

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manajemen dapat dipahami sebagai suatu proses yang melibatkan perseorangan atau sekelompok organisasi dalam upaya mencapai tujuan tertentu. Dalam proses ini, kerja sama serta pemanfaatan sumber daya yang dimiliki menjadi faktor utama dalam menentukan suatu keberhasilan.² Manajemen keuangan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi yang mempunyai berbagai tujuan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan secara keseluruhan. Manajemen keuangan berperan penting bagi perseorangan maupun pemilik usaha dalam mengelola atau mengkoordinasikan secara efektif dan efisien, untuk memastikan keberlanjutan usahanya demi mencapai hasil yang diharapkan.

Manajemen keuangan yang efektif dan efisien merupakan suatu aspek penting dalam meningkatkan suatu keberhasilan usaha. Implementasi prinsip manajemen keuangan yang baik seperti perencanaan anggaran, pelaksanaan biaya, dan evaluasi dapat membantu suatu usaha maupun bisnis dalam menjaga stabilitas keuangan dan mendukung pertumbuhan serta perkembangannya. Bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), prinsip-prinsip ini sering kali sulit diterapkan, namun prinsip-prinsip ini

² Gesi, Burhanudin, Rahmat Laan, and Fauziyah Lamaya, “*Manajemen dan Eksekutif*”, dalam Jurnal Manajemen, Vol.3, No. 2, 2019, hal. 53

juga sebagai kunci untuk meningkatkan suatu kinerja usaha.

Keuangan (*finance*) merupakan sebuah kata yang tidak asing lagi bagi semua orang. Setiap perseorangan, keluarga, kelompok, bahkan organisasi yang berorientasi laba dan nirlaba akan juga menghadapi berbagai tantangan keuangan ini. Sejak ribuan tahun lalu, uang telah digunakan sebagai alat pembayaran yang sah, sehingga memungkinkan transaksi dalam satuan yang jelas. Setiap individu atau organisasi dalam masyarakat memerlukan pengendalian keuangan untuk memastikan kelancaran proses dan transaksi yang dilakukan. Keuangan muncul dari kebutuhan akan pelaporan dan akuntabilitas usaha. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa manajemen keuangan perseorangan maupun organisasi sangatlah penting bagi suatu usaha.³

Saat ini masalah keuangan menjadi isu yang semakin krusial dikalangan masyarakat, terutama bagi golongan menengah hingga menengah ke bawah. Di era milenial ini, tantangan ekonomi semakin kompleks, ditandai dengan meningkatnya kesulitan dalam memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Selain itu, laju inflasi yang terus meningkat menyebabkan daya beli masyarakat menurun, sehingga banyak individu atau perseorangan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam menghadapi kondisi tersebut, sebagian masyarakat mulai beradaptasi dengan mengoptimalkan keterampilan yang dimiliki, seperti berwirausaha atau mengembangkan keahlian lain, guna

³ Mokhamad Anwar, Ph. D., “Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan”, KENCANA (Divisi dari PRENADAMEDIA Group, 2019), hal. 1-3

meningkatkan pendapatan mereka. Langkah ini menjadi salah satu strategi untuk mengurangi dampak negatif inflansi dan menjaga stabilitas ekonomi keluarga.⁴

Dalam upaya mengembangkan usaha, banyak pelaku usaha kecil mulai memanfaatkan lembaga keuangan untuk memperoleh pinjaman modal. Mereka mencari lembaga yang menawarkan persyaratan mudah dan skema cicilan yang ringan agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan lebih stabil. Namun, di sisi lain masih banyak pelaku usaha kecil yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mereka secara efektif dan efisien. Meskipun memiliki pendapatan, kurangnya literasi keuangan sering kali membuat mereka kesulitan. Akibatnya, sebagian besar dari pelaku usaha kecil mengandalkan hutang tanpa perencanaan yang matang, yang pada akhirnya dapat menyebabkan beban finansial yang semakin berat hingga terlilit hutang.

Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat, terutama para pelaku usaha kecil harus sadar, bahwa pentingnya pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen keuangan, baik dalam aspek perencanaan keuangan pribadi maupun dalam pemanfaatan pinjaman usaha. Sehingga ketika mengambil keputusan dalam keuangan akan tetap berjalan dengan baik, tentunya dengan membiasakan diri dengan membuat perencanaan anggaran keuangan terlebih dahulu dan disertai evaluasi sebagai salah satu

⁴ *Ibid*, hal. 3

solusi untuk mengatasi masalah keuangan ini.⁵

Salah satu contoh nyata dari dampak buruk manajemen keuangan yang tidak optimal adalah ketidakmampuan pelaku usaha dalam mengelola hutang dan biaya operasional. Ketika pelaku usaha tidak memiliki perencanaan keuangan yang matang, maka pengeluaran yang tidak terkontrol dapat menyebabkan ketidak seimbangan antara pendapatan dan biaya, sehingga usaha tersebut kesulitan membiayai aktivitas operasionalnya dan mengalami kebangkrutan.

Sebaliknya, implementasi manajemen keuangan yang baik memungkinkan suatu usaha untuk memanfaatkan modal secara efisiensi, mengurangi resiko finansial, dan mengambil keputusan usaha yang lebih strategis. Dengan manajemen yang tepat, suatu usaha dapat mengoptimalkan peluang pertumbuhan, meningkatkan daya saing, serta memastikan keberlanjutan usaha di tengah dinamika pasar yang terus berubah-ubah.

Tidak luput dari hal tersebut, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, termasuk dalam aspek manajemen keuangan yang berfungsi untuk memastikan kelangsungan dan perkembangan suatu usaha. Sebagai bentuk usaha kecil yang lahir dari inisiatif individu atau perseorangan, UMKM sering dianggap hanya menguntungkan pihak tertentu. Namun, kenyataannya sektor ini memiliki kontribusi yang signifikan, terutama dalam

⁵ *Ibid*, hal. 13

mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

Dengan kemampuannya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM membantu mengurangi angka pengangguran dan menciptakan peluang usaha bagi masyarakat yang belum memiliki pekerjaan tetap. Selain itu, UMKM tidak hanya berdampak pada perseorangan atau sekelompok usaha saja, tetapi juga memberikan manfaat luas bagi perekonomian daerah maupun nasional. Kontribusinya terhadap pendapatan daerah dan negara melalui pajak, retribusi, serta perputaran ekonomi lokal menjadi UMKM sebagai salah satu pilar utama dalam pertumbuhan usaha di Indonesia.⁶

Implementasi prinsip manajemen keuangan ini menawarkan alternatif yang relevan dan berkelanjutan bagi para pelaku usaha termasuk parfum isi ulang “Aroma Wangi Parfum” di Kabupaten Trenggalek, dalam meningkatkan kinerja keuangan mereka, dengan cara menerapkan prinsip-prinsip manajemen keuangan, seperti transparansi, akuntabilitas, efisiensi dan efektivitas, diharapkan para pelaku usaha parfum isi ulang di Trenggalek dapat berkembang pesat dan memperkuat posisi mereka di persaingan pasar dan meningkatkan daya saing.

Aroma Wangi Parfum adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang penjualan parfum isi ulang yang berlokasi di Kabupaten Trenggalek. Usaha ini menyediakan berbagai varian parfum isi ulang yang menjadi pilihan favorit bagi konsumen yang ingin berhemat sekaligus

⁶ Sri Handini, Sukesi, dan Hartati Kanty, “*Manajemen UMKM dan Koperasi*”, (Surabaya: CV. Cahaya Bintang , 2019), hal. 19

menikmati beragam aroma parfum. Parfum atau minyak wangi adalah wewangian yang diperoleh dari ekstrak bahan-bahan aromatik yang digunakan untuk memberikan aroma wangi bagi tubuh. Parfum merupakan salah satu produk kosmetik yang banyak digemari oleh masyarakat dan merupakan salah satu bisnis atau usaha yang mendatangkan banyak keuntungan. Hal inilah yang menjadi dasar berkembangnya istilah usaha parfum isi ulang yang dapat membuka peluang besar bagi para pelaku usaha, seperti berkembangnya usaha parfum isi ulang yang terletak di Kabupaten Trenggalek ini.

Saat ini banyak masyarakat kelas menengah ke bawah yang terbiasa menggunakan parfum isi ulang dan permintaannya sangat tinggi. Mereka percaya bahwa parfum isi ulang bisa menjadi cara alternatif untuk mendapatkan parfum yang lebih murah dan berkualitas, mengingat eksposur dan penjualannya yang berskala besar. Penggunaan parfum juga menunjang penampilan diri dalam keseharian, dan sudah menjadi gaya hidup yang dianut banyak orang di seluruh penjuru dunia. Meski begitu, "Aroma Wangi Parfum" juga menghadapi berbagai tantangan, salah satunya dalam manajemen keuangan yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk meningkatkan penjualan produk parfum isi ulangnya dan mencapai tujuan suatu usaha mereka.

Sementara itu, banyak pelaku usaha kecil yang sering kali mengalami kendala dalam menerapkan prinsip manajemen keuangan yang efektif. Hal ini dapat mencakup ketidakmampuan dalam mengelola arus kas dengan

baik, penetapan harga yang tidak optimal, atau manajemen biaya yang kurang efisien. Masalah-masalah ini yang dapat berdampak langsung pada peningkatan penjualan suatu usaha mereka. Di sisi lain, implementasi prinsip manajemen keuangan yang tepat dapat memberikan dampak positif yang signifikan, seperti peningkatan efisiensi dan efektivitas operasional, pengendalian biaya, dan peningkatan suatu penjualan usaha tersebut.

Implementasi prinsip manajemen keuangan dalam usaha parfum isi ulang "Aroma Wangi Parfum" di Kabupaten Trenggalek menjadi langkah penting dalam meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi persaingan pasar. Pemilihan lokasi di Kabupaten Trenggalek didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis, antara lain potensi pasar yang besar, karakteristik masyarakat lokal yang terbuka terhadap produk-produk alternatif dengan harga terjangkau, serta tingginya minat masyarakat terhadap produk penunjang penampilan seperti parfum. Selain itu, Trenggalek juga memiliki jaringan distribusi lokal yang cukup berkembang serta biaya operasional yang relatif rendah dibandingkan dengan kota-kota besar, sehingga dapat mendukung efisiensi usaha.

Namun demikian, perlu disadari bahwa di Kabupaten Trenggalek juga telah terdapat beberapa pelaku usaha lain yang menawarkan produk parfum isi ulang serupa. Persaingan ini menjadi tantangan tersendiri bagi "Aroma Wangi Parfum", terutama dalam hal membangun keunggulan kompetitif. Pesaing tersebut umumnya mengandalkan strategi harga murah dan lokasi strategis di pusat keramaian. Oleh karena itu, penting bagi

usaha ini untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk dan harga yang bersaing, tetapi juga menerapkan manajemen keuangan yang efektif guna memperkuat strategi pemasaran, menjaga ketersediaan stok, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan memanfaatkan karakteristik pasar yang potensial dan pemahaman yang lebih baik terhadap nilai-nilai di masyarakat lokal, usaha parfum isi ulang juga dapat memperoleh kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Penggunaan implementasi prinsip manajemen keuangan juga memberikan keberlanjutan pada usaha dengan memastikan transaksi yang adil dan berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan prinsip ini tidak hanya membuka peluang peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat hubungan yang harmonis antara usaha dan masyarakat lokal, sekaligus mampu bersaing dengan usaha serupa yang telah ada.

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi terhadap implementasi prinsip manajemen keuangan dalam usaha parfum isi ulang "Aroma Wangi Parfum" di Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini akan fokus pada bagaimana implementasi prinsip manajemen keuangan tersebut dapat mempengaruhi penjualan usaha. Demikian, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi efektivitas manajemen keuangan meliputi perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dengan dikaitkan indikator dan prinsip manajemen keuangan yang digunakan meliputi, transparansi, akuntabilitas, efisiensi dan efektivitas agar dapat meningkatkan penjualan usaha.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik usaha dan pengelola "Aroma Wangi Parfum" di Kabupaten Trenggalek, dalam mengoptimalkan manajemen keuangan mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi bagi pelaku usaha kecil lainnya yang menghadapi tantangan serupa, memberikan panduan praktis dan teoritis untuk meningkatkan manajemen keuangannya dan meningkatkan penjualan serta kesuksesan dalam usaha mereka.

Berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti tertarik melaksanakan penelitian berkaitan dengan manajemen keuangan usaha, termasuk pada implementasi prinsip manajemen keuangan yang mencakup tiga aspek utama meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi agar dapat meningkatkan penjualan usaha pada parfum isi ulang tersebut, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan yang mungkin diperlukan dalam manajemen keuangan usaha ini sehingga peneliti membuat karya ilmiah dengan judul **“Implementasi Prinsip Manajemen Keuangan Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Parfum Isi Ulang “Aroma Wangi Parfum” Kabupaten Trenggalek”** sebagai judul tugas akhir kuliah.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan judul yang diangkat oleh penulis dan untuk menjaga dari kemungkinan adanya kekaburuan atau melebarnya tentang

pemahaman dari judul ini, maka penulis menjelaskan tentang identifikasi masalah ini. Identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif, karena penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, serta observasi langsung terhadap proses manajemen keuangan yang diterapkan. Tujuannya untuk menjelaskan secara akurat tentang fakta dan karakteristik pada usaha yang diteliti tersebut.

Kurangnya pengetahuan mengenai implementasi prinsip manajemen keuangan di “Aroma Wangi Parfum” membuat peneliti tertarik untuk mengetahui apakah pemilik atau pengelola usaha tersebut sudah menerapkan prinsip manajemen keuangan secara efektif dan efisien dengan menggunakan aspek utama seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Manajemen keuangan sangat penting diterapkan karena dapat mempengaruhi peningkatan penjualan. Implementasi dari prinsip tersebut akan dievaluasi untuk melihat dampaknya terhadap penjualan parfum isi ulang “Aroma Wangi Parfum”.

2. Batasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah hal-hal yang membatasi suatu masalah dalam sebuah penelitian. Penelitian ini hanya membahas tentang usaha parfum isi ulang “Aroma Wangi Parfum” di Kabupaten Trenggalek. Fokus pada penelitian ini adalah pada implementasi prinsip manajemen keuangan yang mencakup tiga aspek utama

meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, sehingga aspek-aspek lain seperti perubahan perilaku konsumen, inovasi produk, kondisi ekonomi makro, persaingan umum, faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi perencanaan tidak dibahas secara mendalam.

C. Fokus Penelitian

1. Bagaimana proses perencanaan prinsip manajemen keuangan yang diterapkan oleh usaha parfum isi ulang "Aroma Wangi Parfum" untuk mendukung peningkatan penjualan?
2. Bagaimana pelaksanaan prinsip manajemen keuangan dalam kegiatan operasional usaha parfum isi ulang "Aroma Wangi Parfum" di Kabupaten Trenggalek?
3. Bagaimana cara mengevaluasi terhadap hasil implementasi prinsip manajemen keuangan dalam meningkatkan penjualan usaha parfum isi ulang "Aroma Wangi Parfum" di Kabupaten Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengevaluasi proses perencanaan prinsip manajemen keuangan yang diterapkan oleh usaha parfum isi ulang "Aroma Wangi Parfum" dalam upaya mendukung peningkatan penjualan.
2. Untuk mengevaluasi pelaksanaan prinsip manajemen keuangan dalam kegiatan operasional usaha parfum isi ulang "Aroma Wangi Parfum" di Kabupaten Trenggalek.
3. Untuk mengevaluasi hasil implementasi prinsip manajemen keuangan yang efektif dalam meningkatkan penjualan usaha parfum isi ulang

“Aroma Wangi Parfum” di Kabupaten Trenggalek.

E. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan dapat memberi manfaat bagi seluruh pihak yang terkait dengan penelitian ini. Kegunaan penelitian ini antara lain adalah:

1. Secara Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat untuk pengembangan wawasan ilmu dan juga mampu memberikan manfaat sebagai referensi pengembangan pengetahuan keilmuan dan khususnya pada bidang usaha parfum isi ulang, serta memberikan kontribusi dalam manajemen keuangan sesuai dengan prinsipnya. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai referensi pustaka pada perpustakaan UIN Satu Tulungagung dalam program studi manajemen keuangan syariah, khususnya peneliti yang mengambil topik serupa.

2. Secara Praktis

a. Bagi Usaha Parfum Isi Ulang “Aroma Wangi Parfum” Kabupaten Trenggalek.

Dapat dijadikan sebagai suatu objek penelitian, evaluasi, serta sebagai bahan pembantu dalam rangka analisa manajemen keuangan dan peningkatan penjualan.

b. Bagi Usaha Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan usaha dalam menentukan prinsip manajemen keuangan yang paling

efektif dan efisien.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari dalam perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai implementasi prinsip manajemen keuangan pada usaha parfum isi ulang “Aroma Wangi Parfum” Kabupaten Trenggalek.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian yang diperoleh nantinya dapat digunakan menjadi bahan acuan atau referensi dalam pengembangan ilmu penelitian dan menjadi motivasi bagi peneliti selanjutnya dengan variabel yang sama.

F. Penegasan Istilah

Penegasan istilah ditulis dengan tujuan untuk mengurangi kesalahan pahaman dalam mengartikan makna dalam penelitian ini. Penegasan istilah dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Implementasi

Secara *etimologis*, konsep Implementasi menurut kamus *Webster* berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *Implement*. Dalam kamus, Implementasi berarti menyediakan sarana untuk melakukan sesuatu dan memiliki efek yang sebenarnya. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Implementasi adalah pelaksanaan

atau penerapan.⁷ Definisi lain dari implementasi adalah menyediakan sarana untuk melakukan sesuatu yang memiliki efek atau pengaruh pada sesuatu.

Menurut Nurdin Usman, Implementasi ialah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.⁸ Implementasi ini merujuk pada proses penerapan prinsip-prinsip manajemen keuangan dalam praktik sehari-hari di usaha parfum isi ulang.

b. Prinsip Manajemen Keuangan

Menurut Gesi Burhanudin, dkk, Manajemen adalah sebuah proses untuk mengatur sesuatu yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut dengan cara bekerja sama memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.⁹

Sedangkan Menurut Halim, Manajemen Keuangan adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan organisasi.¹⁰ Dalam konteks penelitian ini, prinsip manajemen

⁷ KBBI Online, diakses pada tanggal 1 Maret 2025, <https://kbbi.web.id/implementasi.html>

⁸ Nurdin Usman, “Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum”, (Jakarta: PT. Raja Grasindo, 2002), hal. 170

⁹ Gesi Burhanudin, Rahmat Laan, dan Fauziyah Lamaya, “Manajemen dan Eksekutif”, dalam Jurnal Manajemen, Vol.3, No. 2, 2019, hal. 53

¹⁰ Halim, Abdul, “Akuntansi Sektor Publik Akuntansi Keuangan Daerah”, Edisi Revisi, (Jakarta: Salemba Empat, 2007)

keuangan yang digunakan peneliti meliputi transparansi, akuntabilitas, efisiensi, dan efektivitas.

c. Penjualan Usaha

Menurut Nel Arianty, Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkret yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaanya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti agen, pedagang, dan tenaga pemasaran.¹¹

Jadi kesimpulannya, Penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan, berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut. Dalam penelitian ini, penjualan diartikan sebagai jumlah produk parfum isi ulang yang berhasil dijual kepada konsumen.

d. Usaha Parfum Isi Ulang

Menurut Malahayati dan Hendry E. Ramdhan, Parfum merupakan salah satu produk pengharum tubuh yang banyak dipakai orang. Wewangian atau parfum bermerek seperti

¹¹ Nel Arianty, S.E., M.M, “*Implikasi Pemasaran dalam Kinerja Usaha*”, (Medan: UMSU PRESS, 2024), hal. 41

Bennetton, Gauthier, Lancome, Kenzo, atau parfum bermerek lainnya amat disukai. Sayangnya, harganya begitu mahal dan hanya segelintir orang saja yang mampu membeli parfum asli bermerek tersebut. Karena harganya yang mahal itulah, kini orang-orang mulai melirik parfum isi ulang. Selain harganya jauh lebih murah, wanginya pun bisa dibilang hampir sama dengan parfum-parfum bermerek tersebut.¹²

Usaha parfum isi ulang adalah jenis usaha yang menyediakan produk parfum dengan konsep pengisian ulang, di mana konsumen dapat mengisi ulang botol parfum mereka dengan produk baru, sehingga lebih ekonomis dan ramah lingkungan. Usaha ini juga dapat mencakup penjualan parfum dalam kemasan yang lebih besar yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan harga yang lebih baik per volume.

2. Secara Operasional

Dengan adanya penegasan konseptual tersebut, digunakan peneliti untuk memberikan batasan-batasan dalam penelitian ini. Definisi operasional adalah penjelasan istilah berdasarkan bagaimana konsep tersebut diukur atau digunakan dalam penelitian. Penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci bagaimana usaha parfum isi ulang “Aroma Wangi Parfum” di Kabupaten Trenggalek. Peran implementasi prinsip manajemen keuangan dalam penelitian ini diukur

¹² Malahayati, & Hendry E. Ramadhan, “99 Bisnis Anak Muda”, (Jakarta: Penebar Plus’, 2010), hal. 133

berdasarkan bagaimana pemilik usaha parfum isi ulang tersebut menerapkan manajemen perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang meliputi indikator-indikator dalam menjalankan usahanya.

Sementara itu, penjualan merujuk pada peningkatan jumlah produk yang terjual dalam periode tertentu, pertumbuhan pendapatan usaha, serta tingkat loyalitas pelanggan sebelum dan sesudah penerapan prinsip manajemen keuangan. Objek penelitian ini adalah Aroma Wangi Parfum, sebuah usaha parfum isi ulang yang berlokasi di Kabupaten Trenggalek, yang menyediakan berbagai varian aroma dan ukuran kemasan. Dengan adanya, penegasan istilah ini, penelitian dapat memberikan batasan yang jelas terhadap variabel yang diteliti, sehingga mempermudah proses pengumpulan dan analisis datanya.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini merupakan sebuah urutan yang terdiri dari beberapa bagian yang terstruktur dan saling berkaitan pada suatu sistem pembahasan dalam kerangka ilmiah. Dalam penelitian ini mengacu pada sistematika yang telah ada dalam buku panduan penulisan karya ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Sistematika penulisan skripsi yang terstruktur ini penting untuk membantu pembaca memahami alur penelitian dengan jelas. Setiap bagian memiliki perannya masing-masing dalam menyampaikan informasi yang lengkap dan logis mengenai penelitian yang dilakukan. Maka sebagai upaya untuk menjaga keutuhan

pembahasan ini agar terstruktur penulis menggunakan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab I pendahuluan, pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematikan penulisan skripsi.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II kajian pustaka, pada bab ini memaparkan kerangka teori yang terkait dalam masalah penelitian, memaparkan kajian penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan penelitian, membuat kerangka berfikir.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab III metode penelitian, pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab IV hasil penelitian, pada bab ini berisi tentang penjelasan dan temuan penelitian yang disajikan dengan topik yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada pada rumusan masalah.

5. BAB V PEMBAHASAN

Bab V pembahasan, pada bab ini berisikan tentang pemaparan

yang membahas hasil penelitian.

6. BAB VI PENUTUP

Bab VI penutup, pada bab ini mencakup kesimpulan dan saran untuk hasil penelitian yang ada di usaha Parfum Isi Ulang “Aroma Wangi Parfum” Kabupaten Trenggalek.