



Analisis Perencanaan Bisnis Dalam Meningkatkan Keuntungan Jangka Pendek Studi: Perthashop CV. Syafirah Abadi

Nur Sriani*¹, Amir², Abdul Salam³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar Indonesia

*Corresponding author

E-mail: nursriani913@gmail.com

Article history

Received : 2026-07-09

Revised : 2026-07-19

Accepted : 2026-07-23

Copyright © 2026 Author.



This work is licensed under
a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan bisnis dalam meningkatkan keuntungan jangka pendek pada Perthashop CV. Syafirah Abadi di Morowali, Sulawesi Tengah. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan triangulasi. Temuan studi mengungkapkan bahwa penerapan perencanaan bisnis yang mencakup aspek operasional, pemasaran, keuangan, dan pengelolaan produk telah dijalankan secara optimal sehingga terbukti mampu mendorong perolehan laba jangka pendek perusahaan. Peningkatan tersebut didorong oleh eskalasi jumlah konsumen, kenaikan volume penjualan, serta efisiensi dalam mengendalikan biaya operasional. Selain itu, keberhasilan ini dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti tingginya tingkat permintaan bahan bakar, letak lokasi usaha yang strategis, dan primanya kualitas juga menghadapi beberapa tantangan berupa fluktuasi harga BBM, dinamika persaingan usaha, serta pembengkakan biaya operasional. Secara keseluruhan, efektivitas perencanaan bisnis memegang peranan krusial dalam menjaga stabilitas dan meningkatkan keuntungan jangka pendek di Perthashop CV. Syafirah Abadi.

Kata kunci: Perencanaan Bisnis, Analisis Bisnis, Keuntungan Jangka Pendek.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor bisnis di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat, khususnya pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfungsi sebagai fondasi utama perekonomian negara. Merujuk pada data Badan Pusat Statistik (2024), UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB serta mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja secara nasional. Angka tersebut membuktikan bahwa performa dan eksistensi UMKM memegang peranan krusial bagi stabilitas ekonomi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas manajerial, terutama pada aspek perencanaan bisnis menjadi langkah mendesak guna mempertahankan kelangsungan hidup serta keuntungan jangka pendek usaha kecil (Fauzi et al., 2024; Rohmah & Fitria, 2024).

Pertashop adalah penyalur BBM skala kecil resmi yang mendekatkan pasokan energi dan menggerakkan ekonomi lokal sekaligus menawarkan peluang bisnis menarik. Namun, operasionalnya rentan menghadapi kendala jangka pendek seperti fluktuasi pendapatan akibat perencanaan yang kurang matang, pemasaran dan operasional yang belum efisien, serta ketatnya persaingan yang berisiko menekan profitabilitas. Akibatnya, perolehan laba usaha sering kali belum mencapai target yang ditetapkan (Khadijah & Taufani, 2022; Rani Septi Yuningsih et al., 2024)

Kondisi serupa turut dialami oleh CV. Safira selaku pengelola Pertashop di wilayah Morowali, Sulawesi Tengah. Guna mendongkrak profitabilitas jangka pendek, badan usaha ini dituntut untuk merumuskan perencanaan bisnis yang komprehensif dan terstruktur. Cakupan perencanaan tersebut mencakup alokasi modal, perumusan strategi pemasaran, peningkatan mutu pelayanan, manajemen persediaan bahan bakar, serta penataan sistem operasional. Melalui penerapan perencanaan bisnis yang akurat, perusahaan diharapkan mampu mengoptimalkan efektivitas kerja, memperluas basis konsumen, serta mendongkrak perolehan laba secara signifikan.

Perencanaan bisnis yang terarah berfungsi sebagai fondasi operasional untuk mengoptimalkan efisiensi, menetapkan target terukur, dan mengelola sumber daya (Sinta, 2020). Selain itu, langkah tersebut berperan sebagai pelindung dalam mengendalikan risiko serta memperkuat keunggulan kompetitif di tengah ketidakpastian pasar. Tanpa landasan yang solid, bisnis skala kecil menjadi sangat rentan terhadap penurunan omzet akibat dinamika harga, fluktuasi permintaan, dan ketidakstabilan makroekonomi

pertumbuhan sektor energi yang menopang perekonomian dan tingginya mobilitas memicu lonjakan kebutuhan bahan bakar, termasuk di Sulawesi Tengah. Menjawab tantangan tersebut, Pertamina meluncurkan program Pertashop pada 2021 guna memperluas akses energi hingga ke perdesaan dengan menggandeng potensi lokal (Rahmawati, Syamsuddin, & Lestari, 2021). Di balik peluang bisnis yang terbuka luas, tantangan operasional di lapangan menuntut para pelaku usaha untuk memiliki kompetensi manajerial dan perencanaan strategis yang handal demi menjamin keberlangsungan serta pencapaian laba yang optimal.

Menurut Suryana (2023), perencanaan bisnis berperan penting dalam menetapkan arah jangka panjang sekaligus memaksimalkan laba jangka pendek melalui efisiensi operasional dan pengelolaan keuangan yang solid. CV. Safira perlu mengintegrasikan aspek strategis, operasional, dan keuangan untuk mengendalikan biaya serta menjaga kestabilan pendapatan. Efektivitas rencana ini dinilai dari kemampuan perusahaan mengelola sumber daya dan risiko guna meraih laba secara cepat, sehingga analisis terhadap strategi CV. Safira menjadi sangat esensial (Wijaya dan Santoso, 2021).

Di era modern, Syamsuddin dan Ningsih (2022) menekankan pentingnya digitalisasi dan pemanfaatan data konsumen untuk mempercepat pengambilan keputusan, yang sangat relevan bagi operasional dinamis Pertashop CV. Safira. Selain mendatangkan keuntungan finansial, perencanaan bisnis yang efektif juga memberikan dampak positif bagi ekonomi daerah. Menurut Rahmawati *et al* (2021), keberadaan Pertashop menciptakan multiplier effect bagi perekonomian pedesaan melalui penyerapan tenaga kerja dan peningkatan daya beli. Dari segi manajerial, Puspitasari dan Handoko (2022) membuktikan bahwa usaha mikro dengan perencanaan formal yang terstruktur mampu meningkatkan efisiensi operasional hingga 15% dibandingkan usaha tanpa perencanaan matang.

Perencanaan bisnis merupakan sebuah proses kompleks yang dikondisikan oleh berbagai variabel internal maupun eksternal organisasi. Dalam tataran praktis, penyusunan rencana ini kerap berbenturan dengan berbagai hambatan operasional dan lingkungan bisnis. Kendati demikian, tantangan krusial yang dihadapi CV. Safira terletak pada kapasitas untuk mengeksekusi perencanaan yang fleksibel guna merespons dinamika pasar serta regulasi energi nasional secara tepat. Sejalan dengan pandangan Sari dan Lestari (2024), fluktuasi harga bahan bakar, kendala logistik, dan tingkat daya beli publik merupakan faktor eksternal dominan yang mengguncang stabilitas laba jangka pendek pada unit usaha Pertashop di tingkat regional.

Berdasarkan paparan permasalahan serta fenomena empiris tersebut, penelitian ini dinilai krusial untuk dilaksanakan guna mengkaji efektivitas penerapan perencanaan bisnis oleh CV. Safira dalam mendongkrak profitabilitas jangka pendek. Hasil dari analisis ini diharapkan tidak hanya memperkaya khazanah keilmuan melalui kontribusi teoretis pada pengembangan manajemen bisnis skala kecil, tetapi juga menyumbangkan rekomendasi taktis yang aplikatif bagi para pengelola Pertashop di wilayah lain.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, studi kasus, serta sifat terapan (*applied research*) yang memfokuskan analisis secara mendalam pada praktik perencanaan bisnis di Pertashop CV. Safira, Kabupaten Morowali, Sulawesi Tengah. Pengumpulan data dilakukan secara *cross-sectional* selama kurang lebih tiga bulan meliputi tahap persiapan hingga penyusunan laporan dengan memadukan data primer melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung, serta data sekunder berupa dokumentasi internal perusahaan

dan literatur pendukung. Fokus penelitian ini dibedakan secara terstruktur ke dalam lima aspek utama, yakni perencanaan pemasaran, operasional, sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, serta implikasinya terhadap perolehan keuntungan jangka pendek perusahaan.

Ruang lingkup analisis dalam penelitian ini berpusat pada bagaimana kelima fokus aspek bisnis tersebut diterapkan secara terintegrasi oleh manajemen CV. Safira guna menekan inefisiensi, mengoptimalkan daya saing, serta mendorong profitabilitas jangka pendek di tengah dinamika pasar ritel energi. Perencanaan pemasaran difokuskan pada penentuan target dan strategi promosi; perencanaan operasional menitikberatkan pada kontrol stok dan efisiensi kerja; perencanaan SDM diarahkan pada kesesuaian penempatan tenaga kerja guna menghindari pembengkakan biaya; sementara perencanaan keuangan berfokus pada manajemen anggaran dan arus kas untuk menjaga stabilitas finansial perusahaan.

Seluruh data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif yang dikembangkan melalui tiga tahapan sistematis, yaitu reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, penyajian data dalam bentuk uraian naratif terstruktur berdasarkan kategori tematik, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi guna memastikan keabsahan temuan empiris. Melalui pendekatan metodologis yang komprehensif ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran utuh mengenai efektivitas penerapan perencanaan bisnis serta menyumbangkan kontribusi teoretis maupun rekomendasi praktis bagi pengembangan usaha ritel BBM skala kecil dan menengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Guna menjamin kesinambungan operasional usahanya, Pertashop CV. Syafirah Abadi telah merumuskan perencanaan operasional yang komprehensif, mencakup penjadwalan jam kerja, manajemen inventaris bahan bakar, serta delegasi tugas pegawai. Perusahaan senantiasa mengamankan kecukupan pasokan BBM agar mutu layanan kepada pelanggan tetap terjaga. Di samping itu, pengawasan berkala terhadap seluruh aktivitas operasional secara konsisten dijalankan untuk memitigasi risiko keterlambatan pelayanan serta kelangkaan stok.

Pertashop CV. Syafirah Abadi menerapkan perencanaan operasional yang mencakup pengaturan jam kerja, pengelolaan stok BBM, dan pembagian tugas karyawan demi kelancaran bisnis. Perusahaan fokus menjaga ketersediaan pasokan agar pelayanan konsumen tidak terhambat, informan menjelaskan bahwa mereka berusaha melayani masyarakat dengan cepat agar tidak terjadi antrian panjang. Selain itu, pengawasan rutin terus dilakukan untuk mencegah terjadinya kekurangan inventaris maupun keterlambatan dalam melayani pelanggan.

Tabel 1. Analisis perencanaan operasional

Aspek	Temuan	Implementasi
Pengelolaan persediaan BBM	Pemantauan & Pemesanan Berkala	Perusahaan rutin memantau stok agar tidak terjadi kekosongan dan segera melakukan pemesanan ulang saat persediaan mulai berkurang.
Pengaturan	Menyesuaikan	Jam kerja ditetapkan secara teratur untuk

Jam Operasional	Kebutuhan Masyarakat	memudahkan konsumen memperoleh BBM, mengoptimalkan kecepatan pelayanan, dan mencegah antrean panjang demi kepuasan pelanggan.
Pengelolaan Sumber Daya Manusia	Pembagian Tugas Berbasis Tanggung Jawab	Tugas dibagi sesuai peran masing-masing, di mana pimpinan bertugas mengawasi karyawan, menjaga kebersihan, memastikan kualitas pelayanan, serta mencatat transaksi pemasukan.

Sumber: data dianalisis (2026)

Guna menjaga retensi pelanggan, perusahaan tidak semata-mata bergantung pada komoditas bahan bakar yang ditawarkan, melainkan mengimplementasikan strategi pemasaran yang berorientasi pada kualitas layanan (service-oriented). Informan menjelaskan bahwa mereka selalu berusaha melayani pelanggan dengan baik agar mereka Kembali lagi. Sebab pelayanan yang baik berdampak terhadap loyalitas Kepada Konsumen.

Tabel 2. Analisis Perencanaan Pemasaran

Aspek	Temuan	Implementasi
Pelayanan Kepada Konsumen	Fokus pada kualitas layanan yang cepat dan ramah	Mengutamakan pelayanan prima agar konsumen merasa puas, kembali melakukan pembelian, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
Menjaga Ketersediaan Produk	Memastikan pasokan bahan bakar selalu ada	Menjaga ketersediaan stok BBM secara berkelanjutan agar konsumen tidak beralih ke tempat lain dan tetap memilih berbelanja di Pertashop.
Hubungan dengan Masyarakat	Membangun komunikasi dan kepercayaan publik	Melalui kegiatan menjaga komunikasi dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang adil tanpa diskriminasi, serta responsif dalam menanggapi setiap keluhan konsumen untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat sekitar.

Sumber: data dianalisis (2026)

Evaluasi keuangan harian dan bulanan ini membantu manajemen CV. Syafirah Abadi dalam mengontrol arus kas, memantau struktur biaya operasional, serta menjadi dasar pertimbangan strategis dalam mengambil keputusan

Tabel 3. Analisis Perencanaan Keuangan

Aspek	Aktivitas	Dampak
Pencatatan Pendapatan	Mencatat setiap penghasilan atau pemasukan secara harian dari hasil penjualan produk.	Membantu perusahaan mengetahui dan memantau jumlah pendapatan yang diperoleh secara aktual setiap harinya.
Pencatatan Pengeluaran	Mencatat seluruh pengeluaran secara harian dan bulanan.	Memastikan perusahaan mengetahui secara rinci alokasi biaya operasional, biaya transportasi, gaji karyawan, hingga biaya pemeliharaan.
Evaluasi Keuntungan	Melakukan evaluasi laba secara berkala setiap	Menjaga kualitas pengelolaan keuangan agar tetap sehat serta membantu manajemen

hari	dalam mengambil keputusan yang tepat untuk setiap siklus pembelian stok BBM berikutnya.
------	---

Sumber: data dianalisis (2026)

Hasil penelitian membuktikan bahwa ketersediaan produk yang terjaga dengan baik mampu meningkatkan volume penjualan. Faktor ketersediaan stok yang konsisten dan lokasi yang strategis membuat konsumen memilih Pertashop, yang kemudian bermuara pada peningkatan keuntungan jangka pendek perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, perencanaan produk di CV. Syafirah Abadi diawali dengan evaluasi data penjualan harian dan pemantauan stok berkala untuk menentukan waktu pemesanan (*reorder*) yang tepat. Langkah ini disesuaikan dengan permintaan pasar dan kapasitas penyimpanan guna mencegah kelebihan maupun kekurangan persediaan. Pengelolaan persediaan yang efektif ini memastikan ketersediaan bahan bakar tetap terjaga, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mendorong keuntungan jangka pendek perusahaan.

Tabel 4. Analisis Perencanaan Produk

Aspek	Aktivitas	Dampak
Evaluasi Penjualan & Penentuan Pemesanan	Memanfaatkan catatan data penjualan harian dari periode sebelumnya untuk memperkirakan tingkat kebutuhan dan permintaan pasar.	Memastikan jumlah pemesanan BBM sesuai dengan kondisi riil di lapangan, menghindari penumpukan persediaan, serta mencegah risiko kehabisan stok.
Pengendalian & Pemantauan Stok Berkala	Melakukan pengecekan ketersediaan stok setiap hari dan menentukan waktu yang tepat untuk melakukan pemesanan ulang (<i>reorder point</i>).	Menjaga ketersediaan pasokan agar tetap berkelanjutan, meminimalkan risiko kekosongan stok, serta mencegah hilangnya peluang penjualan.
Penyesuaian Kapasitas & Kebutuhan Pasar	Mempertimbangkan tingkat permintaan konsumen, kebutuhan masyarakat, serta kapasitas penyimpanan yang dimiliki perusahaan.	Menyeimbangkan jumlah ketersediaan produk agar tidak terjadi kelebihan maupun kekurangan yang dapat mengganggu kelancaran operasional.
Dampak terhadap Keuntungan Jangka Pendek	Menjaga kualitas produk, memastikan ketersediaan bahan bakar secara terus-menerus, dan memberikan kemudahan akses bagi konsumen.	Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, mendorong peningkatan volume penjualan, serta memberikan kontribusi langsung terhadap pertumbuhan laba jangka pendek perusahaan.

Sumber: data dianalisis (2026)

Perencanaan produk di Pertashop CV. Syafirah Abadi telah dijalankan melalui proses yang terstruktur dan berkelanjutan. Dengan mendasarkan setiap keputusan pemesanan pada evaluasi data penjualan harian serta pemantauan stok secara berkala, perusahaan mampu menjaga keseimbangan antara ketersediaan pasokan dan tingkat permintaan riil masyarakat. Efektivitas

pengelolaan persediaan ini tidak hanya memastikan kelancaran aktivitas operasional tanpa risiko kekosongan atau penumpukan barang, tetapi juga berhasil meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Pada akhirnya, ketersediaan produk yang selalu terjaga dan kemudahan akses lokasi menjadi faktor pendorong utama yang berkontribusi nyata terhadap peningkatan volume penjualan dan optimalisasi keuntungan jangka pendek perusahaan.

Tabel 5. Keuntungan Jangka pendek

Tahun	Keuntungan (Rp)	Kenaikan (Rp)	Presentase
2023	150.000.000	-	-
2024	185.000.000	35.000.000	23%
2025	210.000.000	25.000.000	13%

Sumber: data dianalisis (2026)

Keuntungan jangka pendek merupakan perolehan laba perusahaan dalam periode singkat yang besarnya sangat bergantung pada berbagai faktor pendorong dan hambatan operasional. Peningkatan laba di Pertashop CV. Syafirah Abadi didukung oleh tingginya kebutuhan BBM masyarakat Morowali, lokasi usaha yang strategis, pelayanan karyawan yang ramah dan cepat, serta ketersediaan stok yang selalu terjaga melalui pemantauan rutin.

Namun, perusahaan tetap menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterlambatan pengiriman dari pemasok, naik turunnya permintaan konsumen, pembengkakan biaya operasional, serta kendala cuaca dan kondisi jalan. Untuk mengatasi hambatan tersebut, manajemen melakukan berbagai upaya proaktif, meliputi optimalisasi kontrol inventaris, perbaikan koordinasi dengan pemasok, peningkatan standar pelayanan pelanggan, efisiensi biaya operasional, serta evaluasi kinerja secara berkala guna memastikan keberlanjutan usaha dan kestabilan keuntungan jangka pendek.

Analisis Perencanaan Bisnis Dalam Meningkatkan Keuntungan Jangka Pendek

Secara keseluruhan, efektivitas perencanaan operasional di Pertashop CV. Syafirah Abadi tercermin dari konsistensi perusahaan dalam menjalankan pengawasan berkala oleh pemilik, pengaturan jam kerja yang selaras dengan dinamika kebutuhan warga Morowali, serta pendelegasian tugas yang terstruktur bagi setiap karyawan. Manajemen juga berfokus pada kontrol inventaris bahan bakar secara rutin serta penerapan standar pelayanan yang cepat dan ramah guna memelihara kenyamanan serta loyalitas pelanggan. Berbagai praktik operasional tersebut tidak hanya meminimalisasi hambatan di lapangan, tetapi juga berhasil mengoptimalkan produktivitas usaha secara menyeluruh. Temuan di lapangan ini sejalan dengan teori manajemen operasional yang menekankan bahwa perencanaan dan pengawasan yang terstruktur merupakan instrumen krusial dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif dan efisien. Melalui kelancaran operasional, kejelasan pembagian tugas, serta respons pengawasan yang sigap terhadap berbagai kendala, perusahaan mampu menjaga kualitas

layanan sekaligus mendongkrak volume penjualan. Pada akhirnya, seluruh penerapan manajemen operasional yang matang ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan keuntungan jangka pendek di CV. Syafirah Abadi.

Perencanaan pemasaran di Pertashop CV. Syafirah Abadi memegang peranan krusial dalam menarik minat konsumen, mempertahankan pelanggan, serta mengoptimalkan volume penjualan dan keuntungan jangka pendek. Strategi pemasaran perusahaan bertumpu pada pemanfaatan lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau, pemberian pelayanan yang cepat, ramah, serta sopan guna menciptakan kepuasan pelanggan, serta konsistensi dalam menjaga ketersediaan produk agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga. Temuan ini sejalan dengan konsep manajemen pemasaran dan bauran pemasaran (marketing mix) yang menekankan pentingnya keterpaduan elemen produk, harga, lokasi, dan promosi. Meskipun promosi yang dijalankan masih bersifat sederhana, seperti pemanfaatan media sosial, papan nama usaha, dan penyebaran informasi metode tersebut terbukti efektif, terutama didukung oleh strategi pemasaran dari mulut ke mulut (word-of-mouth) berkat rekomendasi langsung dari masyarakat. Secara keseluruhan, sinergi antara lokasi yang strategis, pelayanan berkualitas, promosi yang efektif, dan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi telah memberikan kontribusi positif yang nyata terhadap peningkatan kinerja keuangan dan laba jangka pendek perusahaan.

Dalam menjaga kesinambungan operasional serta mengoptimalkan perolehan keuntungan jangka pendek perusahaan melalui pengaturan dana, pengendalian biaya, dan manajemen pendapatan yang terarah. Perusahaan secara konsisten mencatat seluruh arus kas masuk dari hasil penjualan bahan bakar maupun arus kas keluar yang mencakup pembelian stok BBM, biaya transportasi, gaji pegawai, tagihan listrik, hingga biaya pemeliharaan. Melalui upaya pengendalian biaya yang efisien serta pengalokasian laba yang bijak baik untuk modal kerja maupun pengembangan usaha perusahaan mampu menjaga stabilitas finansial sekaligus merespons dinamika operasional dengan sigap. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori manajemen keuangan yang menekankan bahwa perencanaan dan pengelolaan dana yang efektif merupakan kunci utama dalam mencapai tujuan bisnis secara efisien. Evaluasi keuangan berkala yang membandingkan pendapatan dan pengeluaran berfungsi sebagai fondasi esensial dalam pengambilan keputusan strategis ke depan. Secara keseluruhan, integrasi antara pencatatan keuangan yang rutin, kontrol biaya operasional yang ketat, dan evaluasi berkala terbukti memberikan kontribusi nyata dalam mendongkrak profitabilitas serta memastikan kesehatan finansial jangka pendek di CV. Syafirah Abadi.

Perencanaan produk yang matang melalui kontrol stok rutin dan mutu yang terjaga menjadi kunci bagi CV. Syafirah Abadi untuk memenuhi tingginya kebutuhan BBM di Morowali sekaligus menghindari risiko kekurangan maupun kelebihan persediaan. Keberhasilan pencapaian laba jangka pendek ini merupakan akumulasi dari selisih positif antara pendapatan dan biaya, yang didorong oleh tingginya permintaan, lokasi strategis, pelayanan berkualitas, serta

efisiensi pengeluaran. Sinergi menyeluruh dari seluruh fungsi perencanaan bisnis terbukti efektif dalam mendorong kinerja keuangan perusahaan secara berkelanjutan.

Implikasi Penelitian Terdahulu dan Arah Pengembangan

implikasi dari berbagai penelitian terdahulu memberikan arah yang konstruktif bagi pengembangan studi di masa mendatang. Pertama, merujuk pada temuan Putri dan Hidayat (2021) yang menyoroti dampak perencanaan bisnis terhadap pendapatan dan efisiensi operasional, peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk mengintegrasikan variabel tambahan seperti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan guna membangun model analisis yang lebih komprehensif. Kedua, mengingat cakupan studi dari Sari (2021), Rahmat (2022), dan Lestari (2023) yang umumnya berfokus pada skala usaha kecil secara makro, studi lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian pada sektor Pertashop atau jaringan ritel bahan bakar di wilayah geografis yang berbeda agar analisis komparatif dapat dilakukan secara lebih luas. Ketiga, berdasarkan kajian Ahmad dan Nur (2024) terkait perencanaan pada ritel BBM, eksplorasi ke depan dapat diperdalam dengan menerapkan pendekatan kuantitatif murni atau metode campuran (mixed methods) untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh perencanaan bisnis terhadap perolehan keuntungan jangka pendek secara lebih akurat dan mendalam.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan dari studi ini menunjukkan bahwa perencanaan bisnis di Pertashop CV. Safira telah diterapkan secara terstruktur mencakup aspek operasional, persediaan, keuangan, dan pelayanan, yang terbukti secara signifikan mendorong keuntungan jangka pendek melalui efisiensi biaya dan ketersediaan stok yang terjaga. Di balik pencapaian tersebut, penelitian ini memiliki keterbatasan utama pada cakupan objek yang terbatas pada satu lokasi usaha skala kecil serta penggunaan pendekatan kualitatif yang belum mengukur signifikansi statistik secara komprehensif.

Rekomendasi saran bagi perusahaan meliputi penguatan kontrol biaya operasional harian, peningkatan disiplin evaluasi persediaan, serta optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial guna memperluas pangsa pasar. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan sampel ke jaringan ritel atau wilayah yang berbeda serta menerapkan metode kuantitatif dengan penambahan variabel seperti kepuasan pelanggan dan strategi pemasaran guna memperkaya literatur manajemen bisnis.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah. (2024). Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Morowali Menurut Lapangan Usaha Tahun 2019–2023. Palu: BPS Sulawesi Tengah.

- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik UMKM Indonesia 2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Bahagia, D. S., Numan, A., & Saputra, S. (2024). Strategi Perencanaan bisnis untuk meningkatkan keberhasilan UMKM. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1 (3), 123–130. Menjelaskan pentingnya strateg Perencanaan bisnis yang komprehensif untuk keberhasilan UMKM.
- Ditoananto, A., & Purwanti, L. (2023). Analisis Cost Volume Profit (CVP) sebagai Alat Perencanaan Laba pada Usaha Onotaki dalam Situasi Ekonomi Masa Pandemi Covid-19.
- Fadhilah, K., & Ikham W., M. A. D. (2023). Perencanaan Bisnis pada Usaha Online Kairan Accessories. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 2(1), 123–138.
- Fauzi, A., Rukmayani, E., Estevani, G., Gumelarasati, N., & Fahrezi, M. K. (2024). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1). <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i1.25>
- Firmansyah, I., & Nurhadi, D. (2024). Perencanaa bisnis adaptif dalam menghadapi dinamika pasar ritel. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 15(1), 1–14.
- Fitriani, N., & Hidayat, R. (2021). Perencanaan bisnis dan pengaruhnya terhadap kinerja usaha mikro dan kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 120–131
- Handayani, T., & Pratama, R. A. (2022). Perencanaan bisnis pada usaha kecil sektor energi dan implikasinya terhadap profitabilitas. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 58–69.
- Handayani, T., & Pratama, R. A. (2023). Strategi peningkatan keuntungan jangka pendek pada UMKM sektor ritel. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, **11**(2), 77–88.
- Indrawan, D., Hayati, R., Mardianty, D., & Agia, L. N. (2023). Feasibility Study of Business Development for Simpang Bukik Yopi Fried Rice. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 34(2).
- Kasmir. (2020). Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Prenadamedia grup Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, D., & Sari, P. N. (2022). Pengaruh efisiensi operasional terhadap keuntungan jangka pendek usaha mikro. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 45–56.

- Khadijah, E., & Taufani, Y. A. (2022). ANALISIS BREAK EVEN POINT SEBAGAI DASAR PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK PADA BANANAYS.CO. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1 (06). <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.493>
- Novanda, S. S., & Rostina, T. (2024). *Analysis of the Impact of Cash Budget on Operating Profit at PT. ACE Hardware Indonesia Tbk for the Years 2021– 2023.*
- Prasetiyanta, A., Herlina, S., & Tafonao, A. (2023). Analisis Break Even Point sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Laba Jogja Distro Tahun Anggaran 2022 .*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nias Selatan*, 7(2).
- Prasetyo, R., & Nugroho, A. (2021). Perencanaan operasional dan keuangan dalam meningkatkan keuntungan jangka pendek UMKM.*Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 10(1), 45–57.
- Prasetyo, R., & Nugroho, A. (2021). Strategi perencanaan bisnis dalam meningkatkan profitabilitas UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 201–212.
- Puspitasari, D., & Handoko, T. (2022). Pengaruh perencanaan usaha terhadap efisiensi operasional UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 14(2), 89–100.
- Putra, A., & Hidayat, R. (2022). Strategi Bisnis dalam Peningkatan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 15–24.
- Putri, A. R., & Hidayat, M. (2021). Pengaruh perencanaan bisnis terhadap kinerja usaha mikro dan kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 112–123.
- Putri, A. T., et al. (2023). Strategi pemasaran UMKM dalam meningkatkan omset dan daya saing. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 1–14. *Study kasus strategi pemasaran yang relevan dengan perencanaan pemasaran sebagai bagian dari business planning.*
- Rani Septi Yuningsih, Firmansyah, & Eka Jumarni Fithri. (2024). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV Wana Jaya Lestari Palembang. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.51903/jupea.v4i1.2175>
- Rohmah, S., & Fitria, M. (2024). ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 13(2). <https://doi.org/10.24903/je.v13i2.3129>