*. Jurnal Akuntansi. Jurnal Akuntansi. Volume 5
- Kuncoro, Hanan. 2021. *Penjualan: Tujuan, Macam dan Faktor yang Mempengaruhinya*. <https://www.jojonomic.com/blog/penjualan/>. Diakses Pada 9 Februari 2021 pukul 10.02
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Krakatau. 2020. *Virus Corona, Gejala, Penyebaran dan Pencegahan*. <https://krakataumedika.com/info-media/artikel/virus-corona-gejala-penyebaran-dan-pencegahannya/>. Diakses pada tanggal 3 Februari 2021 pukul 17.00
- Pamungkas, Noto dan Sri Suryaningrum. 2020. *Pengelolaan Kain dengan Tehnik Ecoprint di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Klaten: Nugraha Media
- Priharto, Sugi. 2018. *Mengenal Fungsi Tujuan dan Contoh Laporan Laba Rugi*. <https://cpssoft.com/blog/akuntansi/fungsi-dan-contoh-laporan-laba-rugi/>. Diakses pada tanggal 27 Januari pukul 20.35
- Saydam, Gouzali. 2006. *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Siswanto Andreas dan Arja Sadjiarto. *PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DAN PENGHITUNGAN PAJAK PENGHASILAN PADA UMKM INDUSTRI KULIT DI SURABAYA*. Jurnal Tax and Accounting . Volume 4

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**KEGIATAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL)**  
**JURUSAN AKUNTANSI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**  
**GELOMBANG I TAHUN 2021**  
**BERETEMPAT DI**  
**USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ELHIJAAZ BOUTIQUE AND**  
**CRAFT DI DESA TAMBAKREJO KECAMATAN SUMBERGEMPOL**  
**KABUPATEN TULUNGAGUNG**

## BERITA ACARA HARIAN

### PPL JURUSAN AKUNTANSI SYARIAH

#### FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG

#### GELOMBANG I TAHUN 2021

Pada tanggal 18 Januari Sampai tanggal 26 bulan Februari Tahun 2021 bertempat di Lembaga Elhijaaz Boutique Dan Craft , telah dilaksanakan PPL Jurusan

Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung gelombang I Tahun

2021 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Yusvia Nur Afifah

NIM : 12403183005

Jurusan : Akuntansi Syariah

No	Hari/Tanggal	Pukul	Kegiatan
1	Senin, 18/1/2021	09.00	Membaca dan memahami buku pedoman PPL. Karena waktu itu pemilik usaha sedang ada kepentingan.
2	Selasa, 19/1/2021	18.00	Berkomunikasi dengan pemilik UMKM untuk jadwal observasi.
3	Rabu, 20 /1/2021	10.00	Proses pembuatan judul laporan PPL dan membuat beberapa opsi judul laporan.
4	Kamis, 21/1/2021	18.30	Berkomunikasi untuk jadwal wawancara melalui whatsapp.
5	Jumat, 22/1/2021	09.00	Membuat kerangka daftar wawancara.
6	Sabtu, 23/1/2021	13.00	Melihat proses pembuatan batik ecoprint.
7	Minggu,24/1/2021	18.00	Melakukan review kegiatan PPL dan menyiapkan kebutuhan untuk kegiatan minggu depannya.
8	Senin, 25/1/2021	10.00	Mencari referensi tentang laporan.
9	Selasa, 26/1/2021	11.25	Penentuan judul laporan oleh DPL.
10	Rabu, 27/1/2021	09.30	Wawancara dengan pemilik Elhijaz Boutique and Craft.
11	Kamis, 28/1/2021	09.00	Mengolah hasil wawancara kedalam narasi.
12	Jumat, 29/1/2021	11.00	Mencari referensi tentang UMKM dan Ecoprint.
13	Sabtu, 30/1/2021	18.00	Menyusun kata pengantar dan sedikit BAB I.
14	Minggu, 31/1/2021	18.00	Review kegiatan PPL dan melanjutkan membuat pendahuluan.

15	Senin, 1/2/2021	13.00	Melanjutkan mengerjakan laporan PPL bagian BAB I tujuan, kegunaan, waktu tempat pelaksanaan.
16	Selasa, 2 /2/2021	14.00	Mengerjakan laporan BAB II
17	Rabu, 3/2/2021	13.00	Melanjutkan laporan BAB II dan mencari artikel tentang Covid-19
18	Kamis, 4/2/2021	10.00	Mencari referensi buku
19	Jumat, 5/2/2021	15.00	Komunikasi dengan pemilik usaha terkait jadwal kunjungan dan mencari referensi artikel
20	Sabtu, 6/2/2021	09.00	Merancang BAB III
21	Minggu, 7/2/2021	18.00	Komunikasi dengan pemilik usaha untuk jadwal kunjungan
22	Senin, 8/2/2021	18.00	Mengerjakan BAB III
23	Selasa, 9/2/2021	10.00	Mencari jurnal untuk landasan teori
24	Rabu, 10/2/2021	18.00	Melanjutkan menyusun BAB III
25	Kamis, 11/2/2021	10.00	Mencari artikel-artikel dan jurnal
26	Jumat, 12/2/2021	08.00	Pengambilan dokumentasi untuk tugas video
27	Sabtu, 13/2/2021	18.30	Mecari referensi artikel
28	Minggu, 14/2/2021	11.00	Menyusun lanjutan BAB III
29	Senin, 15/2/2021	09.00	Menyiapkan narasi untuk presentasi video
30	Selasa, 16/2/2021	10.00	Melakukan zoom dengan DPL dan konsultasi mengenai essay
31	Rabu, 17/2/2021	11.00	Membuat essay
32	Kamis, 18/2/2021	11.00	Melanjutkan mengerjakan essay
33	Jumat, 19/2/2021	10.00	Menyelesaikan essay dan mengerjakan BAB IV
34	Sabtu, 20/2/2021	18.00	Mengedit laporan dan meneliti ulang hasil laporan
35	Minggu, 21/2/2021	19.30	Rekaman suara untuk mengisi video
36	Senin, 22/2/2021	19.30	Melanjutkan rekamana suara untuk mengisi video
37	Selasa, 23/ 2/2021	09.00	Mengambil dokumentasi dengan pemilik lembaga
38	Rabu, 24/2/2021	18.00	Edit video
39	Kamis, 25/2/2021	18.00	Melanjutkan edit video
40	Jumat, 26/2/2021	08.30	Datang ke tempat PPL untuk mengucapkan terimakasih bahwa PPL sudah selesai

Tulungagung, 26 Februari 2021



Yusvia Nur Afifah  
NIM. 12403183005

## BERITA ACARA KONSULTASI

Nama : Yusvia Nur Afifah  
Nim : 12403183005  
Jurusan : Akuntansi Syariah  
DPL : Sri Dwi Estiningrum, SE.AK.,M.M.  
Tempat PPL : Elhijaaz Boutique and Craft  
Judul Laporan : Perhitungan Target Penjualan Dalam Upaya Meningkatkan Laba Dimasa Pandemi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Elhijaaz Boutique and Craft Di Desa Tamabakrejo Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung

No	Hal Yang Dikonsultasikan	Catatan DPL	Paraf
1	Konsultasi dan pengarahan pelaksanaan PPL	Pengearahan menerapkan protocol kesehatan dan menjalankan teknis PPL	
2	Konsultasi mengenai judul laporan	Merevisi terkait judul yang telah diajukan	
3	Konsultasi mengenai pembuatan essay	Mengarahkan untuk mencoba membuat essay	

Tulungagung, 12 Maret 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Lapangan



Sri Dwi Estiningrum S.E., Ak., M.M., C.A.

NIP. 197209082007102001

## DOKUMENTASI

### 1. Logo Elhijaaz Boutique and Craft



### 2. Proses Pembuatan Batik Ecoprint



### 3. Wawancara Dengan Pemilik Elhijaaz Boutique and Craft



### 4. Foto Di Elhijaaz Boutique and Craft



5. Foto Bersama Pemilik Elhijaaz Boutique and Craft



6. Tempat PPL atau UMKM Elhijaaz Boutique and Craft



7. Koleksi Produk Elhijaaz Boutique and Craft



8. Produk Batik Ecoprint Karya Elhijaaz Boutique and Craft



9. Produk Koleksi Terbaru Elhijaaz Boutique and Craft



10. Produk Turunan Dari Kain Shibori



11. Produk Turunan Batik Ecoprint Elhijaaz Boutique and Craft



12. Produk Pakaian Jadi Elhijaaz Boutique and Craft



