PERINTISAN BISNIS DAN PENGEMBANGAN INOVASI DARI USAHA *FLOWERBOX* (*GIFTME*)

BAGIAN KEUANGAN

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

Muhammad Mujahid Yahya Ayas

21423083

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Muhammad Mujahid Yahya Ayas
NIM	:	21423083
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Fakultas	:	Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir	:	Perintisan Bisnis dan Pengembangan Inovasi dari Usaha *Flowerbox* (*Giftme*) Aspek Keuangan

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan dan menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia. Demikian pernyataan ini ditulis dengan sebenar-benarnya dan tanpa ada paksaan.

Yogyakarta 27 Juli 2026



Muhammad Mujahid Yahya Ayas

NOTA DINAS

Yogyakarta, 27 Juli 2026 / 12 safar 1448 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia D.I. Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 499/Dek/60/DAATI/FIAI/VI/2025 tanggal: 4 Juni 2025 M, 8 Zulhijjah 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama	:	Muhammad Mujahid Yahya Ayas
NIM	:	21423083
Fakultas	:	Ilmu Agama Islam
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Tahun Akademik	:	2024/2025
Judul Tugas Akhir	:	Perintisan Bisnis dan Pengembangan Inovasi dari Usaha *Flowerbox* (*Giftme*) (Aspek Keuangan)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami tetapkan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing

Aqida Shohiha, S.E.I., M. E.

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Jumat
Tanggal	:	28 Agustus 2026
Judul Tugas Akhir	:	Perintisan Bisnis dan Pengembangan Inovasi dari Usaha Flowerbox (Giftme) Bagian Keuangan
Nama	:	MUHAMMAD MUJAHID YAHYA AYAS
Nomor Mahasiswa	:	21423083

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)

Penguji 1
Dr. Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I. (.....)

Penguji 2
Junaidi Safitri, SEI, MEI (.....)

Yogyakarta, 28 Agustus 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan,

Dr. Drs. Asmuni, MA

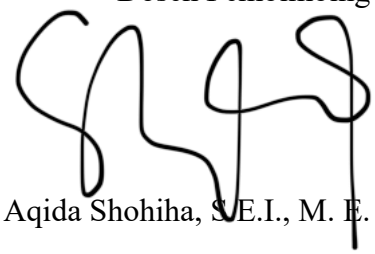
REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama	:	Muhammad Mujahid Yahya Ayas
NIM	:	21423083
Judul Tugas Akhir	:	Perintisan Bisnis dan Pengembangan Inovasi dari Usaha *Flowerbox* (*Giftme*) (Aspek Keuangan)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing



Aqida Shohiha, S.E.I., M. E.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahi Rabbil Alamin, segala puji bagi Allah, Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat dan Karunia-Nya yang telah memberikan saya kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan.

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati izinkan penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada diri penulis, atas apresiasi terhadap ikhtiar yang dilakukan selama masa studi, terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam menghadapi setiap tantangan selama proses masa studi. Kepada Ummi dan Abi tercinta, Bapak Abdullah Mukhlis dan Ibu Mahsunah, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi tanpa henti bagi penulis. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi wujud bakti dan kebanggaan kecil yang dapat penulis persembahkan atas segala perjuangan, keikhlasan, dan kasih sayang yang telah ummi dan abi berikan selama ini. Kepada semua saudari penulis, Mutia, Rizkia, Cinta, Tiara, dan Aya, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Kehadiran kalian menjadi pengingat dan sumber motivasi bagi penulis untuk terus menjadi pribadi yang lebih baik.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada seluruh civitas akademika di Fakultas Ilmu Agama Islam, terkhusus kepada Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M. E. selaku pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, dan kesabaran sehingga karya ini bisa terselesaikan. Terima kasih juga kepada Fauzan Chandra selaku partner program perintisan bisnis atas semua usaha dan kehadirannya selama usaha ini berlangsung. terakhir kepada seluruh teman-teman yang membersamai penulis, terima kasih telah hadir dan berkenan menjadi bagian

dari cerita penulis, semoga setiap langkah yang ditempuh menjadi ladang keberkahan dan amal baik.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللّٰهُ نَفْسًا اِلَّا وُسْعَهَاۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْۗ

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

2:286

“The story wouldn’t end unless the reader gave up on the story”

Kim Dokja

“You cannot live your life in fear, or you will forsake the best parts of it”

Daemon

ABSTRAK

PERINTISAN BISNIS DAN PENGEMBANGAN INOVASI DARI USAHA *FLOWERBOX* (*GIFTME*)

MUHAMMAD MUJAHID YAHYA AYAS

21423083

Giftme merupakan bisnis yang bergerak di industri pemberian hadiah dengan produk unggulan berupa *Flowerbox*, yaitu rangkaian bunga artificial yang dikemas secara aesthetic menggunakan papan PVC sebagai media penyampaian perasaan dan ucapan selamat pada berbagai momen spesial. Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mendeskripsikan pelaksanaan kegiatan bisnis *giftme* pada bagian produksi dan keuangan, mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, serta merumuskan pemecahan masalah yang tepat berdasarkan tinjauan teoritis yang relevan. Rangkaian kegiatan yang dilakukan mencakup penentuan akad, perhitungan HPP dan BEP, pencatatan keuangan secara berkala, hingga penyusunan laporan keuangan yang meliputi laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas. Pada aspek produksi, rangkaian kegiatan yang dilakukan mencakup penentuan desain produk, pelaksanaan sampling, survei vendor, perencanaan proses produksi, serta pengendalian stok dan quality control.

Usaha *giftme* berlangsung selama 6 bulan periode dengan mencatatkan pendapatan kotor sebesar Rp1,535,000 dari 16 penjualan produk dengan total laba bersih sebesar Rp286,983. Permasalahan yang diidentifikasi meliputi kurangnya konsistensi dan kompetensi individu, perubahan produk, serta pencatatan keuangan yang tidak selalu tepat waktu. Pemecahan masalah yang dirumuskan berdasarkan konsep grit, pivot strategy, teamwork, kompetensi kewirausahaan, dan literasi akuntansi sebagai landasan teoritis. Secara keseluruhan, titik impas pada level produk telah dicapai pada beberapa periode operasional, namun titik impas usaha secara keseluruhan belum sepenuhnya tercapai mengingat total pendapatan masih dibawah total modal yang dikeluarkan.

Kata Kunci: *Flowerbox,* pemberian hadiah, laporan keuangan, bisnis rintisan

ABSTRACT

BUSINESS PIONEERING AND INNOVATION DEVELOPMENT OF FLOWERBOX ENTERPRISE (GIFTME)

MUHAMMAD MUJAHID YAHYA AYAS

21423083

Giftme is a business operating in the gift industry with a flagship product in the form of a Flowerbox, which is an artificial flower arrangement aesthetically packaged using a PVC board as a medium for conveying feelings and congratulations on various special occasions. The purpose of this report is to describe the implementation of giftme's business activities in the production and financially divisions, identify problems encountered during the operational period, and formulate appropriate solutions based on relevant theoretical frameworks. The series of activities carried out included determining the contracts, calculating the cost of gold sold and break-even point, conducting periodic financial recording, and preparing financial reports comprising the statement of financial position, income statement, statement of changes in equity, and cash flow statement. On the production side, activities carried out included product design determination, sampling, vendor surveys, production process planning, as well as stock control and quality control.

Giftme operated for a period of 6 months, recording gross revenue of Rp1,535,000 from 16 product sales with a total net profit of Rp286,983. Problems identified include a lack of individual consistency and competence, product changes, and inconsistent financial recording. Solutions were formulated based of theoretical concepts of grit, pivot strategy, teamwork, entrepreneurial competence, and accounting literacy. Overall, the break-even point at the product level was achieved in several operational periods, however the overall business break-even point has not been fully reached as total revenue remains below the total capital invested.

Keywords: *Flowerbox, gift giving, financial statements, business startup*

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef

ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**

ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يْ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وْ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama

اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ىِ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

- طَلْحَةْ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā
-

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh

kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwi

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahi Rabbil Alamin, segala puji dan syukur senantiasa tercurahkan ke hadirat Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, Tuhan semesta alam, atas segala limpahan Rahmat, Karunia, dan Hidayah-Nya, sehingga penulis senantiasa diberikan kekuatan, kesabaran, dan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah menjadi suri tauladan terbaik bagi ummat manusia hingga akhir zaman kelak.

Penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul "Perintisan Bisnis dan Pengembangan Inovasi dari Usaha *Flowerbox* (*Giftme*) (Aspek Keuangan)" berhasil terselesaikan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) Ekonomi Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Selama proses penyusunan berlangsung, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan selama menjalankannya. Namun, berkat bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, dengan sepenuh hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Aqidah Shohihah, S.E.I., M. E, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dengan sabar dan penuh ketulusan dalam meluangkan waktunya serta memberikan bimbingan, masukan, dan

saran dari awal hingga akhir penyelesaian Tugas Akhir Perintisan Bisnis.

5. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia yang telah berjasa dalam memberikan ilmu, dukungan, dan bimbingan selama penulis menempuh masa studi.
6. Diri penulis sendiri, terimakasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam menghadapi setiap tantangan dan hambatan yang dilewati baik selama penyusunan Tugas Akhir, masa studi, atau setiap fase hidup baik dalam kondisi menyenangkan ataupun tidak menyenangkan. Semoga karya sederhana dan gelar yang akan diraih dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun orang lain di masa hidup yang akan datang.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Abdullah Mukhlis dan Ibu Mahsunah, terima kasih yang tak terhingga atas segala kasih sayang yang tak pernah usai, doa yang tak pernah putus, serta pengorbanan keringat dan air mata yang tak terhitung jumlahnya demi melancarkan langkah penulis hingga titik ini. Semoga keberhasilan ini bisa menjadi kebanggaan dan kebahagiaan kecil sebagai wujud bakti untuk kalian berdua.
8. Saudari-saudari kecil penulis, Mutiara Izzah Rabbani, Mutiara Rizkia Rabbani, Mutiara Cinta Rabbani, Mutiara Sya'bana Rabbani, dan Mutiara Cahaya Rabbani, terima kasih telah hadir menjadi semangat dan motivasi bagi penulis sehingga penulis bisa mencapai titik ini.
9. Fauzan Chandra selaku teman perintisan bisnis, terimakasih atas waktu, tenaga, dukungan, semangat, dan motivasi yang diberikan selama menjalankan perintisan usaha.
10. Marup Rizki Budi Santoso S.si. selaku Kawan yang merekomendasikan Universitas Islam Indonesia, terima kasih telah membimbing dan menjadi kating inspiratif, menjadi sahabat dikala sedih dan senang.
11. Muhammad Ammar Faiq selaku kawan yang memotivasi dan memberikan dukungan, terima kasih telah menjadi pendengar setia semasa penulis mengerjakan tugas akhir.

12. Seluruh teman seperjuangan yang telah hadir semasa hidup penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas kontribusi baik secara langsung ataupun tidak langsung yang telah menyertai penulis sehingga bisa mencapai titik ini.
13. Terakhir, terima kasih untukmu, jodoh yang belum ditemukan, entah berbentuk manusia ataupun kematian, terima kasih telah senantiasa menjadi rahasia yang mendewasakan, menguatkan langkah di setiap titik lelah, dan mengingatkan bahwa setiap perjuangan memiliki muaranya, penulisan ini saya tunjukkan sebagai salah satu ikhtiar terbaik saya dalam menyambut apapun bentuk takdir yang kelak akan menyapa lebih dahulu.

Harapan penulis, Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini bisa menjadi manfaat bagi pembaca dan setiap pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki karya sederhana ini kedepannya. Terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 27 Juli 2026



Muhammad Mujahid Yahya Ayas

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS iii
PENGESAHAN iv
REKOMENDASI PEMBIMBING v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO viii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
PEDOMAN TRANSLITERASI xi
KATA PENGANTAR xix
DAFTAR ISI xxii
DAFTAR TABEL xxiii
DAFTAR GAMBAR xxv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Analisis Situasi 1
B. Sistematika Penulisan 9
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS 11
A. Profil Bisnis 11
B. Pelaksanaan Bisnis 15
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH 73
A. Identifikasi Masalah 73
B. Tinjauan Teoritis 75
C. Pemecahan Masalah 77
BAB IV PENUTUP 81
A. Kesimpulan 81
B. Saran 83
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN 89
Riwayat Hidup Penulis 111

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Banyaknya Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Yogyakarta Tahun 2022 3
Tabel 1. 2 Kompetitor Langsung Produk Flowerbox di Yogyakarta 7
Tabel 2. 1 Rencana Kegiatan dan Key Performance Indicator pada bidang Keuangan 13
Tabel 2. 2 Rencana Kegiatan dan Key Performance Indicator pada bidang Produksi 15
Tabel 2. 3 Total Modal dan Presentase Kepemilikan Usaha Giftme 25
Tabel 2. 4 Rincian Fixed Cost pada Usaha Giftme 26
Tabel 2. 6 Rincian Biaya Operasional Pada Usaha Giftme 29
Tabel 2. 7 Harga Jual, Margin, dan Margin Percentage Produk Giftme 32
Tabel 2. 9 Rincian Total Penjualan Flowerbox Giftme 38
Tabel 2. 10. 1 Rincian Pemasukan Giftme Periode Desember 2025 39
Tabel 2. 10. 2 Rincian Pemasukan Giftme Periode Januari 2026 39
Tabel 2. 10. 3 Rincian Pemasukan Giftme Periode Februari 2026 39
Tabel 2. 10. 4 Rincian Pemasukan Giftme Periode Maret 2026 39
Tabel 2. 10. 5 Rincian Pemasukan Giftme Periode April 2026 40
Tabel 2. 11. 1 Laporan Posisi Keuangan Periode November 41
Tabel 2. 11. 2 Laporan Posisi Keuangan Periode Desember 42
Tabel 2. 11. 3 Laporan Posisi Keuangan Periode Januari 43
Tabel 2. 11. 4 Laporan Posisi Keuangan Periode Februari 44
Tabel 2. 11. 5 Laporan Posisi Keuangan Periode Maret 45
Tabel 2. 11. 6 Laporan Posisi Keuangan Periode April 46
Tabel 2. 11. 7 Laporan Posisi Keuangan Periode November 2025-April 2026 47
Tabel 2. 12. 1 Laba Rugi Periode November 2025 48
Tabel 2. 12. 2 Laba Rugi Periode Desember 2025 49
Tabel 2. 12. 3 Laba Rugi Periode Januari 2026 50
Tabel 2. 12. 4 Laba Rugi Periode Februari 2026 51
Tabel 2. 12. 5 Laba Rugi Periode Maret 2026 52
Tabel 2. 12. 6 Laba Rugi Periode April 2026 53
Tabel 2. 12. 7 Laba Rugi Periode November 2025-April 2026 54
Tabel 2. 13. 1 Laporan Perubahan Ekuitas Periode Januari 2026 55
Tabel 2. 13. 2 Restrukturisasi Modal dan Kepemilikan Usaha Periode 55
Tabel 2. 13. 3 Laporan Perubahan Ekuitas Periode April 2026 56
Tabel 2. 13. 4 Restrukturisasi Modal dan Kepemilikan Usaha Periode April 2026 56

Tabel 2. 14. 1 Laporan Arus Kas Giftme Periode November 2025 57
Tabel 2. 14. 2 Laporan Arus Kas Giftme Periode Desember 2025 58
Tabel 2. 14. 3 Laporan Arus Kas Giftme Periode Januari 2026..... 58
Tabel 2. 14. 4 Laporan Arus Kas Giftme Periode Februari 2026..... 59
Tabel 2. 14. 5 Laporan Arus Kas Giftme Periode Maret 2026..... 59
Tabel 2. 14. 6 Laporan Arus Kas Giftme Periode April 2026 60
Tabel 2. 14. 7 Laporan Arus Kas Giftme Periode November 2025-April 2026.... 60
Tabel 2. 15. 1. Tabel Kas dan Setara Kas 62
Tabel 2. 15. 2 Persediaan..... 63
Tabel 2. 15. 3 Aset Tetap 64
Tabel 2. 15. 4 Bahan Habis Pakai 64
Tabel 2. 15. 5 Biaya Operasional 64
Tabel 2. 15. 6 HPP Flowerbox Terpakai..... 65
Tabel 2. 15. 7 Pendapatan Penjualan..... 65
Tabel 2. 15. 8 Modal 65
Tabel 2. 16. 1 Evaluasi Hasil Capaian Target Aktivitas Bidang Keuangan 69
Tabel 2. 16. 2 Evaluasi Hasil Capaian Target Aktivitas Bidang Produksi 72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1presentase pentingnya mengungkapkan simpati 3
Gambar 1. 2Potensi Pasar Bucket bunga, Giftbox, dan Papan Ucapan 5
Gambar 2. 1 Logo Giftme 11
Gambar 2. 2 Desain produk Flowerbox A, B, C 17
Gambar 2. 3 Produk Sampling Flowerbox Giftme 17
Gambar 2. 4 CV Sentosa Akrilik Jogja sebagai vendor papan pvc..... 18
Gambar 2. 5 Vendor Bunga Online 19
Gambar 2. 6 Rangkaian Kegiatan Proses Produksi..... 21
Gambar 2. 7 Penyimpanan Bunga, Penyimpanan Box, dan Studio 22

BAB I
PENDAHULUAN

A. ANALISIS SITUASI

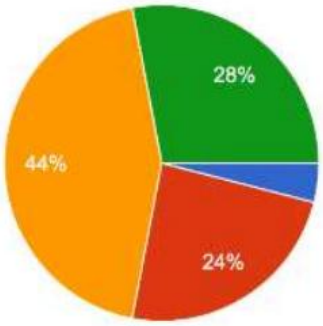
Industri pada bidang pemberian hadiah telah berkembang pesat pada beberapa tahun terakhir. Menurut Davina (2020) Kebutuhan masyarakat akan hamper ataupun *Giftbox* dalam melengkapi hari-hari spesial maupun hari-hari besar sedang meningkat. Bisnis pemberian hadiah mengalami kenaikan terhitung sejak adanya pandemi covid-19 pada beberapa tahun terakhir. Hal ini didukung dengan tingginya grafik pencarian tentang "*Giftbox*" pada google trends di tahun 2021. Di Indonesia sendiri bisnis pada industri pemberian hadiah sedang mengalami pertumbuhan yang signifikan di pasaran. industri kartu hadiah di Indonesia diperkirakan akan tumbuh sebesar 10,1% setiap tahunnya hingga mencapai 2,2 miliar USD pada tahun 2024. Industri kartu hadiah di Indonesia akan terus tumbuh selama periode perkiraan dan diperkirakan akan mencatat Compound Annual Growth Rate (CAGR) sebesar 8,9% pada tahun 2024 hingga tahun 2028 (*Indonesia Gift Card and Incentive Card Market Intelligence and Future Growth Dynamics, 2019-2023 & 2024-2028*, 2024).

Pemberian memiliki berbagai arti dalam disiplin akademis dan literatur yang berbeda. (Mauss, 2002) dalam karyanya *the gift* mengemukakan bahwa pertukaran hadiah merupakan fenomena sosial total yang tidak semata-mata bersifat ekonomis, melainkan mencakup pertukaran barang dan jasa yang berfungsi membangun dan mempertahankan hubungan sosial antar individu maupun kelompok. Gill & Thomas (2023) mendefinisikan pemberian hadiah sebagai transfer sukarela dan sepihak atas suatu barang atau jasa dari satu orang ke orang lain. Definisi sederhana dari pemberian adalah berbagai macam hal yang oleh kebanyakan orang dianggap sebagai hadiah, termasuk hadiah yang diberikan selama berbagai hari libur dan perayaan (misalnya Natal, ulang tahun, pesta menyambut kelahiran bayi), serta kegiatan amal seperti menyumbangkan darah,

memberi uang kepada pengemis jalanan, atau menyumbang untuk dana pembangunan universitas.

Sejak awal keberadaannya, manusia ingin menjadi bagian dari suatu kelompok, mencintai dan dicintai. Mereka sering menunjukkan cinta dan ketertarikan mereka melalui pemberian hadiah. Meningkatnya hari-hari khusus seperti perayaan Idul fitri, Natal, dan hari Valentine selalu menjadi momen untuk memberikan hadiah. Sekalipun orang tidak menyukai pemberian hadiah, mereka harus beradaptasi dengan hubungan timbal balik agar dapat bertahan hidup sebagai anggota sistem. Menurut sherry (1983) dalam (Davies et al., 2010) terdapat dua jenis motif pemberian hadiah. Pertama, pemberi hadiah berusaha memaksimalkan kesenangan yang dirasakan oleh penerima. pada motif kedua, pemberi berusaha untuk memaksimalkan kepuasan pribadi sebagai tujuannya. Keduanya dapat menjadi motif yang penting dalam acara pemberian hadiah yang sama karena keduanya mengikat dua ujung spektrum.

Interaksi sosial memainkan peranan yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Melalui komunikasi dan hubungan antar individu, manusia dapat merasakan simpati untuk satu sama lain. Simpati adalah perasaan yang muncul ketika seorang individu merasa tertarik kepada seseorang atau sekelompok orang. Bachtiar (2023) pernah melakukan sebuah penelitian tentang pentingnya mengungkapkan simpati untuk membangun intraksi sosial yang melibatkan 50 responden. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut menyatakan bahwa 22 responden (44%) mengatakan bahwa mengungkapkan simpati itu penting, 14 responden (28%), mengatakan sangat penting, 12 responden (24%) mengatakan cukup penting dan 2 responden 4% mengatakan tidak penting untuk mengungkapkan simpati.



Gambar 1. 1presentase pentingnya mengungkapkan simpati

Sumber: (Bachtiar et al., 2023)

Kebiasaan memberikan hadiah telah menjadi bagian dari budaya masyarakat modern sebagai suatu bentuk kasih sayang atau bentuk apresiasi untuk sebuah pencapaian. Dengan adanya budaya tersebut, penulis memiliki inisiatif untuk membangun sebuah bisnis *Giftbox* berbasis *Flowerbox* untuk memenuhi permintaan dalam membuat sebuah kotak hadiah. Bunga seringkali menjadi simbol keindahan, ketulusan, serta perasaan yang sulit diungkapkan dengan kata-kata. Pemberian bunga pada acara spesial sudah menjadi hal yang lumrah sebagai pemanis dalam merayakan berbagai momen seperti wisuda dan pernikahan. Sedangkan *giftbox* merupakan hadiah yang dikemas menggunakan *box* atau kotak yang secara khusus digunakan untuk mengemas hadiah-hadiah baik secara custom yang telah disesuaikan dengan pilihan dari konsumen (Putu et al., 2023).

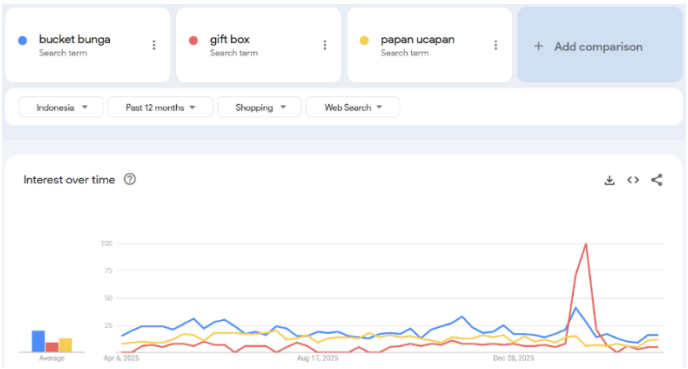
Tabel 1. 1Banyaknya Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Yogyakarta Tahun 2022

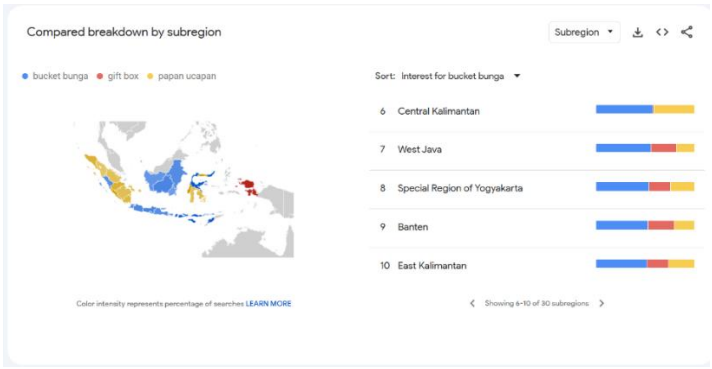
Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0-4	127,292	121,584	248,876
5-9	127,424	121,484	248,908
10-14	131,250	124,479	255,729
15-19	137,665	131,620	269,285
20-24	143,449	140,040	283,489
25-29	138,792	136,201	274,993
30-34	136,840	135,178	272,018
35-39	133,894	134,323	268,217

Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
40-44	133,763	135,571	269,334
45-49	129,543	133,377	262,920
50-54	123,039	129,060	252,099
55-59	111,843	119,139	230,982
60-64	95,070	103,600	198,670
65-69	74,799	83,454	158,253
70-74	54,097	63,154	117,251
75+	63,325	87,521	150,846
Jumlah/Total	1,862,085	1,899,785	3,761,870

Sumber: *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Provinsi DI Yogyakarta, 2022*

Sebelum melakukan perintisan bisnis, diperlukan riset pemasaran guna mengetahui *demand* yang ada untuk produk yang akan dijual. Target pasar yang ideal untuk bisnis ini mencakup anak-anak muda, remaja, hingga orang dewasa pada rentang usia 15-34 tahun yang berdomisili di Yogyakarta. Berdasarkan data yang tertera diatas, jumlah anak muda, remaja, hingga dewasa yang tinggal di Yogyakarta dengan rentang usia tersebut berjumlah 1.099.785 jiwa. Kelompok usia tersebut umumnya dari kaum muda yang gemar bersosialisasi, sering merayakan momen-momen spesial, dan aktif dalam bersosial media. Dengan jumlah yang tergolong besar tersebut penulis meyakini bahwa kelompok usia ini merupakan target demografi yang tepat, mengingat keterbukaan mereka terhadap hal-hal baru serta daya beli yang memadai untuk memenuhi kebutuhan akan produk hadiah yang *aesthetic* dan berkesan.





Gambar 1. 2Potensi Pasar Bucket bunga, Giftbox, dan Papan Ucapan

(Sumber: *trends.google.com*)

Selain melakukan riset demografi penulis turut melakukan riset pasar menggunakan *google trends* untuk menganalisis tren pencarian konsumen terkait *gift box*, bucket bunga, dan papan ucapan sebagai referensi produk hadiah yang populer. Data yang diambil menggunakan periode selama satu tahun terakhir guna memperoleh gambaran tentang preferensi konsumen dalam memilih hadiah pada berbagai momen perayaan. Berdasarkan data yang diperoleh memalui *google trends*, bucket bunga menempati posisi teratas sebagai preferensi utama konsumen dalam memberikan hadiah dengan rata-rata 21 pencarian harian. Disusul oleh papan ucapan yang juga kerap dipilih sebagai hadiah spesial dengan rata-rata 13 pencarian harian. Sementara itu, *giftbox* menempati posisi ke-3 namun tetap menjadi pilihan yang kosisten di kalangan konsumen dengan rata-rata 9 pencarian harian. Menariknya sempat terjadi lonjakan pencarian yang signifikan pada produk *giftbox* pada bulan februari yang menunjukan pola musiman dalam perilaku konsumen pada produk hadiah. Secara geografis, provinsi Yogyakarta menempati posisi ke-8 dalam pencarian produk hadiah di Indonesia, dengan bucket bunga tercatat sebagai produk yang paling banyak dicari di wilayah tersebut.

Dari data tersebut, penulis bersama dengan rekan penulis berusaha untuk membuat inovasi yang menggabungkan *giftbox*, bucket bunga, dan papan ucapan. *Giftme* merupakan usaha rintisan dalam industri pemberian hadiah yang menawarkan produk *Giftbox* berupa *Flowerbox* dengan bentuk seperti papan

ucapan mini yang menawarkan keindahan berbagai macam bunga. Pada saat ini masyarakat gemar untuk memberikan hadiah berupa buket bunga ataupun papan ucapan sebagai hadiah perayaan berbagai momen spesial seperti wisuda, pernikahan, atau bahkan *anniversary* tahunan. Oleh karenanya, *Giftme* hadir sebagai solusi inovatif yang menjawab kebutuhan konsumen akan produk hadiah yang tidak hanya memiliki nilai estetika yang tinggi, namun juga mampu menyampaikan pesan personal secara lebih berkesan dibandingkan produk hadiah yang beredar di pasaran. Dengan memadukan unsur keindahan bunga, kreativitas kemasan, dan sentuhan pesan personal, *Giftme* memposisikan diri sebagai pilihan utama konsumen dalam memberikan hadiah yang unik, berkesan, dan bernilai tinggi untuk setiap momen perayaan.

Dalam menjalankan suatu perintisan bisnis diperlukan riset pemasaran guna mengetahui setiap bisnis dengan target pasar serupa. Januaji (2025) mendefinisikan kompetitor sebagai satu atau beberapa pesaing usaha yang mempunyai produk barang atau jasa yang sama. Menurut Friadi (2022) kompetitor Adalah individu atau perusahaan yang menawarkan produk atau layanan yang sejenis atau memiliki kesamaan dengan produk yang kita miliki, baik dari segi bentuk, manfaat, maupun fungsinya, sehingga bersaing dalam menarik perhatian dan minat pelanggan di pasar.

Kompetitor utama dalam bisnis *Flowerbox* di Yogyakarta dapat dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu kompetitor langsung dan kompetitor tidak langsung. Kompetitor langsung merupakan bisnis lain yang memiliki produk dan target pasar serupa dengan bisnis yang kita jalani. Sedangkan kompetitor tidak langsung adalah bisnis lain yang memiliki produk atau jasa yang sama sekali berbeda namun memiliki target pasar yang serupa. Dari definisi tersebut penulis memetakan kompetitor langsung pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Kompetitor Langsung Produk Flowerbox di Yogyakarta

Kompetitor Langsung	
IG @*Flowerbox*.Jogja	
IG @Jogja.*Flowerbox*	
Tiktok @Roonarecipe	
Tiktok @sekarum_bungah	

Dalam melakukan perintisan bisnis, diperlukan beberapa aspek untuk mendukung pelaksanaan perintisan bisnis. Beberapa aspek yang diperlukan mencakup aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek keuangan. Aspek produksi bertugas untuk menyediakan produk untuk ditawarkan kepada konsumen. Aspek pemasaran bertugas menyediakan berbagai media penghubung untuk mengenalkan

dan menawarkan produk kepada konsumen. Sedangkan aspek keuangan bertugas untuk mengelola sumber daya keuangan secara efisien untuk mencapai tujuan dari perintisan bisnis. Dalam intisan bisnis ini, penulis menempati posisi sebagai bagian Produksi dan keuangan pada rintisan bisnis *Flower box*.

Sebagai bagian produksi dan keuangan, penulis memiliki peran ganda yang saling berkaitan dalam mendukung keberlangsungan usaha. Aspek produksi bertujuan untuk menyediakan produk yang dapat menjadi solusi yang menjadi nilai jual untuk konsumen. Proses produksi mencakup serangkaian tahapan mulai dari pengadaan, perakitan, hingga pengendalian kualitas sehingga memenuhi standar estetika dan kebutuhan konsumen. Lalu aspek keuangan memiliki peran penting untuk mengelola manajemen keuangan bisnis rintisan. Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan keuangan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mengelola sumber daya keuangannya dengan efektif dan efisien. Fungsi manajemen keuangan mencakup tiga aspek utama, yaitu perencanaan keuangan, pengendalian keuangan, dan pengambilan keputusan keuangan (Dicky Perwira Ompusunggu & Nina Irenetia, 2023).

Secara garis besar penulis berperan untuk mengelola keuangan bisnis *Flower box*. Mulai dari penyusunan anggaran, pengumpulan modal, perhitungan break-even point, penentuan harga jual, pencatatan transaksi harian hingga bulanan, pengelolaan *cashflow*, penyusunan laporan keuangan dan laba rugi, serta merancang strategi keuangan yang tepat guna perkembangan bisnis secara berkelanjutan. Tidak hanya itu, bagian ini juga bertanggung jawab untuk menyediakan saluran pembayaran yang tepat guna efisiensi dalam sistem pembayaran. Urgensi peran di bagian ini terlihat dari fungsinya sebagai pusat kontrol kesehatan finansial. Tanpa pengelolaan uang yang baik, bisnis dapat mengalami masalah serius seperti krisis likuiditas, kesulitan membayar kewajiban, atau bahkan kebangkrutan finansial. Bagian keuangan juga berperan penting dalam pengambilan keputusan strategis dengan menyediakan analisis dan proyeksi

keuangan yang menjadi dasar pertimbangan dalam menentukan arah perkembangan bisnis.

B. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan pada dasarnya berisi uraian secara terperinci terhadap tahapan-tahapan dalam pembahasan yang dilakukan. Adapun dalam perintisan bisnis ini terbagi atas lima bab yang mencakup:

1. **BAB I PENDAHULUAN**

   Bab I mencakup bagian yang menjelaskan tentang latar belakang munculnya ide bisnis yang dijalankan. Bab ini berisi tentang analisis situasi yang menjelaskan berbagai informasi dan situasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen terhadap bisnis yang dijalankan. Bab ini juga memaparkan analisis pasar dan geografi yang telah dilakukan pada lokasi perintisan bisnis. Hal ini bertujuan untuk mengetahui problematika di lapangan dan memberikan solusi yang tepat untuk memecahkan problematika yang ada di pasaran.

2. **BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS**

   Bab II menjelaskan secara rinci tentang profil bisnis dan pelaksanaan perintisan bisnis. profil bisnis menjabarkan tentang gambaran umum usaha yang meliputi identitas bisnis, individu yang menjalankan perintisan bisnis, serta produk yang ditawarkan. Dalam bab ini juga menjelaskan rangkaian kegiatan pelaksanaan yang meliputi beberapa aspek diantaranya yakni aspek sumberdaya manusia, aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek keuangan.

3. **BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH**

   Bab III menguraikan tentang berbagai tantangan dan permasalahan yang muncul saat pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis berlangsung. masalah ini dapat berasal dari aspek sumber daya manusia, aspek operasional, aspek pemasaran, maupun aspek keuangan. Dari berbagai tantangan dan

permasalahan yang muncul akan diidentifikasi rumusan pemecahan masalah yang tepat dari berbagai tijauan teori sekaligus menilai apakah pelaksanaan bisnis telaksana dengan baik.

4. **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

   Bab IV berisi kesimpulan dari kegiatan yang sudah dilaksanakan sesuai dengan usulan kegiatan perintisan bisnis. Kesimpulan ini menjawab permasalahan dan tujuan pengembangan yang telah disusun. Lalu saran disampaikan sesuai keadaan nyata di lapangan.

BAB II
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. PROFIL BISNIS

Seiring dengan meningkatnya budaya pemberian hadiah, tren floral dan *gift* pada beberapa tahun belakangan ini semakin diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Hadiah bukan lagi sekedar benda fungsional, melainkan telah berkembang menjadi media untuk mengekspresikan perasaan yang beberapa diantaranya memiliki nilai estetika tinggi dan makna emosional yang mendalam. Pergeseran tren ini mendorong munculnya berbagai inovasi produk hadiah yang memadukan unsur keindahan visual dengan sentuhan personal, salah satunya adalah *Flowerbox*.

Flowerbox merupakan produk inovasi yang terlahir dari tiga elemen utama yang biasa dijadikan hadiah, yakni rangkaian bunga sebagai media keindahan visual, *gift box* sebagai wadah bunga yang estetik, dan papan ucapan sebagai pelengkap pesan personal kepada penerima hadiah. Penggabungan ketiganya menjadikan *Flowerbox* bukan sekedar hadiah biasa, melainkan sebuah karya yang mampu menyampaikan perasaan secara visual sekaligus emosional. Keunikan konsep ini menjadikan *Flowerbox* semakin diminati sebagai pilihan hadiah pada berbagai momen spesial seperti wisuda, ulang tahun, pernikahan, maupun perayaan lainnya.

Gambar 2. 1 Logo Giftme

Giftme merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang pemberian hadiah dengan fokus utama pada produk *Flowerbox* yang elegan dan penuh makna. Mengusung konsep keindahan personal dalam kesederhanaan, *Giftme* menghadirkan rangkaian bunga yang dikemas secara eksklusif untuk menyampaikan perasaan yang sering kali sulit diungkapkan dengan kata-kata. Setiap produk *Flowerbox* yang dipasarkan dirancang dengan memadukan warna, bentuk, dan detail yang harmonis, menjadikannya bukan hanya sekedar hadiah, tetapi juga simbol perhatian, kasih sayang, dan momen berharga yang ingin diabadikan.

Nama *Giftme* sendiri memiliki makna sederhana namun kuat, sebuah ajakan untuk menerima dan memberi dengan perasaan tulus. "*Gift*" merepresentasikan pemberian yang penuh arti, sementara "*me*" mencerminkan kedekatan emosional antara pemberi dengan penerima. Dalam konteks produk *Flower box*, *Giftme* menjadi perantara emosi, membantu setiap orang menyampaikan rasa cinta, apresiasi, maupun doa baik melalui hadiah yang indah dan berkesan. Dengan demikian, *Giftme* bukan hanya tentang produk, tetapi tentang menghadirkan pengalaman memberi yang lebih hangat, personal, dan bermakna.

Bisnis *Giftme* mulai dirintis sejak November 2024 dan resmi beroperasi pada November 2025. Usaha ini berlokasi di Gang Anyelir No.23, Jalan Kaliurang KM 14,5, Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam memasarkan produknya, *Giftme* memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana promosi digital sekaligus membuka booth pada acara wisuda kampus untuk menjangkau konsumen secara langsung. Laporan pelaksanaan dan analisis pengembangan bisnis *Giftme* ini mencakup periode desember 2025 hingga April 2026. *Giftme* memiliki komitmen kuat untuk menghadirkan produk yang indah, *aesthetic*, dan berkualitas sebagai bentuk apresiasi dan perayaan bagi pemberi hadiah untuk penerima hadiah.

Selayaknya perintisan usaha, bisnis *Giftme* didukung oleh 3 bagian inti yang saling berkaitan untuk menjalankan operasional usahanya. Pertama, bagian produksi yang bertanggung jawab mengelola proses pembuatan produk serta

menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Kedua, bagian keuangan yang bertanggung jawab dalam memantau arus kas serta merencanakan pengelolaan sumber daya keuangan secara efektif. Ketiga, bagian pemasaran untuk mengenalkan value produk kepada konsumen sehingga dapat dipasarkan secara optimal. Ketiga bagian tersebut bekerja secara saling mendukung untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. berdasarkan Kesepakatan awal setiap anggota perintis bisnis bertanggung jawab pada bidangnya masing-masing dengan pembagian sebagai berikut:

- Destia riski putri zusari mengambil tanggung jawab pada bagian produksi
- Fauzan Chandra mengambil tanggung jawab pada bagian pemasaran
- Muhammad Mujahid Yahya Ayas bertanggung jawab pada bagian keuangan

Penulis yang bertanggung jawab pada bagian keuangan memiliki rencana kegiatan dan *key performance indicator* sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Rencana Kegiatan dan Key Performance Indicator pada bidang Keuangan

Rencana Kegiatan	*Key Performance Indicator*
Melakukan penentuan akad pengumpulan modal usaha, akad penjualan	- Terkumpulnya modal bisnis untuk menunjang operasional bisnis serta menentukan akadnya sesuai etika bisnis dalam islam - Terbentuknya akad penjualan secara Islami
Merancang Strategi Keuangan	- Memastikan modal yang diperlukan untuk *fixed cost* dan *variable cost* - Menemukan strategi keuangan untuk operasional bisnis secara bekala

Rencana Kegiatan	*Key Performance Indicator*
Menghitung HPP	- Terhitungnya HPP tiap produk yang akan dipasarkan
Analisis dan Perhitungan BEP	- Terhitungnya BEP tiap produk yang akan dipasarkan - Menemukan BEP unit dan BEP dalam satuan rupiah
Melakukan pencatatan keuangan secara berkala	- Dokumentasi pengeluaran dan pemasukan sumber daya keuangan selama berlangsungnya usaha
Menyusun laporan Keuangan	- Tersusunnya laporan keuangan seperti neraca keuangan, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas
Analisis keuangan	- Analisis pendapatan dan keuangan bisnis secara berkala

Sumber daya manusia adalah aset utama yang memegang peranan penting dalam keberlangsungan suatu usaha, karena merekalah yang menggerakkan seluruh proses operasional dalam perencanaan hingga pelaksanaan. Sayangnya, dalam menjalankan sebuah bisnis terkadang terjadi kendala internal tidak terduga yang menyebabkan pergantian maupun penyesuaian sumber daya manusia yang ada. Pada bisnis *Giftme*, rencana awal yang semula melibatkan 3 orang anggota mengalami perombakan karena anggota yang bertanggung jawab pada bagian produksi tidak dapat memberikan komitmen secara penuh dalam menjalankan bisnis ini. Oleh karena itu, dilakukan penyesuaian struktur dimana tupoksi bagian produksi akan didistribusikan pada 2 sumber daya manusia yang ada. Berikut rancangan kegiatan yang diamanahkan kepada penulis pada bagian produksi:

Tabel 2. 2 Rencana Kegiatan dan Key Performance Indicator pada bidang Produksi

Rencana Kegiatan	Key Performance Indicator
Menentukan bahan baku produk dan vendor penyedia bahan baku untuk produksi	Survei 3 vendor untuk bahan baku produk
Menentukan design produk *Flowerbox* yang akan dipasarkan	Minimal 3 varian desain produk siap untuk dipasarkan
Melakukan proses produksi pada bagian luar *Flower box*	Minimal 12unit siap dipasarkan pada batch pertama
Survei dan penentuan untuk packaging produk	Minimal 2 opsi packaging yang dipilih dan survei 5 tempat

B. PELAKSANAAN BISNIS

Pelaksanaan bisnis *Giftme* resmi beroperasi pada bulan desember 2025. Bertempat di Gang Anyelir No.23, Jalan Kaliurang KM 14,5, Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Laporan ini ditulis dengan mengambil periode 4 bulan dari bulan desember hingga April, terhitung 4 bulan dikarenakan pada bulan maret terpotong libur puasa dan idul fitri. Berikut dijabarkan program produksi dan keuangan yang telah diimplementasikan selama perintisan bisnis berlangsung.

1. Tinjauan Aspek Produksi

Produksi merupakan suatu proses transformasi mengubah input berupa bahan baku, tenaga kerja, dan sumber daya lainnya menjadi output berupa produk atau jasa yang memiliki nilai tambah bagi konsumen. Dalam pengertian yang lebih luas, produksi tidak hanya mencakup kegiatan manufaktur secara fisik, tetapi juga meliputi seluruh aktivitas yang berkaitan dengan menciptakan nilai, mulai dari perencanaan, pengadaan bahan baku, hingga pengendalian kualitas produk akhir. Dengan demikian aspek produksi menjadi salah satu

fondasi utama dalam keberlangsungan usaha termasuk usaha dalam skala rintisan sekalipun.

Dalam menjalankan sebuah usaha diperlukan manajemen produksi yang meliputi fungsi-fungsi yang saling terkoordinasi, yaitu penentuan produk dan desain, penentuan proses produksi, pengendalian produksi, pengendalian persediaan, perawatan mesin, pengendalian biaya dan mutu, dan penentuan kapasitas produksi (Arsyad, 2023). Dalam konteks bisnis *Flower box*, manajemen produksi dimulai dari penentuan produk, pembuatan desain produk, melakukan sampling produk, survei vendor bahan baku produk, perencanaan proses produksi, pengendalian stok produk, dan quality control. Setiap tahapan tersebut saling berkaitan dan dijalankan secara berurutan sehingga proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Penerapan tahapan manajemen produksi yang terstruktur diharapkan dapat menjadi standar operasional bagi *Giftme* untuk menghasilkan produk *Flowerbox* yang konsisten secara kualitas dan mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Adapun penjabaran dari setiap tahapan manajemen produksi bisnis *Giftme* adalah sebagai berikut:

a. Penentuan desain produk

   Penentuan desain produk merupakan bagian yang cukup krusial dalam proses produksi karena desain mencerminkan Gambaran visual produk yang akan dipasarkan sekaligus menjadi identitas bisnis bagi konsumen. Dalam hal ini, *Giftme* berkomitmen untuk menghadirkan produk yang *aesthetic* dan menarik mengingat nilai keindahan visual menjadi faktor pembeda dalam industri floral dan *gift*. Pada bagian ini juga, *Giftme* menawarkan layanan custom order kepada konsumen dimana konsumen dapat menyesuaikan desain tulisan dan pilihan warna bunga yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Berikut merupakan gambaran desain awal dari tiga varian produk *Giftme* yang telah dirancang untuk dipasarkan kepada konsumen:



Gambar 2. 2 Desain produk Flowerbox A, B, C

b. Sampling produk

Sampling produk dilakukan sebagai upaya pengujian terhadap desain dan kualitas produk sebelum diproduksi secara masal. Melalui tahap ini, *Giftme* dapat mengidentifikasi kekurangan baik dari segi bahan, tampilan, ukuran, mauput teknik perakitan untuk kemudian dilakukan perbaikan. Hasil sampling menjadi acuan standar produksi yang akan diterapkan pada setiap proses produksi berikutnya. Berikut gambaran awal produk *Flowerbox* dari hasil *sampling:*



Gambar 2. 3 Produk Sampling Flowerbox Giftme

c. Survei vendor bahan baku

Survei bahan baku merupakan salah satu tahapan penting dalam melakukan proses produksi, khususnya bagi bisnis yang bergantung pada ketesediaan bahan baku dari pihak ketiga seperti bisnis *Flowerbox*. Pemilihan bahan baku yang berkualitas berpengaruh terhadap produk akhir yang dihasilkan, mengingat bahan baku utama seperti papan pvc, bunga *artificial*, dan

material pendukung lainya memiliki standar kualitas yang harus terpenuhi agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar dan ekspektasi konsumen. Selain itu aktivitas survei pada beberapa tempat juga bertujuan untuk membandingkan harga dari berbagai pemasok guna mendapatkan bahan baku terbaik dengan harga yang terjangkau sehingga sumberdaya keuangan pada bisnis dapat digunakan secara efisien.

1. Vendor papan pvc

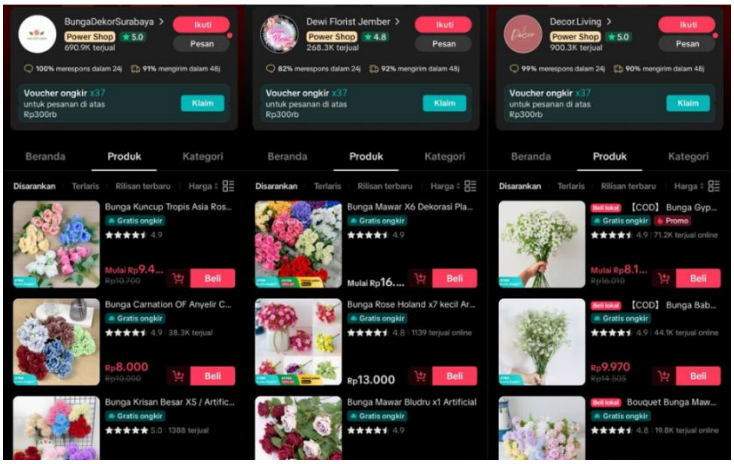
   Selama proses survei vendor bahan baku, tim *Giftme* menemui beberapa kendala, salah satunya adalah sulitnya menemukan bahan pvc yang sesuai dengan kebutuhan produksi. Bahan pvc yang ditemui di beberapa vendor pada umumnya diperuntukkan sebagai material interior bangunan, sehingga tidak sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan untuk produk *Flowerbox*. Selain itu, pencarian melalui pemasok online menunjukkan bahwa papan pvc yag tersedia rata-rata berukuran kecil dengan harga yang kurang sesuai sehingga anggaran yang tersedia tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Setelah melalui beberapa kali proses survei, tim *Giftme* akhirnya memilih CV Sentosa Akrilik jogja sebagai vendor papan pvc dengan pertimbangan bahwa vendor tersebut menawarkan harga yang kompetitif, lokasi yang terjangkau, serta kualitas bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan produksi.



Gambar 2. 4 CV Sentosa Akrilik Jogja sebagai vendor papan pvc

2. Vendor bunga

Survei vendor bunga juga dilakukan secara *online* dan *offline* sebagai langkah untuk membandingkan kualitas dan harga bunga dari berbagai pemasok guna menemukan bahan baku yang paling sesuai dengan kebutuhan produk *Flowerbox Giftme*. Dalam proses ini, tim *Giftme* memutuskan untuk menggunakan bunga *artificial* sebagai bahan baku utama dengan pertimbangan bahwa bunga *artificial* lebih mudah dikontrol kualitasnya dan minim risiko kerusakan seperti bunga segar yang cenderung rentan layu. Survei *offline* dilakukan di kawasan Malioboro dan beberapa titik lainnya di Yogyakarta, namun harga bunga yang ditawarkan oleh toko-toko *offline* tersebut berada diatas anggaran yang telah ditetapkan sehingga tidak dapat dijadikan sebagai pilihan pemasok. Berdasarkan hasil survei *online,* tim *Giftme* akhirnya memilih tiga toko yang beroperasi melalui platform *e-commerce*, yaitu bungadekorsurabaya, dewi florist jember, dan Decor.living sebagai pemasok bunga *artificial*. Ketiga toko tersebut dipilih karena mampu memenuhi standar kualitas produk yang diinginkan dengan harga yang sesuai dengan anggaran produksi yang telah direncanakan sebelumnya.



Gambar 2. 5 Vendor Bunga Online

3. Vendor kertas stiker

   Pada awalnya, tim *Giftme* merencanakan penggunaan kertas cutting sebagai elemen tulisan pada produk, dengan inspirasi dari konsep papan ucapan yang memungkinkan tulisan menempel langsung tanpa memerlukan media stiker. Namun, terdapat keterbatasan variasi desain tulisan yang dapat disediakan oleh vendor kertas cutting menjadi kendala yang mendorong tim *Giftme* untuk mencari alternatif lain. Atas pertimbangan tersebut. Tim *Giftme* memutuskan untuk beralih menggunakan stiker transparan sebagai solusi, mengingat media tersebut memungkinkan penggunaan desain tulisan yang lebih variatif dan fleksibel sesuai dengan kebutuhan setiap produk yang dihasilkan.

d. Perencanaan proses produksi

   Perencanaan proses produksi merupakan tahapan yang disusun dalam beberapa langkah yang berurutan guna memastikan setiap langkah produksi dapat berjalan secara teratur dan efisien. Dalam usaha *Giftme*, proses produksi *Flowerbox* dilakukan melalui serangkaian tahapan yang telah ditetapkan sebagai berikut:

   1. Penentuan ukuran produk, yaitu menetapkan dimensi *Flowerbox* yang akan diproduksi sesuai dengan varian produk yang telah dirancang sebelumnya.
   2. Pemotongan papan pvc sesuai desain yang telah ditetapkan, yaitu proses pemotongan bahan baku papan pvc mengikuti pola dan ukuran yang telah ditentukan agar menghasilkan produk yang presisi.
   3. Finishing potongan, yaitu proses penyempurnaan hasil potongan papan pvc agar setiap sisi produk memiliki permukaan yang rata, bersih, dan siap dirakit pada tahap berikutnya.
   4. Penyatuan komponen, yaitu poses merekatkan setiap bagian papan pvc sehingga membentuk struktur *box* yang kokoh dan sesuai dengan desain yang telah ditetapkan.

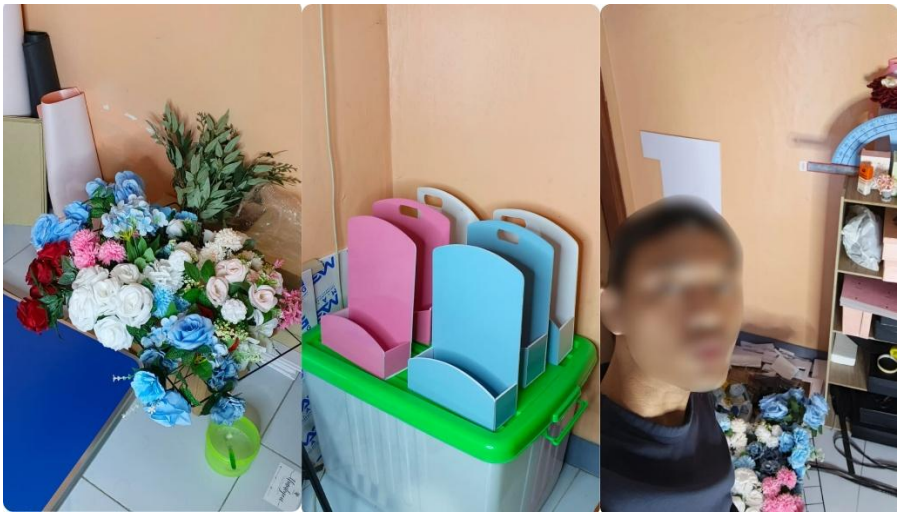
5. Pemasangan gabus, yaitu pemasangan lapisan gabus pada bagian dalam *box* sebagai alas dan penopang rangkaian bunga agar produk memiliki tampilan yang rapih dan terstruktur.
6. Pemasangan bunga, yaitu proses penataan, perakitan, dan pemasangan bunga *artificial* pada lapisan gabus sesuai dengan desain yang telah dirancang sehingga menghasilkan tampilan yang *aesthetic* dan menarik.
7. Pemasangan kertas stiker, yaitu tahap akhir produksi berupa penempelan stiker yang memuat ucapan selamat, pesan, atau *wish* personal dari pemberi hadiah, serta identitas merk *Giftme* sebagai sentuhan akhir yang memperkuat nilai personal dan estetika produk *Flowerbox*.



Gambar 2. 6 Rangkaian Kegiatan Proses Produksi

e. Penyimpanan stok produk

Seluruh bahan baku produksi disimpan pada sebuah studio yang sekaligus berfungsi sebagai tempat berlangsungnya proses produksi. Stok bunga *artificial* disimpan dalam kotak kardus yang dilengkapi dengan beberapa sekat agar bunga tidak saling menumpuk guna meminimalisir kerusakan dan penurunan kualitas bunga, sementara itu *Flowerbox* yang sudah melalui tahapan proses produksi disimpan ke wadah container besar sebagai upaya untuk melindungi produk dari debu dan kerusakan sebelum sampai ke tangan konsumen.



Gambar 2. 7 Penyimpanan Bunga, Penyimpanan Box, dan Studio

f. Pengendalian stok produk dan *quality control*

Pengendalian stok produk dilakukan secara berkala untuk memastikan ketersedian bahan baku maupun produk jadi selalu dalam kondisi yang mencukupi kebutuhan produksi dan permintaan konsumen. Tim *Giftme* melakukan pencatatan stok secara rutin meliputi jumlah bahan baku yang tersedia, produk yang telah selesai di produksi, serta produk yang telah terjual guna menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan. Dalam proses pengendalian stok ini, tim *Giftme* juga sekaligus melakukan *quality control* terhadap setiap produk yang tersimpan, meliputi pengecekan kerapian tiap produk *box*, kerapihan rangkaian bunga, kondisi penempelan stiker, dan elemen lainnya. Produk yang tidak memiliki standar kualitas yang telah ditetapkan akan dipisahkan dan dilakukan perbaikan sebelum disimpan maupun dipasarkan kepada konsumen.

2. Tinjauan Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan pondasi utama yang menentukan maju mundurnya sebuah usaha, karena seluruh aktivitas bisnis pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari perhitungan kondisi finansial perusahaan. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, sebuah usaha yang memiliki produk unggulan sekalipun dapat mengalami kegagalan akibat ketidakmampuan mengelola sumber daya finansial secara optimal. Urgensi pada aspek ini menekankan pada pentingnya perencanaan, pengendalian, dan pengawasan keuangan secara menyeluruh agar usaha mampu tumbuh secara berkelanjutan dan terhindar dari risiko finansial yang tidak terduga.

A. Rencana Keuangan

1) Modal

Modal usaha adalah komponen penting dalam menjalankan sebuah usaha, diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan. Sumber modal usaha dapat dipeoleh melalui modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non-bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam mencapai pendapatan (Purwanti, 2012).

Dalam konteks ekonomi syariah, akad penyertaan modal untuk kemitraan bisnis dibagi atas dua jenis yakni akad mudharabah dan musyarakah. Mudharabah merupakan akad kerjasama antara pemilik modal yaitu *shahibul maal* dengan pengelola *mudharib* dan keuntungan usaha dibagi sesuai nisbah yang disepakati dalam akad. Dalam hal ini akad *mudharabah* terjadi antara pemilik modal atau investor yang menyediakan modalnya untuk diberikan kepada pengelolanya dengan adanya kerjasama dari hasil keuntungannya akan dibagi sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dalam akad *mudharabah* (Afandi et al., 2024). Adapun akad musyarakah adalah perjanjian kerjasama yang membagi keuntungan suatu usaha tertentu antara dua belah pihak atau lebih. Masing-masing pihak menyumbangkan atau menggabungkan modal, dana, atau modal dengan

pemahaman bahwa segala hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan bisnis dibagi rata sesuai dengan nisbah (Qoiriyah et al., 2024).

Dasar dalil akad musyarakah dijelaskan pada Quran dan hadits seperti pada potongan ayat dari Qs An-nisa ayat 12 yang artinya "*maka mereka bersekutu dalam sepertiga*" yang menunjukkan kebolehan atas kepemilikan bersama, Qs shad ayat 24 juga mengisyaratkan tentang berserikat yang diakui keberadaannya dalam islam dengan arti ayat sebagai berikut "*dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka telah berbuat zalim kepada sebagian lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal shalih, dan hanya sedikitlah mereka yang begitu*". Dari kedua definisi tersebut dapat dipahami bahwa mudharabah memisahkan peran antara pemilik modal dan pengelola usaha secara tegas, sedangkan musyarakah mengajak seluruh mitra berkontribusi secara sekaligus, baik dalam penyertaan modal maupun keterlibatan langsung dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan perbedaan pada karakteristik kedua akad diatas, tim *Giftme* sepakat untuk menggunakan akad musyarakah sebagai dasar penghimpunan modal dimana pembagian persentase keuntungan akan dibagi sesuai kontribusi modal dana yang diberikan oleh masing-masing anggota. Pada kesepakatan awal, setiap anggota tim akan menyetor modal sebesar Rp500,000 untuk biaya operasional dan produksi. Namun setelah memperhitungkan anggaran biaya untuk sampling produk, jumlah tersebut dirasa kurang mencukupi, sehingga kami memutuskan untuk menambah modal sebanyak Rp100,000 per-orang yang akan dialokasikan khusus untuk biaya sampling produk. Dengan menggunakan skema musyarakah ini, setiap anggota tim ikut menanggung risiko bisnis dan memperoleh bagi hasil sesuai kontribusi modal yang disertakan.

Tabel 2. 3 Total Modal dan Presentase Kepemilikan Usaha Giftme

Nama	Modal	Bagi Hasil
Destia Riski Putri Zusari	550,000	32%
Fauzan Chandra	600,000	34%
Muhammad Mujahid Yahya Ayas	600,000	34%
Total	**1,750,000**	

2) Anggaran

Sebelum melakukan sebuah kegiatan usaha, para pelaku bisnis umumnya menyusun perhitungan biaya secara menyeluruh sebagai langkah yang diperlukan untuk melengkapi segala kebutuhan dan kemungkinan selama kegiatan usaha berlangsung. anggaran adalah rencana kuantitatif tentang kegiatan suatu organisasi untuk jangka waktu tertentu, biasanya dalan satuan uang, tetapi juga dapat dalam bentu barang atau jasa (Nafarin, 2007). Anggaran berfungsi sebagai standar untuk pelaksanaan operasi, standar untuk pengawasan dan pengendalian operasi, dan standar untuk pengesahan tindakan (Nur'aidah et al., 2024). Proses ini meliputi identifikasi kebutuhan investasi, estimasi arus kas masa depan, analisis kelayakan proyek, dan pengambilan keputusan berbasis data keuangan (Purwanti et al., 2025). Anggaran dalam sebuah usaha mencakup berbagai komponen biaya seperti anggaran biaya produksi dan anggaran biaya operasional yang terdiri dari *fixed cost* dan *variable cost*. Dengan penyusunan anggaran yang terstruktur memungkinkan pelaku usaha untuk mengalokasikan suber daya finansial perusahaan secara terukur dan efisien sekaligus mengendalikan pengeluaran agar tidak melebihi kapasitas finansial yang tersedia.

a) *Fixed Cost*

Dalam pengelolaan anggaran keuangan usaha, terdapat komponen biaya yang bersifat tetap dimana besar kecilnya volume produksi tidak mempengaruhi jumlah biaya yang harus dikeluarkan. Menurut (Nainggolan et al., 2024) mendefinisikan biaya tetap sebagai pengeluaran bisnis yang tidak terpengaruh perubahan jumlah barang

atau jasa yang dihasilkan. Komponen ini umumnya berkaitan dengan pengeluaran periodik seperti sewa tempat, pajak bangunan, biaya depresiasi mesin, serta asuransi yang dibayarkan secara rutin. Selain itu peralatan usaha kecil seperti gunting dan cutter juga dapat didefinisikan sebagai biaya tetap dengan menghitung depresiasinya karena setiap barang selalu ada umur pemakaiannya. Berikut merupakan tabel dari *fixed cost* yang dibutuhkan oleh *Giftme* untuk memproduksi *Flowerbox*;

Tabel 2. 4 Rincian Fixed Cost pada Usaha Giftme

No	Peralatan	Harga	Jumlah	satuan	Total
1	Pemotong Gabus	70,000	1	Pcs	70,000
2	Heat Gun	42,000	1	pcs	42,000
3	Busur	26,500	1	pcs	26,500
4	Tang	22,000	1	pcs	22,000
5	Lem Tembak	12,000	1	pcs	12,000
6	Gunting	7,000	1	pcs	7,000
7	Cutter	6,500	3	pcs	19,500
8	Taplak Meja	10,000	1	pcs	10,000
	Total				209,000

b) *Variable Cost*

Berbeda dengan *fixed cost, variable cost* merupakan komponen biaya yang besarannya berubah mengikuti perubahan volume produksi yang dihasilkan. Maka dari itu, biaya variabel adalah biaya yang hanya akan diperlukan pada saat produksi berlangsung. Hal ini bisa menjadi dasar pengeluaran per unit yang akan dilaporkan (Nainggolan et al., 2024). Berikut dipaparkan tabel setiap *variable cost* yang diperlukan untuk setiap varian produk *Flowerbox* oleh *Giftme*.

1) *Flowerbox* A

Tabel 2. 5. 1 Rincian Variable Cost Produk Flowerbox A

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	10	25,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000

Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			59,450

2) *Flowerbox* B

Tabel 2. 5. 2 Rincian Variable Cost Produk Flowerbox B

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			64,450

3) *Flowerbox* C

Tabel 2. 5. 3 Rincian Variable Cost Produk Flowerbox C

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Decoration (Bunga kecil/daun)	1,800	4	7,200
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	15,000	1	15,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			74,650

4) *Flowerbox* A (warna)

Tabel 2. 5. 4 Rincian Variable Cost Produk Flowerbox A (warna)

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	10	25,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Cat	10,000	1	10,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			69,450

5) *Flowerbox* B (warna)

Tabel 2. 5. 5 Rincian Variable Cost Produk Flowerbox B (warna)

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Cat	10,000	1	10,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			74,450

6) *Flowerbox* C (warna)

Tabel 2. 5. 6 Rincian Variable Cost Produk Flowerbox C (warna)

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Decoration (Bunga kecil/daun)	1,800	4	7,200
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	15,000	1	15,000
Cat	10,000	1	10,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			84,650

Biaya lain-lain dalam setiap varian *Flowerbox* mencakup biaya pita sebesar Rp800, isian lem tembak Rp500, gabus *styrofoam* Rp2.000, kartu ucapan Rp800, dan lem kuat Rp800. Jumlah ini dihitung berdasarkan metode pembebanan biaya per unit dimana harga beli setiap bahan habis pakai dibagi dengan estimasi jumlah produk yang dapat dihasilkan. Dengan menggunakan metode ini *Giftme* dapat memastikan setiap produk menanggung biaya bahan secara proporsional dan akurat.

c) Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka menjalankan aktivitas usaha sehari-hari

diluar biaya produksi langsung. Selain biaya produksi, biaya operasional juga merupakan faktor yang mempengaruhi besar kescilnya laba yang diperoleh. Biaya operasional adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan aktivitas perusahaan diluar aktivitas produksi guna mencapai tujuan perusahaan(Fathony & Wulandari, 2020).

Tabel 2. 5 Rincian Biaya Operasional Pada Usaha Giftme

Jenis	Qty	Satuan	Harga	Total
BBM	5	Liter	10,000	50,000
Tenaga Kerja	2	Orang	20,000	40,000
Marketing	1	-	50,000	50,000
Desain	1	-	50,000	50,000
Total				190,000

3) HPP, BEP, Harga Jual, dan Akad Transaksi

a. HPP

Harga pokok penjualan (HPP) disebut juga dengan *Cost of Goods Sold (COGS)* adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan secara langsung yang digunakan untuk memproduksi atau menjual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Yuniarwati et al., 2025). Dalam perhitungan hpp *Giftme* melakukan perhiungan pervarian produk untuk membedakan struktur biaya pada masing-masing varian karena setiap biaya yang dibutuhkan pada setiap varian *Flowerbox* berbeda-beda. Berikut hpp setiap varian produk *Flowerbox Giftme*.

1) *Flowerbox* A

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	10	25,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			59,450

2) *Flowerbox* B

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	10	25,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			59,450

3) *Flowerbox* B

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			64,450

4) *Flowerbox* C

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Decoration (Bunga Kecil/Daun)	1,800	4	7,200
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	15,000	1	15,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			74,650

5) *Flowerbox* A (warna)

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	10	25,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Cat	10,000	1	10,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			69,450

6) *Flowerbox* B (warna)

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	12,000	1	12,000
Cat	10,000	1	10,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			74,450

7) *Flowerbox* C (warna)

Jenis	Harga	Qty	Total
Bunga *Artificial*	2,500	12	30,000
Decoration (Bunga/daun)	1,800	4	7,200
Stiker	8,000	1	8,000
Pvc *Box*	15,000	1	15,000
Cat	10,000	1	10,000
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			84,650

b. Harga Jual

Tim *Giftme* sepakat untuk mengambil margin keuntungan minimum 20% dengan menjual harga rata-rata mencapai Rp96,667 untuk setiap produknya. Pertimbangan ini dipakai agar produk *Giftme* tetap kompetitif ditengah persaingan dengan kompetitor sejenis. Selain itu, sebagai usaha yang masih ditahap rintisan, tim kami berusaha untuk menarik minat konsumen sebanyak-banyaknya dengan menyesuaikan harga dengan daya beli konsumen.

Tabel 2. 6 Harga Jual, Margin, dan Margin Percentage Produk Giftme

Produk	Harga Jual	HPP	Margin	Percentage
Flowerbox A	85,000	59,450	25,550	30,06%
Flowerbox B	90,000	64,450	25,550	28,39%
Flowerbox C	100,000	74,650	25,350	25,35%
Flowerbox A (Warna)	95,000	69,450	25,550	26,89%
Flowerbox B (Warna)	100,000	74,450	25,550	25,55%
Flowerbox C (Warna)	110,000	84,650	25,350	23,05%
Harga rata-rata	96,667	71,183	25,483	25,36%

c. BEP

Break Even Point (BEP) adalah titik dimana total pendapatan yang dihasilkan sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga usaha tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Analisis BEP membantu dalam menentukan jumlah minimum penjualan yang harus dicapai untuk menutupi semua biaya produksi dan biaya operasional (Tumboki et al., 2025). Dalam perhitungannya BEP terbagi menjadi 2 jenis yakni BEP Unit dan BEP Rupiah. BEP unit menunjukan jumlah minimum unit produk yang harus terjual agar usaha mencapai titik impas yang dihitung menggunakan rumus BEP Unit = FC/(P-VC). Sementara itu BEP Rupiah dihitung menggunakan rumus BEP Rupiah = FC/(1-VC/P). Pada perhitungan ini biaya tetap yang diambil dihitung dari jumlah biaya tetap dan biaya operasional usaha dibagi per batch produksi. berikut merupakan tabel perhitungan BEP unit dan rupiah pada setiap produk *Flowerbox Giftme*.

1) *Flowerbox* A

Tabel 2. 8. 1 BEP Unit dan BEP Rupiah Produk Flowerbox A

Keterangan	Jumlah
Fc	33,250
Vc	59,450
P	85,000
BEP Unit	2
BEP Rupiah	110,616

Berdasarkan tabel diatas, produk *Flowerbox* A memiliki biaya tetap (FC) sebesar Rp33,250, biaya variable (VC) sebesar Rp59,450, dan harga jual (P) sebesar Rp 85,000 per unit. Dari komponen biaya tersebut, diperoleh BEP unit sebesar 2 dan BEP Rupiah sebesar Rp110,616 yang menunjukkan bahwa *giftme* perlu memperoleh pendapatan diatas angka tersebut untuk menutupi biaya produksi dan operasional. Dengan demikian, setiap penjualan flowebox A diatas angka BEP tersebut sudah mulai memberikan kontribusi keuntungan bagi usaha *giftme*.

2) *Flowerbox* B

Tabel 2. 8. 2 BEP Unit dan BEP Rupiah Produk Flowebox B

Keterangan	Jumlah
Fc	33,250
Vc	64,450
P	90,000
BEP Unit	2
BEP Rupiah	117,123

Berdasarkan tabel diatas, produk *Flowerbox* B memiliki biaya tetap (FC) sebesar Rp33,250, biaya variabel (VC) Rp64,450, dan harga jual (P) sebesar Rp90,000 per unit. Dari komponen biaya tersebut, diperoleh BEP unit sebesar 2 dan BEP rupiah sebesar Rp117,123 yang menunjukkan bahwa *giftme* perlu memperoleh pendapatan diatas angka tersebut untuk menutupi biaya produksi dan biaya operasional. Dengan demikian, setiap penjualan *Flowerbox* B diatas

angka tersebut sudah mulai memberikan kontribusi keuntungan bagi usaha *giftme*.

3) *Flowerbox* C

Tabel 2. 8. 3 BEP Unit dan BEP Rupiah Produk Flowerbox C

Keterangan	Jumlah
Fc	33,250
Vc	74,650
P	100,000
BEP Unit	2
BEP Rupiah	131,164

Berdasarkan tabel diatas, Produk *Flowerbox* C memiliki biaya tetap (FC) sebesar Rp33,250, biaya variabel (VC) sebesar Rp74,650, dan harga jual (P) sebesar Rp100,000 per unit. Dari komponen biaya tersebut, diperoleh BEP unit sebesar 2 dan BEP rupiah sebesar Rp131,164 yang menunjukkan bahwa *giftme* perlu memperoleh pendapatan diatas angka tersebut untuk menutupi biaya produksi dan biaya operasional. Dengan demikian, setiap penjualan *Flowerbox* C diatas angka tersebut sudah mulai memberikan kontribusi keuntungan bagi usaha *giftme*.

4) *Flowerbox* A (warna)

Tabel 2. 8. 4 BEP Unit dan BEP Rupiah Flowerbox A (Warna)

Keterangan	Jumlah
Fc	33,250
Vc	69,450
P	95,000
BEP Unit	2
BEP Rupiah	123,630

Berdasakan tabel diatas, produk *Flowerbox* A (warna) memiliki biaya tetap (FC) sebesar Rp33,250, biaya variabel (VC) sebesar Rp69,450, dan harga jual (P) sebesar Rp95,000 per unit. Dari komponen biaya tersebut, diperoleh BEP unit sebesar 2 dan BEP rupiah sebesar Rp123,630 yang menunjukkan bahwa *giftme* perlu

memperoleh pendapatan diatas angka tersebut untuk menutupi biaya produksi dan biaya operasional. Dengan demikian, setiap penjualan *Flowerbox* A (warna) diatas angka tersebut sudah mulai memberikan kontribusi keuntungan bagi usaha *giftme*.

5) *Flowerbox* B (warna)

Tabel 2. 8. 5 BEP Unit dan BEP Rupiah Flowerbox B (warna)

Keterangan	Jumlah
Fc	33,250
Vc	74,450
P	100,000
BEP Unit	2
BEP Rupiah	130,137

Berdasarkan tabel diatas, produk *Flowerbox* B (warna) memiliki biaya tetap (FC) sebesar Rp33,250, biaya variabel (VC) sebesar Rp74,450, dan harga jual (P) sebesar Rp100,000 per unit. Dari komponen biaya tersebut, diperoleh BEP unit sebesar 2 dan BEP rupiah sebesar Rp130,137 yang menunjukkan bahwa *giftme* perlu memperoleh pendapatan diatas angka tersebut untuk menutupi biaya produksi dan biaya operasional. Dengan demikian, setiap penjualan *Flowerbox* B (warna) diatas angka tersebut sudah mulai memberikan kontribusi keuntungan bagi usaha *giftme*.

6) *Flowerbox* C (warna)

Tabel 2. 8. 6 BEP Unit dan BEP Rupiah Flowerbox C (warna)

Keterangan	Jumlah
Fc	33,250
Vc	84,650
P	110,000
BEP Unit	2
BEP Rupiah	144,280

Berdasarkan tabel diatas, produk *Flowerbox* C (warna) memiliki biaya tetap (FC) sebesar Rp33,250, biaya variabel (VC) sebesar Rp84,650, dan harga jual (P) sebesar Rp110,000 per unit. Dari

komponen biaya tersebut, diperoleh BEP unit sebesar 2 dan BEP rupiah sebesar Rp144,280 yang manunjukkan bahwa *giftme* perlu memperoleh pendapatan diatas angka tersebut untuk menutupi biaya produksi danbiaya operasional. Dengan demikian, setiap penjualan *Flowerbox* C (warna) diatas angka tersebut sudah mulai memberikan kontribusi keuntungan bagi usaha *giftme*.

d. Akad Transaksi

Setiap kegiaan transaksi jual beli pada dasarnya memerlukan landasan hukum yang jelas, penetapan akad merupakan hal yang tidak dapat diabaikan khususnya dalam sistem ekonomi syariah yang menjadikan akad sebagai penentu sah atau tidaknya transaksi. Akad berfungsi sebagai ikatan hukum yang mengikat kedua belah pihak (penjual dengan pembeli) untuk memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing secara adil. Suatu akad akan berakhir jika tujuan dari akad sudah terpenuhi. Dalam akad jual beli, akad dipandang telah berakhir apabila barang telah berpindah milik kepada pembeli dan harganya menjadi milik sang penjual (Anita, 2019).

Giftme memasarkan usaha lebih aktif melalui platform daring seperti Tiktok dan Instagram. Transaksi daring yang dijalankan oleh *Giftme* menggunakan akad istishna sebagai dasar transaksi yang berlangsung antara penjual dengan pembeli. Menuurut DSN MUI akad istishna merupakan akad jual beli berjenis pesanan pembuatan barang dengan persyaratan dan kriteria tertentu yang telah disepakati oleh *shani'* (penjual) dan *mustashni'* (pembeli). Harga dan spesifikasi barang dalam akad istishna harus dilakukan dan disepakati oleh penjual maupun pembeli pada awal akad. Selama jangka waktu akad, harga barang tidak dapat diubah kecuali melakukan kesepakatan oleh kedua pihak yaitu penjual maupun pembeli (Japar et al., 2024). Akad ini dinilai sesuai untuk transaksi daring yang dijalankan oleh *Giftme* karena pembeli

melakukan pemesanan produk secara custom mulai dari pemilihan bentuk, warna, hingga tulisan yang dimuat pada produk *Flowerbox*.

Sementara itu, transaksi yang dilakukan saat tim *giftme* membuka booth di acara wisuda atau melakukan penjualan langsung ke konsumen, tim *giftme* menggunakan akad bai al Mutlaq, yaitu akad jual beli yang merupakan pertukaran suatu barang dengan alat tukar berupa mata uang dan menjadi transaksi jual beli yang paling umum dijumpai dalam kehidupan sehai-hari. Akad bai al Mutlaq berlaku pada pembayaran tunai (cash) maupun non-tunai (cashless) (Mawaddah, 2022), sehingga sesuai dengan transaksi yang diterapkan pada kegiatan penjualan booth *giftme*.

B. Penyusunan Laporan Keuangan

1. Laporan Penjualan

   Giftme aktif melakukan kegiatan penjualan selama lima bulan, terhitung mulai dari Desember 2025 hingga April 2026. Selama periode waktu tersebut, tim *giftme* aktif menjalankan strategi pemasaran utama yakni dengan melakukan pembuatan konten melalui media sosial dan penjualan langsung melalui booth pada setiap acara wisuda yang diselenggarakan. Upaya pemasaran yang dilakukan berhasil meraih sejumlah 16 unit penjualan produk dengan total penjualan mencapai Rp1,535,000 sepanjang kegiatan operasional berlangsung. Berikut merupakan rincian penjualan *giftme* selama periode Desember 2025 hingga April 2026;

Tabel 2. 7 Rincian Total Penjualan Flowerbox Giftme

No	Tanggal	Keterangan	Jumlah	Total
1	16/12/2025	Penjualan *Flowerbox* C	3	300,000
2	28/12/2025	Penjualan *Flowerbox* C	1	100,000
3	11/1/2026	Penjualan *Flowerbox* A	2	170,000
4	20/1/2026	Penjualan *Flowerbox* B	1	90,000
5	7/2/2026	Penjualan *Flowerbox* B (Biru)	1	100,000
6	8/2/2026	Penjualan *Flowerbox* C	1	100,000
7	14/2/2026	Penjualan *Flowerbox* B	1	90,000
8	9/3/2026	Penjualan *Flowerbox* C	1	100,000
9	23/4/2026	Penjualan *Flowerbox* B (Biru)	1	100,000
10	24/4/2026	Penjualan *Flowerbox* B (Biru)	1	100,000
11	26/4/2026	Penjualan *Flowerbox* C (Pink)	1	110,000
12	26/4/2026	Penjualan *Flowerbox* B	1	90,000
13	27/4/2026	Penjualan *Flowerbox* A	1	85,000
Total Penjualan				1,535,000

2. Pemasukan

   Pemasukan usaha *giftme* cenderung naik turun dengan penjualan paling tinggi terjadi di bulan April dan penjualan paling rendah di bulan Maret. Rendahnya penjualan pada periode tersebut dikarenakan pasifnya pemasaran seperti minimnya jumlah postingan pada sosial media dan pembukaan booth yang tidak dijalankan pada periode tersebut. Selain itu, terdapat event libur panjang sehingga berdampak langsung pada kurangnya permintaan. Sebaliknya pada bulan April terjadi lonjakan sejalan dengan adanya event wisuda yang diselenggarakan, dimana permintaan terhadap produk pemberian hadiah seperti buket dan *Flowerbox* mengalami peningkatan yang cukup tinggi.

Tabel 2. 10. 1 Rincian Pemasukan Giftme Periode Desember 2025

Pemasukan Periode Desember 2025						
No	Tanggal	Produk	Penjualan			Pemasukan
			Qty	Harga	Total	
1	16/12/2025	Produk C	3	100,000	300,000	300,000
2	28/12/2025	Produk C	1	100,000	100,000	100,000
Total Pemasukan Periode Desember						400,000

Tabel 2. 10. 2 Rincian Pemasukan Giftme Periode Januari 2026

Pemasukan Periode Januari 2026						
No	Tanggal	Produk	Penjualan			Pemasukan
			Qty	Harga	Total	
1	11/01/2026	Produk A	2	85,000	170,000	170,000
2	20/01/2026	Produk B	1	90,000	90,000	90,000
Total Pemasukan Periode Januari						260,000

Tabel 2. 10. 3 Rincian Pemasukan Giftme Periode Februari 2026

Pemasukan Periode Februari 2026						
No	Tanggal	Produk	Penjualan			Pemasukan
			Qty	Harga	Total	
1	07/02/2026	Produk B (warna)	1	100,000	100,000	100,000
2	08/02/2026	Produk C	1	100,000	100,000	100,000
3	14/02/2026	Produk B	1	90,000	90,000	90,000
Total Pemasukan Periode Februari						290,000

Tabel 2. 10. 4 Rincian Pemasukan Giftme Periode Maret 2026

Pemasukan Periode Maret 2026						
No	Tanggal	Produk	Penjualan			Pemasukan
			Qty	Harga	Total	
1	09/03/2026	Produk C	1	100,000	100,000	100,000
Total Pemasukan Periode Maret						100,000

Tabel 2. 10. 5 Rincian Pemasukan Giftme Periode April 2026

Pemasukan Periode April 2026						
No	Tanggal	Produk	Penjualan			Pemasukan
			Qty	Harga	Total	
1	23/04/2026	Produk B (warna)	1	100,000	100,000	100,000
2	24/04/2026	Produk B (warna)	1	100,000	100,000	100,000
3	26/04/2026	Produk C (warna)	1	110,000	110,000	110,000
4	26/04/2026	Produk B	1	90,000	90,000	90,000
5	27/04/2026	Produk A	1	85,000	85,000	85,000
Total Pemasukan Periode April						485,000

3. Laporan Posisi Keuangan

Dalam laporan keuangan, laporan posisi keuangan atau neraca berfungsi sebagai potret posisi keuangan perusahaan pada periode tertentu yang menunjukkan keseimbangan antara asset, liabilitas, dan ekuitas. Menurut Kieso, Weygant, dan Warfield (2007) dalam (Widyastuti, 2017) laporan keuangan merupakan sarana pengkomunikasian informasi keuangan utama kepada pihak-pihak yang berkepentingan dimana laporan posisi keuangan (*balance sheet*) menjadi salah satu instrumen paling penting dalam memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi finansial suatu usaha. Laporan posisi keuangan disusun pada setiap akhir periode akuntansi yang mana penyusunannya memiliki tujuan utama yakni untuk memastikan pencatatan transaksi keuangan yang dilakukan telah seimbang dan akurat sesuai dengan prinsip persamaan akuntansi. Berikut penulis paparkan neraca saldo dari usaha *giftme* dari periode November 2025 hingga Desember 2026:

Tabel 2. 11. 1 Laporan Posisi Keuangan Periode November

Giftme **Laporan Posisi Keuangan Periode November 2025**			
Aset		**Liabilitas dan Ekuitas**	
Aset Lancar		**Liabilitas**	
Kas dan Setara Kas	497,442	Hutang Usaha	-
Persediaan Barang	1,144,339	Penerimaan Dimuka	-
Jumlah Aset Lancar	**1,641,583**	**Jumlah Liabilitas**	-
Aset Tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	46,500	Modal	1,750,000
Perlengkapan		Laba	(61,917)
Jumlah Aset Tetap	**46,500**	**Jumlah Ekuitas**	**1,688,083**
Total Aset	**1,688,083**	**Total Liabilitas dan Ekuitas**	**1,688,083**

Tabel diatas menunjukkan laporan posisi keuangan giftme pada periode November 2025. Pada sisi aset, giftme mencatatkan total aset sebesar Rp1,688,083 yang terdiri dari aset lancer dan aset tetap. Aset lancer giftme berjumlah Rp1,641,583 yang terbagi atas kas dan setara kas sebesar Rp497,442 serta persediaan barang sebesar Rp1,144,339, yang mencerminkan besarnya stok bahan baku pada periode awal usaha berjalan. Sementara itu, aset tetap giftme tercatat sebesar Rp46,500 pada sisi peralatan untuk mendukung operasional usaha.

Pada sisi liabilitas dan ekuitas, giftme tidak mencatatkan liabilitas apapun pada periode ini, baik berupa hutang usaha maupun penerimaan dibayar dimuka sehingga seluruh aset yang dimiliki sepenuhnya dibiayai oleh ekuitas tanpa adanya kewajiban pada pihak lain. Ekuitas giftme pada periode ini berjumlah Rp1,688,083 yang terdiri dari modal awal sebesar Rp1,750,000 dan laba minus sebesar Rp61,917 sebagai pengeluaran operasional usaha sebelum periode penjualan berjalan.

Tabel 2. 11. 2 Laporan Posisi Keuangan Periode Desember

Giftme **Laporan Posisi Keuangan Periode Desember 2025**			
Aset		**Liabilitas dan Ekuitas**	
Aset Lancar		**Liabilitas**	
Kas dan Setara Kas	347,057	Hutang Usaha	-
Persediaan Barang	1,249,786	Penerimaan Dimuka	-
Jumlah Aset Lancar	**1,596,843**	**Jumlah Liabilitas**	-
Aset Tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	208,140	Modal	1,688,083
Perlengkapan		Laba	116,900
Jumlah Aset Tetap	**208,140**	**Jumlah Ekuitas**	**1,804,983**
Total Aset	**1,804,983**	**Total Liabilitas dan Ekuitas**	**1,804,983**

Laporan posisi keuangan giftme pada periode desember 2025 mencatatkan total aset sebesar Rp1,804,983 yang terdiri dari aset lancar dan aset tetap. Aset lancar giftme berjumlah Rp1,596,843 yang terbagi atas kas dan setara kas sebesar Rp347,057 serta persediaan barang sebesar Rp1,249,786 dimana nilai persediaan barang cukup besar pada periode ini mencerminkan adanya stok bahan baku dan produk yang masih tersedia untuk mendukung kegiatan produksi pada periode selanjutnya. Sementara itu terdapat tambahan aset tetap berupa peralatan dari periode sebelumnya yang bernilai Rp46,500 menjadi Rp208,140 untuk mendukung kegiatan operasional usaha.

Pada sisi liabilitas dan ekuitas, giftme belum mencatatkan liabilitas apapun baik berupa hutang usaha ataupun penerimaan dimuka. Sedangkan dari sisi ekuitas giftme mencatatkan total ekuitas sebesar Rp1,804,983 yang terdiri dari modal usaha sebesar Rp1,688,083 dan laba yang diperoleh pada periode ini yakni sebesar Rp116,900.

Tabel 2. 11. 3 Laporan Posisi Keuangan Periode Januari

Giftme **Laporan Posisi Keuangan Periode Januari 2026**			
Aset		**Liabilitas dan Ekuitas**	
Aset Lancar		**Liabilitas**	
Kas dan Setara Kas	911,157	Hutang Usaha	-
Persediaan Barang	1,234,836	Penerimaan Dimuka	-
Jumlah Aset Lancar	**2,145,993**	**Jumlah Liabilitas**	**-**
Aset Tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	208,140	Modal	2,304,983
Perlengkapan		Laba	49,150
Jumlah Aset Tetap	**208,140**	**Jumlah Ekuitas**	**2,354,933**
Total Aset	**2,354,133**	**Total Liabilitas dan Ekuitas**	**2,354,133**

Laporan posisi keuangan giftme pada periode Januari 2026 mencatatkan total aset sebesar Rp2,354,133 yang terdiri dari aset lancar dan aset tetap. Aset lancar giftme berjumlah Rp2,145,993 yang terbagi atas kas dan setara kas sebesar Rp911,157 serta persediaan barang sebesar Rp1,234,836. Kenaikan aset berupa kas secara signifikan yang terjadi pada periode ini disebabkan adanya tambahan modal sejumlah Rp500,000 oleh salah satu anggota untuk mendukung operasional usaha giftme. Sementara itu dari sisi aset tetap berupa peralatan masih sama dengan periode sebelumnya yang bernilai Rp208,140 untuk mendukung kegiatan operasional usaha.

Pada sisi liabilitas dan ekuitas, giftme belum mencatatkan liabilitas apapun baik berupa hutang usaha ataupun penerimaan dimuka. Sedangkan dari sisi ekuitas giftme mencatatkan total ekuitas sebesar Rp2,354,933 yang terdiri dari modal usaha sebesar Rp2,304,983 dan laba bersih yang diperoleh sebesar Rp49,150 dari hasil penjualan pada periode Januari 2026.

Tabel 2. 11. 4 Laporan Posisi Keuangan Periode Februari

Giftme **Laporan Posisi Keuangan Periode Februari 2026**			
Aset		**Liabilitas dan Ekuitas**	
Aset Lancar		**Liabilitas**	
Kas dan Setara Kas	591,736	Hutang Usaha	-
Persediaan Barang	1,595,636	Penerimaan Dimuka	-
Jumlah Aset Lancar	**2,187,372**	**Jumlah Liabilitas**	-
Aset Tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	208,140	Modal	2,354,133
Perlengkapan	**10,071**	Laba	51,450
Jumlah Aset Tetap	**218,211**	**Jumlah Ekuitas**	**2,405,583**
Total Aset	**2,405,583**	**Total Liabilitas dan Ekuitas**	**2,405,583**

Laporan posisi keuangan giftme pada periode Februari 2026 mencatatkan total aset sebesar Rp2,405,583 yang terdiri dari aset lancar dan aset tetap. Aset lancar giftme berjumlah Rp2,187,372 yang terbagi atas kas dan setara kas sebesar Rp591,736 serta persediaan barang sebesar Rp1,595,636. Besarnya nilai persediaan barang terjadi karena adanya tambahan stok bahan baku pada periode ini untuk mendukung operasional usaha pada periode berikutnya. Sementara itu dari sisi aset tetap terdapat penambahan perlengkapan sebesar Rp 10,071, sehingga total aset tetap yang dimiliki berjumlah Rp218,211 untuk mendukung kegiatan operasional usaha.

Pada sisi liabilitas dan ekuitas, giftme belum mencatatkan liabilitas apapun baik berupa hutang usaha ataupun penerimaan dimuka. Sedangkan dari sisi ekuitas giftme mencatatkan total ekuitas sebesar Rp2,405,583 yang terdiri dari modal usaha sebesar Rp2,354,133 dan laba bersih yang diperoleh sebesar Rp51,450 dari hasil penjualan pada periode Februari 2026.

Tabel 2. 11. 5 Laporan Posisi Keuangan Periode Maret

Giftme **Laporan Posisi Keuangan Periode Maret 2026**			
Aset		**Liabilitas dan Ekuitas**	
Aset Lancar		**Liabilitas**	
Kas dan Setara Kas	674,236	Hutang Usaha	-
Persediaan Barang	1,541,486	Penerimaan Dimuka	-
Jumlah Aset Lancar	**2,215,722**	**Jumlah Liabilitas**	-
Aset Tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	208,140	Modal	2,405,583
Perlengkapan	10,071	Laba	28,350
Jumlah Aset Tetap	**218,211**	**Jumlah Ekuitas**	**2,434,733**
Total Aset	**2,433,933**	**Total Liabilitas dan Ekuitas**	**2,433,933**

Laporan posisi keuangan giftme pada periode Maret 2026 mencatatkan total aset sebesar Rp2,433,933 yang terdiri dari aset lancar dan aset tetap. Aset lancar giftme berjumlah Rp2,215,722 yang terbagi atas kas dan setara kas sebesar Rp674,236 serta persediaan barang sebesar Rp1,541,486. Besarnya nilai persediaan barang mencerminkan adanya stok bahan baku dan produk yang masih tersedia untuk mendukung operasional usaha pada periode berikutnya. Sementara itu dari sisi aset tetap berupa peralatan masih sama dengan periode sebelumnya yang bernilai Rp208,140. Total aset tetap yang tercatat yakni sebesar Rp218,211 untuk mendukung kegiatan operasional usaha giftme.

Pada sisi liabilitas dan ekuitas, giftme belum mencatatkan liabilitas apapun baik berupa hutang usaha ataupun penerimaan dimuka. Sedangkan dari sisi ekuitas giftme mencatatkan total ekuitas sebesar Rp2,433,933 yang terdiri dari modal usaha sebesar Rp2,405,583 dan laba bersih yang diperoleh sebesar Rp28,350 dari hasil penjualan pada periode Maret 2026.

Tabel 2. 11. 6 Laporan Posisi Keuangan Periode April

Giftme **Laporan Posisi Keuangan Periode April 2026**			
Aset		**Liabilitas dan Ekuitas**	
Aset Lancar		**Liabilitas**	
Kas dan Setara Kas	536,736	Hutang Usaha	-
Persediaan Barang	1,232,036	Penerimaan Dimuka	-
Jumlah Aset Lancar	**1,768,772**	**Jumlah Liabilitas**	-
Aset Tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	208,140	Modal	1,883,933
Perlengkapan	10,071	Laba	103,050
Jumlah Aset Tetap	**218,211**	**Jumlah Ekuitas**	**1,986,983**
Total Aset	**1,986,983**	**Total Liabilitas dan Ekuitas**	**1,986,983**

Laporan posisi keuangan *giftme* pada periode April 2026 mencatatkan total aset sebesar Rp1,986,983 yang terdiri dari aset lancar dan aset tetap. Aset lancar *giftme* berjumlah Rp1,768,772 yang terbagi atas kas dan setara kas sebesar Rp536,736 serta persediaan barang sebesar Rp1,232,036. Besarnya nilai persediaan barang mencerminkan adanya stok bahan baku dan produk yang masih tersedia untuk mendukung operasional usaha pada periode berikutnya. Sementara itu dari sisi aset tetap *giftme* mencatatkan aset tetap sebesar Rp218,211 yang terdiri dari Aset berupa peralatan sebesar Rp208,140 dan aset berupa perlengkapan senilai Rp10,071 sebagai penunjang kegiatan operasional dan produksi usaha *giftme*.

Pada sisi liabilitas dan ekuitas, giftme belum mencatatkan liabilitas apapun baik berupa hutang usaha ataupun penerimaan dimuka. Sedangkan dari sisi ekuitas giftme mencatatkan total ekuitas sebesar Rp1,986,983 yang terdiri dari modal usaha sebesar Rp1,883,933 dan laba bersih yang diperoleh sebesar Rp103,050 dari hasil penjualan pada periode April 2026. penurunan ekuitas berupa modal yang sangat signifikan dipengaruhi oleh pemisahan modal yang dimiliki oleh salah satu pihak yang tidak lagi berkontribusi pada manajemen usaha giftme.

Berikut disajikan laporan posisi keuangan usaha *giftme* selama 6 bulan periode usaha berjalan;

Tabel 2. 11. 7 Laporan Posisi Keuangan Periode November 2025-April 2026

Giftme **Laporan Posisi Keuangan Periode November 2025 - April 2026**			
Aset		**Liabilitas dan Ekuitas**	
Aset Lancar		**Liabilitas**	
Kas dan Setara Kas	536,736	Hutang Usaha	-
Persediaan Barang	1,232,036	Penerimaan Dimuka	-
Jumlah Aset Lancar	**1,768,772**	**Jumlah Liabilitas**	-
Aset Tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	208,140	Modal	1,700,000
Perlengkapan	10,071	Laba	286,983
Jumlah Aset Tetap	**218,211**	**Jumlah Ekuitas**	**1,986,983**
Total Aset	**1,986,983**	**Total Liabilitas dan Ekuitas**	**1,986,983**

4. Laporan Laba Rugi

Pada umumnya laporan laba rugi merupakan laporan yang tidak lepas dari kegiatan usaha dalam bentuk apapun, dimana laporan laba rugi digunakan sebagai informasi untuk melihat hasil dalam aktivitas usaha saat ini dan berkaitan dengan usaha di masa mendatang (Singal & Pinatik, 2015). Selama periode penjualan, laba tertinggi berada pada angka Rp 116,900 yang diperoleh dari hasil penjualan pada bulan desember. Meskipun penjualan tertinggi diperoleh pada bulan April yakni sebesar Rp485,000 namun biaya hpp yang dikeluarkan juga cenderung lebih besar dimana total biaya hpp yang terpakai berjumlah Rp338,450. Laba terendah yang diperoleh tim *giftme* berada pada Rp28,350 yang dihasilkan dari penjualan pada bulan maret. Total keseluruhan laba bersih yang didapatkan selama 5 bulan yakni berjumlah Rp348,900. Berikut penulis paparkan tabel laporan laba rugi tim *giftme* selama 5 bulan periode usaha berlangsung;

Tabel 2. 12. 1 Laba Rugi Periode November 2025

Giftme **Laba Rugi** **Periode November 2025**	
Pendapatan	
Penjualan	-
Pendapatan Lain-lain	-
Total Pendapatan	**-**
Hpp	-
Laba Bruto	**-**
Beban Operasional	
Beban Pemasaran	11,000
Beban Tenaga Kerja	40,000
Beban Admin Bank	3000
Beban lain-lain	7,917
Total Beban Operasional	**(61,917)**
Laba Bersih	**(61,917)**

Laporan laba rugi pada periode November 2025 tidak mencatatkan total pendapatan dikarenakan usaha *giftme* belum melakukan penjualan pada periode tersebut, mengingat bulan November merupakan periode persiapan dan perintisan awal usaha sebelum resmi beroperasi pada bulan desember 2025. Meskipun demikian, terdapat beberapa pengeluaran operasional yang telah dikeluarkan pada periode ini sebagai bagian dari persiapan awal usaha. Beban operasional yang tercatat meliputi beban pemasaran sebesar Rp11,000 yang digunakan untuk biaya pemasaran, beban tenaga kerja sebesar Rp40,000, beban administrasi bank sebesar Rp3,000, serta beban lain-lain sebesar Rp7,917. Total beban operasional yang dikeluarkan pada periode ini adalah sebesar Rp61,917 sehingga *giftme* mencatatkan rugi bersih sebesar Rp61,917 pada periode November akibat belum adanya pendapatan yang dapat menutupi seluruh pengeluaran yang telah dipakai selama masa persiapan usaha berlangsung.

Tabel 2. 12. 2 Laba Rugi Periode Desember 2025

Giftme **Laba Rugi** **Periode Desember 2025**	
Pendapatan	
Penjualan	400,000
Pendapatan Lain-lain	-
Total Pendapatan	**400,000**
Hpp	236,600
Laba Bruto	**163,400**
Beban Operasional	
Beban Pemasaran	-
Beban Tenaga Kerja	40,000
Beban Admin Bank	3,000
Beban lain-lain	3,500
Total Beban Operasional	**46,500**
Laba Bersih	**116,900**

Laporan laba rugi *Giftme* pada periode Desember mencatatkan total pendapatan dari penjualan sebesar Rp400,000 yang didapatkan dari penjualan produk *Flowerbox* C sejumlah 4 produk yang didominasi oleh pemesanan sebagai apresiasi pencapaian akademik. Setelah dikurangi HPP yang terpakai berjumlah Rp236,600, *giftme* memperoleh laba bruto sebesar Rp163,400. Sebagai catatan komponen HPP pada periode ini tidak menyertakan biaya paperbag dikarenakan seluruh produk yang terjual tidak menggunakan paperbag untuk konsumen. Pada pengeluaran operasional, total beban yang dikeluarkan berjumlah Rp46,500 yang terdiri dari beban tenaga kerja sebesar Rp40,000, beban administrasi bank sebesar Rp3,000, dan beban lain-lain sebesar Rp3,500. Dengan demikian total laba bersih yang diperoleh *Giftme* pada periode Desember 2025 sebesar Rp116,900 setelah dikurangi seluruh komponen harga pokok produksi dan beban operasional usaha yang dikeluarkan selama periode tersebut.

Tabel 2. 12. 3 Laba Rugi Periode Januari 2026

Giftme **Laba Rugi** **Periode Januari 2026**	
Pendapatan	
Penjualan	260,000
Pendapatan Lain-lain	-
Total Pendapatan	**260,000**
Hpp	167,350
Laba Bruto	**92,650**
Beban Operasional	
Beban Pemasaran	-
Beban Tenaga Kerja	40,000
Beban Admin Bank	3,000
Beban lain-lain	500
Total Beban Operasional	**43,500**
Laba Bersih	**49,150**

Pada periode Januari 2026, *Giftme* mencatatkan total pendapatan penjualan sebesar Rp260,000 yang diperoleh dari penjualan tiga unit *Flowerbox*, terdiri dari dua unit produk *Flowerbox* A dan satu unit *Flowerbox* B. Harga pokok produksi yang dipakai pada periode ini sebesar Rp167,350 sehingga laba bruto yang diperoleh adalah sebesar Rp92,650. Adapun beban operasional yang tercatat meliputi beban tenaga kerja sebesar Rp40,000, beban administrasi bank sebesar Rp3,000, dan beban lain-lain sebesar Rp500. Setelah dikurangi seluruh komponen Hpp dan beban operasional, *giftme* membukukan laba bersih sebesar Rp49,150 pada periode Januari 2026.

Tabel 2. 12. 4 Laba Rugi Periode Februari 2026

Giftme **Laba Rugi** **Periode Februari 2026**	
Pendapatan	
Penjualan	290,000
Pendapatan Lain-lain	-
Total Pendapatan	**290,000**
Hpp	195,550
Laba Bruto	**94,450**
Beban Operasional	
Beban Pemasaran	-
Beban Tenaga Kerja	40,000
Beban Admin Bank	3,000
Beban lain-lain	-
Total Beban Operasional	**43,000**
Laba Bersih	**51,450**

Pada periode Februari 2026, *Giftme* mencatatkan total pendapatan penjualan sebesar Rp290,000 yang diperoleh dari penjualan tiga unit *Flowerbox*, terdiri dari produk *Flowerbox* B, *Flowerbox* B (warna), dan *Flowerbox* C. Harga pokok produksi yang dipakai pada periode ini sebesar Rp195,550 sehingga laba bruto yang diperoleh adalah sebesar Rp95,450. Adapun beban operasional yang tercatat meliputi beban tenaga kerja sebesar Rp40,000 serta beban administrasi bank sebesar Rp3,000 yang lebih rendah dibandingkan periode sebelumnya. Setelah dikurangi seluruh komponen Hpp dan biaya operasional, *giftme* membukukan laba bersih sebesar Rp51,450 pada periode Februari 2026.

Tabel 2. 12. 5 Laba Rugi Periode Maret 2026

Giftme **Laba Rugi Periode Maret 2026**	
Pendapatan	
Penjualan	100,000
Pendapatan Lain-lain	-
Total Pendapatan	**100,000**
Hpp	68,650
Laba Bruto	**31,350**
Beban Operasional	
Beban Pemasaran	-
Beban Tenaga Kerja	-
Beban Admin Bank	3,000
Beban lain-lain	-
Total Beban Operasional	**3,000**
Laba Bersih	**28,350**

Selama periode Maret 2026, *Giftme* hanya mencatatkan pendapatan dari satu penjualan produk *Flowerbox* C dikarenakan pada periode tersebut *giftme* cenderung pasif dalam melakukan pemasaran. Harga pokok produksi yang terpakai sebesar Rp68,650 dimana laba bruto yang didapatkan sebesar Rp31,350. Beban operasional yang terpakai pada periode ini yakni beban administrasi bank sebesar Rp3,000. Dengan mengurangi Hpp dan beban operasional, total laba bersih yang diperoleh sebesar Rp28,350 pada periode Maret 2026.

Tabel 2. 12. 6 Laba Rugi Periode April 2026

Giftme **Laba Rugi** **Periode April 2026**	
Pendapatan	
Penjualan	485,000
Pendapatan Lain-lain	-
Total Pendapatan	**485,000**
Hpp	338,450
Laba Bruto	**146,550**
Beban Operasional	
Beban Pemasaran	-
Beban Tenaga Kerja	40,000
Beban Admin Bank	3,000
Beban lain-lain	500
Total Beban Operasional	**43,500**
Laba Bersih	**103,050**

Pendapatan *Giftme* pada periode April 2026 adalah pendapatan paling besar dibandingkan beberapa periode sebelumnya. Pada periode ini, *giftme* berhasil mendapatkan omzet Rp485,000 dari penjualan 5 *Flowerbox* dengan rincian produk *Flowerbox* A, produk *Flowerbox* B, dua produk *Flowerbox* B (warna) dan produk *Flowerbox* C (warna). Dari penjualan tersebut Hpp yang terpakai yakni sebesar Rp338,450 lebih besar dari Hpp yang terpakai pada periode Desember. Laba bruto yang dicatatkan setelah dikurangi dengan hpp ada di angka Rp146,550. Lalu beban operasional yang terpakai pada bulan ini meliputi Rp40,000 untuk beban tenaga kerja, Rp3,000 untuk beban administrasi bank, dan Rp500 untuk beban lain-lain. Setelah dikurangi dengan seluruh beban operasional yang terpakai, *giftme* membukukan laba bersih sebesar Rp103,050 pada periode April 2026.

Tabel 2. 12. 7 Laba Rugi Periode November 2025-April 2026

Giftme **Laba Rugi** **Periode November 2025-April 2026**	
Pendapatan	
Penjualan	1,535,000
Pendapatan Lain-lain	-
Total Pendapatan	**1,535,000**
Hpp	1,006,600
Laba Bruto	**528,400**
Beban Operasional	
Beban Pemasaran	11,000
Beban Tenaga Kerja	200,000
Beban Admin Bank	18,000
Beban lain-lain	12,417
Total Beban Operasional	**241,417**
Laba Bersih	**286,983**

Laporan laba rugi usaha *Giftme* selama 6 bulan terhitung dari bulan November 2025 *giftme* berhasil mendapatkan omzet sebesar Rp1,535,000 dari penjualan 16 Produk *Flowerbox*. Dari penjualan tersebut total Hpp yang terpakai sebesar Rp1,006,600 sehingga laba bruto yang dicatatkan setelah dikurangi dengan hpp ada di angka Rp528,400. Lalu total beban operasional yang terpakai selama 6 bulan sebesar Rp241,417 yang meliputi Rp11,000 untuk beban pemasaran, Rp200,000 untuk beban tenaga kerja, Rp18,000 untuk beban administrasi bank, dan Rp12,417 untuk beban lain-lain. Setelah dikurangi dengan hpp dan seluruh beban operasional yang terpakai, *giftme* membukukan laba bersih sebesar Rp286,983 selama 6 bulan usaha *giftme* berjalan.

5. Laporan Perubahan Ekuitas

   Laporan perubahan ekuitas menyajikan informasi mengenai kenaikan atau penurunan modal (ekuitas) suatu usaha selama periode tertentu. Berikut

penulis sajikan laporan perubahan ekuitas pada periode januari dan April 2026.

Tabel 2. 13. 1 Laporan Perubahan Ekuitas Periode Januari 2026

Giftme **Laporan Perubahan Ekuitas Periode Januari 2026**	
Modal Awal	1,804,983
Penambahan Ekuitas	
Tambahan Modal Pemilik	500,000
Laba Bersih	49,150
Total Penambahan	**549,150**
Pengurangan Ekuitas	
Prive	-
Total Pengurangan	-
Modal Akhir	**2,354,133**

Terdapat penambahan modal sebesar Rp500,000 pada bulan Januari sehingga kepemilikan usaha direstrukturisasi dengan porsi sebagai berikut.

Tabel 2. 13. 2 Restrukturisasi Modal dan Kepemilikan Usaha Periode Januari 2026

Giftme **Restrukturisasi Kepemilikan Usaha Januari 2026**		
Nama	Total Modal Disetorkan	Proporsi Kepemilikan Usaha
Fauzan Chandra	Rp1,100,000	49%
Destia Rizqy Putri Zusari	Rp550,000	24%
Muhammad Mujahid Yahya Ayas	Rp600,000	27%

Selanjutnya pada periode April mayoritas pemilik usaha memutuskan untuk tidak lagi bermitra dengan salah satu mitra karena tidak adanya kontribusi nyata selama periode penjualan *giftme* berlangsung. sejalan dengan hal tersebut modal awal yang disetorkan tidak lagi termasuk dalam entitas

modal pemilik sehingga terjadi laporan perubahan ekuitas restrukturisasi kepemilikan usaha sebagai berikut;

Tabel 2. 13. 3 Laporan Perubahan Ekuitas Periode April 2026

Giftme **Laporan Perubahan Ekuitas Periode April 2026**	
Modal Awal	2,433,933
Penambahan Ekuitas	
Tambahan Modal Pemilik	-
Laba Bersih	103,050
Total Penambahan	**103,050**
Pengurangan Ekuitas	
Prive	550,000
Total Pengurangan	**550,000**
Modal Akhir	**1,986,983**

Tabel 2. 13. 4 Restrukturisasi Modal dan Kepemilikan Usaha Periode April 2026

Giftme **Restrukturisasi Kepemilikan Usaha Januari 2026**		
Nama	Total Modal Disetorkan	Proporsi Kepemilikan Usaha
Fauzan Chandra	Rp1,100,000	65%
Muhammad Mujahid Yahya Ayas	Rp600,000	35%

6. Laporan Arus Kas

Menurut SAK ETAP (2009) Laporan Arus kas merupakan laporan yang menyajikan informasi yang relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas suatu entitas ekonomi selama satu periode dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan. Arus kas dari aktivitas investasi mencerminkan pengeluaran kas sehubungan dengan sumber daya yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan dan arus kas masa depan. Dan aktivitas pendanaan meliputi perolehan sumber daya dari pemilik dan peminjaman

uang dari kreditor dan pelunasannya (Inosensia et al., 2023). Laporan Arus kas yang disajikan mulai dari periode November 2025 dikarenakan aktivitas arus kas yang digunakan aktif pada periode tersebut. Hal ini ditandai dengan mulai adanya pengeluaran untuk aktivitas investasi, pembelian bahan baku, sampling yang menjadi dasar persiapan operasional usaha *giftme*. Berikut penulis lampirkan tabel laporan arus kas usaha *giftme* dari periode November 2025 hingga April 2026;

Tabel 2. 14. 1 Laporan Arus Kas Giftme Periode November 2025

	Giftme **Laporan Arus Kas Periode November 2025**	
Saldo Awal Kas		
1	**Aktivitas Pendanaan**	**1,750,000**
	Modal	
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	**1,750,000**
2	**Kegiatan Operasional**	
	Pembelian Persediaan Barang	(1,144,339)
	Penerimaan Kas dari Penjualan	-
	Biaya Operasional	(61,917)
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Operasional	**(1,206,256)**
3	**Aktivitas Investasi**	
	Peralatan	(46,500)
	Perlengkapan	-
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Investasi	**(46,500)**
	Saldo Akhir Kas	**497,244**

Tabel 2. 14. 2 Laporan Arus Kas Giftme Periode Desember 2025

Giftme **Laporan Arus Kas Periode Desember 2025**	
Saldo Awal Kas	**497,244**
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	**497,244**
2 Kegiatan Operasional	
Pembelian Persediaan Barang	(342,047)
Penerimaan Kas dari Penjualan	400,000
Biaya Operasional	(46,500)
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Operasional	**11,453**
3 Aktivitas Investasi	
Peralatan	(161,640)
Perlengkapan	-
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Investasi	**(161,640)**
Saldo Akhir Kas	**347,057**

Tabel 2. 14. 3 Laporan Arus Kas Giftme Periode Januari 2026

Giftme **Laporan Arus Kas Periode Januari 2026**	
Saldo Awal Kas	**347,057**
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	500,000
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	**847,057**
2 Kegiatan Operasional	
Pembelian Persediaan Barang	(152,400)
Penerimaan Kas dari Penjualan	260,000
Biaya Operasional	(43,500)
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Operasional	**64,100**
3 Aktivitas Investasi	
Peralatan	-
Perlengkapan	-
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Investasi	-
Saldo Akhir Kas	**911,157**

Tabel 2. 14. 4 Laporan Arus Kas Giftme Periode Februari 2026

Giftme **Laporan Arus Kas Periode Februari 2026**		
Saldo Awal Kas		**911,157**
1	**Aktivitas Pendanaan**	
	Modal	-
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	**911,157**
2	**Kegiatan Operasional**	
	Pembelian Persediaan Barang	(556,350)
	Penerimaan Kas dari Penjualan	290,000
	Biaya Operasional	(43,000)
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Operasional	**(309,350)**
3	**Aktivitas Investasi**	
	Peralatan	-
	Perlengkapan	(10,071)
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Investasi	**(10,071)**
	Saldo Akhir Kas	**591,736**

Tabel 2. 14. 5 Laporan Arus Kas Giftme Periode Maret 2026

Giftme **Laporan Arus Kas Periode Maret 2026**		
Saldo Awal Kas		**591,736**
1	**Aktivitas Pendanaan**	
	Modal	-
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	**591,736**
2	**Kegiatan Operasional**	
	Pembelian Persediaan Barang	(14,500)
	Penerimaan Kas dari Penjualan	100,000
	Biaya Operasional	(3,000)
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Operasional	**82,500**
3	**Aktivitas Investasi**	
	Peralatan	-
	Perlengkapan	-
	Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Investasi	-
	Saldo Akhir Kas	**674,236**

Tabel 2. 14. 6 Laporan Arus Kas Giftme Periode April 2026

Giftme **Laporan Arus Kas Periode April 2026**	
Saldo Awal Kas	**674,236**
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	(550,000)
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	**124,236**
2 Kegiatan Operasional	
Pembelian Persediaan Barang	(29,000)
Penerimaan Kas dari Penjualan	485,000
Biaya Operasional	(43,500)
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Operasional	**412,500**
3 Aktivitas Investasi	
Peralatan	-
Perlengkapan	-
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Investasi	-
Saldo Akhir Kas	**536,736**

Tabel 2. 14. 7 Laporan Arus Kas Giftme Periode November 2025-April 2026

Giftme **Laporan Arus Kas Periode November 2025-April 2026**	
Saldo Awal Kas	**0**
1 Aktivitas Pendanaan	
Modal	2,250,000
Pemisahan Modal dari Aktivitas Pendanaan	(550,000)
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Pendanaan	**1,700,000**
2 Kegiatan Operasional	
Pembelian Persediaan Barang	(2,238,636)
Penerimaan Kas dari Penjualan	1,535,000
Biaya Operasional	(241,417)
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Operasional	**(945,053)**
3 Aktivitas Investasi	
Peralatan	(10,071)
Perlengkapan	(208,140)
Kas Diterima (digunakan) dari Aktivitas Investasi	**(218,211)**
Saldo Akhir Kas	**536,736**

Secara keseluruhan, penyusunan laporan keuangan yang terdiri dari Laporan penjualan, Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas, Neraca Saldo, dan Laporan Perubahan Ekuitas merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan sumber daya keuangan *giftme* secara menyeluruh. Melalui laporan-laporan tersebut tim *giftme* mendapatkan gambaran dari kondisi finansial usaha mulai dari aliran dana yang masuk dan keluar, total kepemilikan aset, pencapaian laba rugi hingga keseimbangan seluruh akun keuangan yang dimiliki. Penyusunan laporan keuangan ini juga merupakan bentuk tanggung jawab dari rintisan usaha *giftme* kepada pihak-pihak yang turut andil dalam berjalannya usaha. Dengan demikian, laporan keuangan bukan hanya berfungsi sebagai dokumen administratif semata, melainkan menjadi instrumen yang membantu tim *giftme* dalam mengevalusai kinerja usaha dan menyusun langkah perbaikan yang lebih terencana di masa mendatang.

7. Catatan Atas Laporan Keuangan
   a) Informasi Umum

      Giftme merupakan usaha rintisan dengan yang bergerak di bidang hadiah dengan produk unggulan berupa *Flowerbox* beurpa rangkaian bunga artificial yang dikemas dengan bingkai indah menggunakan material PVC. Usaha ini dirintis sejak November 2025 dan beroperasi hingga saat ini menggunakan 2 saluran penjualan yakni booth pada acara wisuda dan penjualan daring menggunakan media sosial tiktok dan instagram.

   b) Ikhtisar Kebijakan Akuntansi
      1) Dasar penyusunan

         Laporan keuangan disusun berdasarkan konsep harga perolehan dan menggunakan basis akrual dalam pencatatan transaksi keuangan.

2) Pengakuan pendapatan

Pendapatan diakui pada saat produk diserahkan kepada konsumen dan pembayaran telah diterima baik secara tunai maupun melalui transfer perbankan.

3) Pengakuan beban

Beban diakui pada saat terjadinya pengeluaran tanpa memandang apakah pembayaran telah dilakukan atau belum, sesuai dengan basis akrual.

4) Persediaan

Persediaan dicatat berdasarkan harga perolehan yaitu harga beli ditambah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membawa persediaan ke kondisi dan lokasi siap digunakan. Metode pencatatan persediaan menggunakan metode perpetual.

5) Aset tetap

Aset tetap dicatat berdasarkan harga perolehan dan belum dilakukan penyusutan mengingat skala usaha yang masih sangat kecil dan masa operasional yang relatif singkat.

c) Kas dan Setara Kas

Tabel 2. 15. 1. Tabel Kas dan Setara Kas

Keterangan	Jumlah
Saldo Kas Debit	3,785,000
Saldo Kas Kredit	3,248,264
Saldo Akhir	536,736

Catatan : Kas dan Setara Kas merupakan seluruh uang tunai dan saldo rekening yang dimiliki oleh giftme. Kas digunakan untuk membiayai seluruh kegiatan operasional, pembelian bahan baku, dan pembayaran beban usaha. Saldo akhir kas sebesar Rp536,736 merupakan sisa kas yang tersedia setelah seluruh penerimaan dan pengeluaran selama periode operasional diperhitungkan.

d) Persediaan

Tabel 2. 15. 2 Persediaan

Jenis	Saldo Akhir
Persediaan PVC	19,500
Persediaan Bunga	36,186
Persediaan Box	277,200
Persediaan Styrofoam	5,000
Persediaan Stiker	10,000
Persediaan Paperbag	110,400
Persediaan Pilox	25,900
Persediaan Produk Jadi	493,000
Persediaan Kartu Ucapan	16,000
Persediaan Closebox	213,000
Total Persediaan	1,232,036

Catatan penting;

1) Persediaan Box : Rp277,200 merupakan stok kotak kemasan yang belum terpakai selama periode operasional, masih berpotensi untuk dijual atau digunakan pada periode operasional berikutnya.
2) Persediaan Produk Jadi : merupakan produk *Flowerbox* jadi yang belum terjual hingga akhir periode. Nilai ini dihitung berdasarkan hpp dari unit-unit yang belum terjual yang masih berpotensi menghasilka pendapatan pada periode berikutnya.
3) Persediaan Close box : merupakan sampel yang dibeli pada masa awal perintisan ketika usaha masih belum berpivot ke produk *Flowerbox*. masih berpotensi untuk dijual atau digunakan pada periode operasional berikutnya.

e) Aset Tetap

Tabel 2. 15. 3 Aset Tetap

Jenis Aset	Nilai
Pemotong Gabus	80,923
Hotgun	42,217
Busur	26,500
Tang	22,000
Lem Tembak	12,000
Gunting	6,000
Cutter	12,500
Isian Cutter	6,000
Total Aset Tetap	208,140

f) Bahan Habis Pakai

Tabel 2. 15. 4 Bahan Habis Pakai

Jenis	Nilai
Lem kardus	20,500
Isolasi Kertas	6,000
Kertas Suwir	10,000
Pita Satin	15,750
Lem Kuat	23,300
Isian Lem Tembak	24,000
Total	99,550
Total Terpakai	74,600
BHP Tersisa	24,950

g) Biaya Operasional

Tabel 2. 15. 5 Biaya Operasional

Jenis	Nilai
Biaya Tenaga Kerja	200,000
Biaya Pemasaran	11,000
Biaya Admin Bank	18,000
Biaya lain-lain	12,417
Total Biaya Operasional	241,417

h) HPP

Tabel 2. 15. 6 HPP Flowerbox Terpakai

Keterangan	Jumlah
Hpp *Flowerbox* A	163,350
Hpp *Flowerbox* B	390,700
Hpp *Flowerbox* C	452,550
Total	1,006,600

i) Pendapatan Penjualan

Tabel 2. 15. 7 Pendapatan Penjualan

Keterangan	Jumlah
Flowerbox A	255,000
Flowerbox B	180,000
Flowerbox C	600,000
Flowerbox A (Warna)	-
Flowerbox B (Warna)	390,000
Flowerbox C (Warna)	110,000
Total	1,535,000

j) Modal

Tabel 2. 15. 8 Modal

Anggota	Kontribusi Modal	Porsi Kepemilikan
Fauzan Chandra	1,100,000	65%
Muhammad Mujahid Yahya Ayas	600,000	35%

k) Peristiwa setelah tanggal pelaporan

Hingga tanggal penyusunan laporan keuangan ini disusun, terdapat beberapa hal yang perlu diungkapkan.

1) Stok : stok persediaan tersisa sebesar Rp1,232,036 masih berpotensi menghasilkan pendapatan pada periode berikutnya apabila usaha dilanjutkan
2) Persediaan : Persediaan Box dan Close box sebesar Rp491,100, belum dapat dimanfaatkan dalam proses produksi utama dan masih dipertimbangkan untuk dijual atau dialihfungsikan

3) Titik impas : secara keseluruhan belum tercapai dengan selisih sebesar Rp215,000 antara total modal yang dikeluarkan dengan total pendapatam yang diterima, selisih ini berpotensi tertutup melalui penjualan persediaan yang masih ada
4) Secara presentase 60% dari nilai persediaan masih mamiliki nilai ekonomis sedangkan 40% sisanya masih dipertimbangkan untuk dijual atau dialihfungsikan.

8. Evaluasi terhadap capaian keuangan

Secara keseluruhan, capaian keuangan usaha giftme pada periode operasional November 2025 hingga April 2026 belum mencapai hasil penjualan yang optimal sebagaimana yang diharapkan pada tahap perencanaan awal. Total pendapatan penjualan yang diperoleh sebesar 1,535,000 dengan laba bersih kumulatif sebesar 286,983 menunjukkan bahwa usaha ini telah mampu menghasilkan keuntungan, namun belum mencapai titik impas usaha secara keseluruhan mengingat total modal yang dikumpulkan sebesar 1,750,000 dengan selisih yang belum tertutup sebesar 215,000.

Terdapat beberapa faktor yang secara akumulatif berdampak pada minimnya capaian keuangan tersebut. Pertama, pola penjualan yang sangat bergantung pada siklus akademik menyebabkan arus pendapatan yang tidak stabil. Kedua, keluarnya anggota yang berdampak pada kapasistas produksi dan kegiatan pemasaran. Ketiga, terdapat sisa stok yang cukup besar yang belum terjual hingga akhir periode sebesar 493,000 dan persediaan closebox sebesar 491,100 yang belum dapat dimanfaatkan dalam proses produksi akibat arah perubahan produk.

Dari ketiga faktor tersebut, langkah perbaikan yang perlu diambil pada periode berikutnya mencakup penargetan capaian keuangan yang lebih terukur seperti minimum penjualan perbulan. Perbaikan pada jumlah produksi dan Standar Operasioal Prosedur (SOP) produksi. Serta stock

opname yang lebih terstruktur guna menghindari produk *deadstock*.

Meskipun demikian, capaian yang diperoleh tetap perlu diapresiasi mengingat giftme merupakan usaha rintisan tanpa pengalaman bisnis pada bidang hadiah. Kemampuan menghasilkan laba positif pada lima bulan operasional menunjukkan bahwa model bisnis yang dijalankan memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan. Dengan strategi keuangan dan pemasaran yang lebih konsisten, pengelolaan stok yang lebih terstruktur, capaian giftme pada periode selanjutnya berpotensi untuk bertumbuh secara signifikan.

9. Analisis kelayakan usaha

Analisis kelayakan usaha pada usaha giftme menggunakan 5 indikator yakni *Payback period, Return on investment, Net Profit margin, R/C ratio,* dan *Breakeven point.* Pada indikator *payback period*, perhitungan yang dilakukan dengan membagi total investasi awal dengan rata-rata kas bersih yang dihasilkan perbulan. Dengan total laba bersih selama lima bulan sebesar Rp286,983, diperoleh rata-rata laba bersih perbulan sebesar Rp57,397. Berdasarkan perhitungan tersebut, investasi awal sebesar Rp1,750,000 dibagi dengan kas bersih perolehan sebesar 57,397 menghasilkan estimasi *payback period* selama 30 bulan atau 2,5 tahun.

Return on investment (ROI) yang diperoleh dihitung dari laba bersih dibagi total modal dan dikalikan 100% menghasilkan ROI sebesar 16,4% dalam lima bulan operasional. *Net Proifit Margin* usaha berada di angka 18,69% yang diperoleh dari perhitungan laba bersih Rp286,983 dibagi dengan total pendapatan Rp1,535,000 dikalikan dengan 100% yang berarti setiap Rp100 pendapatan yang diterima menghasilkan laba bersih sebesar Rp18,69. Sementara itu, *Revenue Cost Ratio Giftme* berada di angka 1,23 berdasarkan perbandingan antara total pendapatan Rp1,535,000 dengan total biaya sebesar Rp1,248,017 yang merupakan penjumlahan dari HPP dan biaya operasional, yang berarti setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan akan

menghasilkan pendapatan sebesar Rp1,23.

Pada indikator *breakeven point*, BEP pada level produk telah berhasil dicapai pada beberapa periode operasional, namun bep pada level usaha secara keseluruhan masih belum tercapai dengan selisih Rp215,000. Meskipun demikian, dengan masih adanya stok persediaan produk jadi yang tersisa, usaha giftme masih berpotensi untuk mencapai BEP level usaha melalui penjualan produk pada periode berikutnya. Dari 5 indikator keuangan yang digunakan, tiga diantaranya telah memenuhi kelayakan sedangkan sisanya masih memerlukan perbaikan. Secara keseluruhan, usaha *giftme* layak untuk dilanjutkan dengan catatan perlu memperpendek durasi *payback period* melalui peningkatan volume penjualan serta pencapaian titik impas usaha secara keseluruhan melalui optimalisasi penjualan persediaan yang masih tersedia.

EVALUASI HASIL CAPAIAN TARGET AKTIVITAS

Bidang keuangan

Tabel 2. 16. 1 Evaluasi Hasil Capaian Target Aktivitas Bidang Keuangan

Rencana Kegiatan	*Key Performance Indicator*	Capaian
Melakukan penentuan akad pengumpulan modal usaha, akad penjualan	- Terkumpulnya modal bisnis untuk menunjang operasional bisnis serta menentukan akadnya sesuai etika bisnis dalam islam - Terbentuknya akad penjualan secara Islami	- Total modal terkumpul pada awal usaha berjalan yakni sebesar Rp1,750,000 dengan menggunakan akad musyarakah sebagai akad kerja sama usaha - Penggunaan akad istishna sebagai akad transaksi penjualan
Merancang Strategi Keuangan	- Memastikan modal yang diperlukan untuk *fixed cost* dan *variable cost* - Menemukan strategi keuangan untuk operasional bisnis secara bekala	- Total modal fixed cost dan variable cost telah terhitung sebagaimana yang dituliskan pada bab II - Strategi keuangan operasional tersusun dan diterapkan
Menghitung HPP	- Terhitungnya HPP tiap produk yang akan dipasarkan	- Total hpp dari produk A, B, C, dan produk berwarna telah terhitung dengan hpp rata-rata

Rencana Kegiatan	*Key Performance Indicator*	Capaian
		sebesar Rp71,183 perproduknya sebagaimana yang telah dituliskan pada bab II
Analisis dan Perhitungan BEP	- Terhitungnya BEP tiap produk yang akan dipasarkan - Menemukan BEP unit dan BEP dalam satuan rupiah	- BEP Rata-rata produk *Flowerbox* ada pada angka penjualan 2unit produk dan BEP harga Rp126,158.44
Melakukan pencatatan keuangan secara berkala	- Dokumentasi pengeluaran dan pemasukan sumber daya keuangan selama berlangsungnya usaha	- Pencatatan keuangan baik kas keluar maupun kas masuk telah terdokumentasi selama 6 bulan usaha berjalan
Menyusun laporan Keuangan	- Tersusunnya laporan keuangan seperti neraca keuangan, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas	- Penyusunan keuangan sesuai standar akuntansi meliputi laporan posisi keuangan (neraca), laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, serta laporan arus kas telah tersusun sebagaimana yang

Rencana Kegiatan	*Key Performance Indicator*	Capaian
		dilampirkan pada bab II
Analisis keuangan	- Analisis pendapatan dan keuangan bisnis secara berkala	- Selama periode penjualan, total pendapatan yang dihasilkan berada pada angka Rp1,535,000 dengan rata-rata pendapatan berada pada angka Rp307,000 setiap bulannya

Bidang Produksi

Tabel 2. 16. 2 Evaluasi Hasil Capaian Target Aktivitas Bidang Produksi

Rencana Kegiatan	Key Performance Indicator	Capaian
Menentukan bahan baku produk dan vendor penyedia bahan baku untuk produksi	Survei 3 vendor untuk bahan baku produk	Penggunaan papan PVC dengan ketebalan 5mm sebagai bahan baku produk dan penentuan vendor artificial flower sebagaimana yang telah diutarakan pada bab II
Menentukan design produk *Flowerbox* yang akan dipasarkan	Minimal 3 varian desain produk siap untuk dipasarkan	Tertemunya 3 varian desain *Flowerbox* (A,B,C) untuk penjualan pada batch pertama
Melakukan proses produksi pada bagian luar *Flower box*	Minimal 12unit siap dipasarkan pada batch pertama	Tersedianya 12 unit produk untuk pemasaran pada batch pertama
Survei dan penentuan untuk packaging produk	Minimal 2 opsi packaging yang dipilih dan survei 5 tempat	Tersedianya opsi packaging produk dengan 2 ukuran

BAB III
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. IDENTIFIKASI MASALAH

Selama melakukan aktivitas perintisan bisnis, terdapat berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh tim *Giftme* baik secara keseluruhan ataupun permasalahan tiap bidang. Tantangan tersebut muncul dari berbagai aspek operasional yang belum terkelola secara optimal, mulai dari koordinasi antar individu, kompetensi yang berhubungan dengan teknis usaha yang masih perlu ditingkatkan, hingga perlunya mengubah arah produk dari konsep awal close box menuju *Flowerbox* karena keterbatasan keterampilan dan anggaran yang tersedia. Kondisi ini menjadi catatan penting yang perlu dievaluasi secara menyeluruh agar keberlangsungan usaha dapat terjaga dengan baik pada periode di masa mendatang. Identifikasi permasalahan secara tepat menjadi langkah awal yang sangat penting sebelum merumuskan solusi yang relevan dan dapat diukur.

Adapun permasalahan yang dihadapi secara khusus pada bidang keuangan berkaitan erat dengan aspek teknis yang berupa keterbatasan ilmu terhadap akuntansi keuangan secara mendetail dan terstruktur. Keterbatasan tersebut berdampak pada proses pencatatan keuangan yang tidak selalu dilakukan secara tepat waktu, sehingga kerap kali memerlukan penelusuran ulang terhadap bukti transaksi dan dokumen pendukung yang seharusnya telah tercatat sejak awal. Selain itu, perencanaan keuangan yang pada awalnya belum tersusun secara sistematis menyebabkan pengelolaan anggaran dan penetapan harga jual di periode-periode awal belum dilakukan secara optimal, meskipun pada perkembangannya tim *giftme* telah berhasil menyusun perencanaan keuangan secara lebih terstruktur mencakup perhitungan HPP, BEP, dan penetapan harga jual pervarian produk. Pengalaman tersebut menjadi pembelajaran penting bahwa perencanaan keuangan perlu diterapkan secara konsisten sejak usaha pertama kali dijalankan, bukan setelah munculnya masalah, agar seluruh potensi laba dapat terealisasi secara optimal sejak periode pertama usaha dijalankan.

Selain permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat keterbatasan kompetensi pada bidang produksi yang berdampak pada pelaksanaan pengembangan segmen pasar yang lebih luas. Pada tahap perencanaan, tim Giftme telah mengidentifikasi potensi pasar pada segmen valentine, lamaran, atau hantaran pernikahan sebagai segmen pasar yang memiliki permintaan tinggi terhadap produk hadiah estetik. Namun demikian, rencana pengembangan pada segmen tersebut belum dapat terealisasi mengingat produk yang dibutuhkan oleh konsumen pada segmen tersebut memiliki kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan produk *Flowerbox* yang selama ini diproduksi. Perbedaan utamanya terletak bukan hanya pada kompetensi teknis pemotongan desain yang dimiliki, melainkan juga pada keterbatasan peralatan produksi yang lebih memadai dan terstandarisasi untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang sesuai dengan ekspektasi konsumen pada segmen tersebut. Proses produksi yang selama ini masih menggunakan pemotongan dan desain manual oleh anggota tim dinilai belum mampu menghasilkan output yang memenuhi standar estetika dan kerapian yang dibutuhkan untuk menyasar segmen pernikahan dan lamaran secara kompetitif. Keterbatasan ini pada akhirnya menyebabkan peluang pasar yang sebenarnya cukup besar pada segmen tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal pada periode operasional yang telah berlangsung.

Berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi tersebut memerlukan evaluasi yang mendalam serta langkah perbaikan yang tepat dan terencana agar tidak terulang pada periode operasional berikutnya. Perbaikan pada aspek koordinasi dan konsistensi tim perlu diprioritaskan mengingat kedua hal tersebut menjadi pondasi utama dalam menjalankan sebuah usaha secara berkelanjutan. Peningkatan kompetensi di bidang keuangan juga perlu dilakukan secara aktif baik melalui pembelajaran mandiri maupun pemanfaatan sumber referensi yang relevan agar pencatatan dan perencanaan keuangan dapat dilaksanakan dengan lebih akurat dan tepat waktu. Dengan adanya evaluasi yang terstruktur dan penerapan solusi yang tepat sasaran, diharapkan usaha *giftme* dapat berkembang lebih optimal dan menghasilkan kinerja yang lebih baik di masa mendatang.

B. TINJAUAN TEORITIS

Salah satu konsep yang relevan untuk menjelaskan permasalahan mengenai konsistensi dalam berwirausaha adalah grit. Grit merupakan salah satu konsep dalam psikologi positif yang mulai dipopulerkan oleh Duckworth bersama timnya dari universitas pernsylvania sejak tahun 2007. Secara umum, grit didefinisikan sebagai karakter individu yang ditunjukkan melalui perilaku mempertahankan ketekunan dan semangat untuk mencapai tujuan jangka panjang, yang tampak melalui perjuangan keras, kemauan mengambil risiko, tekad yang kuat, serta kerja yang tidak kenal henti dalam mengejar suatu tujuan (Duckworth, 2016 dalam Tualeka & Bashori, 2023).

Konsep ini terdiri dari dua dimensi utama, yaitu *consistency of interest* sebagai kemampuan mempertahankan minat pada tujuan yang telah ditetapkan, dan *perseverance of effort* sebagai kemampuan untuk menuntaskan pekerjaan atau persoalan yang sedang dihadapi(Duckworth, 2016 dalam Tualeka & Bashori, 2023). Dalam konteks wirausaha, konsep ini berkembang menjadi *entrepreneurial grit*, yaitu kecenderungan individu berupa ketekunan tinggi untuk mengejar tujuan jangka panjang yang menantang, dimana semakin giat atau ulet seorang individu maka semakin tinggi pula kemampuannya untuk bertahan dalam menghadapi tantangan atau kemunduran dalam menjalankan usaha (Salisu et al., 2020). Entrepreneural grit terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi kewirausahaan, dimana wirausaha denga tingkat grit yang tinggi cenderung lebih tekun dan tabah dalam mengatasi kesulitan serta memiliki pola pikir yang lebih baik dalam menghadapi tantangan demi mempertahankan keberlangsungan usahanya (Lee & Ie, 2025).

Permasalahan perubahan arah produk yang dialami oleh tim *giftme* dari konsep awal close box menuju *Flowerbox* dapat dijelaskan melalui strategi pivot. Menurut wiraguna (2021), pivot bisnis merupakan sebuah aktivitas pengembangan bisnis dengan mengubah model bisnis itu sendiri, namun tetap berpijak pada visi bisnis yang dimiliki, dan menjadi alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh

wirausaha ketika kondisi usaha menghadapi keadaan “buntu” (Wiraguna, 2021). Keputusan tim *giftme* untuk melakukan pivot dari produk closebox menuju ke *Flowerbox* didasari oleh 2 faktor utama, yakni keterbatasan teknis anggota untuk menghasilkan produk closebox yang berkualitas dan sesuai standar konsumen serta estimasi biaya yang melebihi kapasitas anggaran yang tersedia, sehingga perubahan produk menjadi langkah yang diambil untuk memastikan keberlangsungan usaha sejak tahap awal perintisan.

Selain aspek konsistensi dan produk, permasalahan kerja sama tim dan kompetensi individu yang dihadapi oleh tim *giftme* juga dapat dijelaskan melalui dua konsep berikut yakni *teamwork* dan kompetensi kewirausahaan. Teamwork merupakan sekelompok individu dengan kemampuan, talenta, pengalaman, dan latar belakang yang berbeda yang berkumpul bersama untuk mencapai satu tujuan dimana setiap anggota dituntut untuk berfungsi sebagai pemain yang kooperatif dan produktif demi tercapainya hasil yang diinginkan (Dishon & O'Leary,1994 dalam Marpaung, 2014). Teamwork hanya akan berhasil apabila setiap anggota mampu melenyapkan kompetisi internal dan berkonsentrasi pada perbedaan pandangan serta keahlian masing-masing untuk mengatasi masalah secara cepat, dengan indikator yang terlihat pada kerja sama, kesamaan arah tujuan, komunikasi yang dialogis, pembagian delegasi tugas, dan keteraturan organisasi (Marpaung, 2014). Hasil penelitian marpaung (2014) menunjukkan bahwa teamwork berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sehingga kerja sama tim yang baik dapat meningkatkan performa kerja secara keseluruhan dalam suatu organisasi.

Sejalan dengan hal tersebut, kompetensi kewirausahaan turut menjadi faktor penentu keberhasilan usaha, yang didefinisikan sebagai pengetahuan, keahlian, kemampuan, atau karakteristik pribadi individu yang secara langsung memengaruhi kinerja pekerjaan yang dijalankannya (Robbins, 2012 dalam Nurhasanah et al., 2023), dengan tiga indikator utama yaitu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman (Dhamayantie & Fauzan, 2017). Hasil penelitian (Nurhasanah et al., 2023) membuktikan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan berwirausaha dimana sekecil apapun kompetensi

yang dimiliki seorang wirausaha akan sangat berguna dalam mengembangkan usahanya. Dengan demikian, perbaikan pola kerja sama tim yang lebih terstruktur serta peningkatan kompetensi individu melalui pembelajaran mandiri menjadi dua langkah yang saling melengkapi dan perlu diterapkan secara bersamaan oleh tim *giftme* guna mengatasi hambatan operasional yang selama ini dihadapi.

Adapun permasalahan yang dihadapi secara khusus pada bagian keuangan berkaitan erat dengan rendahnya literasi akuntansi yang dimiliki, dimana banyak pelaku UMKM menghadapi kendala dalam pencatatan akuntansi keuangan yang seharusnya mendukung pengelolaan bisnis mereka secara optimal (Rustiana et al., 2025). Kondisi keterbatasan ini sejalan dengan temuan pada salah satu UMKM pada bidang jasa dimana pencatatan keuangan yang dilakukan masih sangat sederhana akibat minimnya pengetahuan pemilik usaha mengenai bentuk-bentuk laporan keuangan yang seharusnya disusun secara lengkap (Widyastuti, 2017). Selain aspek pengetahuan teknis, keterbatasan dalam pembelajaran akuntansi keuangan turut berpengaruh terhadap perilaku keuangan seseorang, dimana individu yang memiliki bekal pengetahuan akuntansi yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangannya secara tepat dan mengambil keputusan keuangan secara bijak (Nasihah & Listiadi, 2019). Dengan demikian, rendahnya pemahaman akuntansi tidak hanya berdampak pda keterampilan teknis pencatatan, tetapi juga membentuk kebiasaan dan kedisiplinan yang kurang konsisten dalam mendokumentasikan transaksi keuangan secara berkelanjutan.

C. PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan konsep grit yang menekankan pentingnya ketekunan dan konsistensi minat dalam mencapai tujuan jangka panjang (Duckworth, 2016 dalam Tualeka & Bashori, 2023), langkah pemecahan masalah yang diterapkan adalah dengan menetapkan jadwal koordinasi rutin antar anggota tim guna memastikan setiap aktivitas usaha terlaksana sesuai rencana dan tidak perlu bergantung pada salah satu inisiatif anggota tim. Pembagian peran serta tanggung jawab antar individu juga dipertegas secara lebih terstruktur agar tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan yang dapat menghambat efisiensi operasional, sejalan dengan prinsip

teamwork yang menekankan pentingnya kerja sama, kesamaan arah tujuan, dan keteraturan organisasi dalam sebuah tim (Marpaung, 2014). Dengan adanya struktur koordinasi yang lebih jelas dan komitmen bersama untuk menjalankan tanggung jawab masing-masing, diharapkan konsistensi dan sinergi tim *giftme* dapat meningkat pada periode yang ada kedepannya.

Selain itu keluarnya salah satu anggota yang memegang tanggung jawab pada bagian produksi memberikan dampak langsung terhadap keseimbangan beban kerja seluruh tim, sehingga diperlukan langkah redistribusi tanggung jawab guna mengisi kekosongan yang ada. Merujuk pada prinsip teamwork yang menyatakan bahwa setiap anggota dalam tim harus mampu berfungsi sebaia pemain yang koperatif dan produktif demi tercapainya hasil yang diinginkan (Dishon & O'Leary, 1994 dalam Marpaung, 2014), peran dan tanggung jawab anggota yang keluar didistribusikan kepada sisa anggota tim *giftme* yang masing-masing memiliki tanggung jawab berbeda pada bagian produksi namun masih melengkapi satu sama lain tanpa mengorbankan kualitas tanggung jawab dibidang lainnya. Langkah ini juga disertai dengan penyusunan dokumentasi peran dan prosedur kerja yang lebih terperinci agar proses transisi tanggung jawab dapat berlangsung lebih lancar apabila situasi serupa terjadi Kembali dimasa mendatang. Pengalaman ini menjadi pembelajaran penting bagi tim *giftme* untuk tidak menggantungkan keberlangsungan usaha kepada satu individu sehingga kedepannya setiap anggota perlu dibekali pemahaman dasar bidang diluar tanggung jawabnya masing-masing sebagai bentuk cadangan kompetensi tim.

Permasalahan yang ditangani selanjutnya adalah keputusan perubahan arah produk dari produk hadiah closebox menuju *Flowerbox* sebagai respon terhadap keterbatasan yang ditemukan pada tahap awal perintisan usaha. Merujuk pada konsep pivot strategi yang menyatakan bahwa perubahan arah bisnis merupakan langkah yang dapat dilakukan oleh para wirausaha disaat kondisi usaha dalam keadaan “buntu” (Wiraguna, 2021), tim *giftme* mengambil keputusan dengan mengalihkan fokus produk yang awalnya memiliki konsep closebox menuju produk

dengan konsep *Flowerbox* yang dinilai lebih sesuai dengan kompetensi dan estimasi anggaran yang dimiliki.

Sejalan dengan temuan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dimana sekecil apapun kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha akan sangat berguna dalam mengembangkan usahanya (Nurhasanah et al., 2023), tim *giftme* mendorong setiap anggota untuk secara aktif mempelajari bidang yang menjadi tanggung jawabnya melalui berbagai sumber referensi yang tersedia, baik literatur akademis, platform digital, maupun pengalaman praktik di lapangan. peningkatan kompetensi ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat kapasitas individu dalam menjalankan tugas utamanya, tetapi juga untuk mendukung kelancaran proses redistribusi tanggung jawab yang telah dijelaskan sebelumnya, sehingga setiap anggota memiliki fleksibilitas yang lebih baik dalam menghadapi perubahan struktur tim yang mungkin terjadi dimasa mendatang. Lalu pada kompetensi pada bidang produksi yang menghambat pengembangan ke segmen pasar valentine, pernikahan, dan lamaran memerlukan langkah penanganan yang terencana dan bertahap. Langkah jangka pendek yang dapat dilakukan adalah mempelajari teknik produksi yang lebih kompleks melalui referensi daring, sementara langkah jangka menengah mencakup perencanaan pengadaan produksi yang lebih memadai dan pencarian vendor pemotongan secara bertahap sesuai dengan perkembangan arus kas usaha. Dengan demikian, pengembangan ke segmen pasar yang lebih luas dapat menjadi target realistis yang dapat dicapai pada periode operasional berikutnya setelah kapasitas produksi dan peralatan telah memenuhi standar yang dibutuhkan.

Permasalahan yang selanjutnya berkaitan dengan pencatatan keuangan yang tidak selalu dilakukan secara tepat waktu sejak awal periode usaha berjalan. Berdasarkan temuan bahwa keterbatasan literasi akuntansi menjadi kendala utama pelaku UMKM dalam mengelola pencatatan keuangan secara tepat waktu (Rustiana et al., 2025), serta merujuk pada kasus serupa dimana pencatatan yang tidak terstruktur berakibat pada hilangnya keteraturan data keuangan (Widyastuti, 2017), langkah pemecahan masalah yang diterapkan adalah dengan membiasakan

pencatatan setiap transaksi secara langsung pada saat transaksi terjadi agar tidak ada data yang terlewat. Seluruh bukti transaksi seperti nota pembelian, bill, dan struk pembayaran disimpan secara tertib dan terklasifikasi berdasarkan periode dan jenis transaksinya, sehingga proses penelusuran data dapat dilakukan dengan lebih mudah dan efisien tanpa perlu menghabiskan waktu untuk mencari dokumen yang seharusnya telah terdokumentasi sejak awal. Upaya ini juga disertai dengan peningkatan pemahaman dasar akuntansi secara mandiri, sejalan dengan temuan bahwa pembelajaran akuntansi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan seseorang dalam membangun kebiasaan pencatatan yang lebih disiplin dan konsisten (Nasihah & Listiadi, 2019).

Permasalahan terakhir yang dihadapi yakni mengenai konsistensi dalam penerapan perencanaan keuangan. meskipun tim *giftme* telah berhasil Menyusun perencanaan keuangan yang mencakup anggaran, HPP, BEP, dan penetapan harga jual, pengalaman selama periode operasional yang telah dilakukan menunjukkan bahwa perencanaan tersebut perlu dilakukan secara konsisten sejak awal usaha berjalan, bukan hanya saat evaluasi dilakukan. Langkah yang akan diterapkan adalah dengan menjadikan perencanaan keuangan sebagai agenda rutin yang dilakukan sejak awal periode operasinal mencakup penetapan target, proyeksi laba, dan evaluasi anggaran biaya yang telah dilakukan pada periode sebelumnya sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan keuangan berikutnya. Dengan penguatan konsistensi perencanaan keuangan ini, diharapkan seluruh potensi laba yang dimiliki dapat terealisasi lebih optimal dan terukur pada setiap periode operasional yang akan datang.

BAB IV
PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan perintisan usaha *giftme* yang telah dilaksanakan selama periode November 2025 hingga April 2026, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut;

Pertama, dari aspek produksi, tim *giftme* telah berhasil menyelesaikan seluruh tahapan manajemen produksi mulai dari penentuan produk yang akan dijual, penentuan desain produk dengan menghadirkan 3 varian produk, pelaksanaan sampling produk, survey vendor bahan baku yang menghasilkan keputusan penggunaan CV Sentosa Akrilik Jogja sebagai pemasok papan PVC, serta pasokan bunga Artificial yang dipasok secara daring, hingga pengendalian stok dan quality control yang dilakukan secara berkala untuk memastikan setiap produk memenuhi standar kualitas dan estetika yang telah ditetapkan. Capaian produksi pada batch pertama berhasil memproduksi 12unit produk siap dipasarkan sesuai dengan target KPI yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kedua, dari sisi keuangan, tim *giftme* telah berhasil menjalankan seluruh rencana kegiatan yang telah ditetapkan sejak awal, mulai dari penentuan akad pengumpulan modal yang menggunakan akad musyarakah, perancangan strategi keuangan, perhitungan HPP pervarian produk, analisis dan perhitungan BEP, pencatatan keuangan secara berkala, hingga penyusunan laporan keuangan yang mencakup laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, serta laporan arus kas. Total modal yang terkumpul pada awal usaha yakni sebesar Rp1,750,000 dengan menggunakan akad musyarakah sebagai landasan kemitraan, sementara akad istishna dan bai al Mutlaq digunakan sebagai akad transaksi penjualan secara daring dan penjualan langsung melalui booth.

Ketiga, dari sisi tantangan pada aspek produksi, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi selama proses produksi berlangsung. Dimulai dari penentuan produk

yang semula direncanakan sebagai produk closebox diharuskan pivot ke produk *Flowerbox* karena kurangnya kompetensi dalam membuat handcraft closebox. Selain itu sulitnya menemukan vendor papan pvc yang sesuai dengan kebutuhan produk *Flowerbox* mengingat kebanyakan vendor yang disurvei menyediakan pvc untuk kebutuhan interior bangunan. Lalu keterbatasan variasi desain tulisan dari vendor certas cutting mendorong tim *giftme* beralih menggunakan stiker transparan sebagai solusi alternatif. Hambatan yang paling berpengaruh secara signifikan adalah keluarnya salah satu anggota yang bertanggung jawab pada bidang produksi, sehingga diperlukan redistribusi tanggung jawab pada bagian produksi kepada dua anggota yang tersisa agar operasional usaha tetap dapat berjalan tanpa mengorbankan kualitas produk yang dihasilkan.

Keempat, dari sisi kinerja keuangan, selama periode operasional berlangsung, *giftme* berhasil mencatatkan total pendapatan penjualan sebesar Rp1,535,000 yang diperoleh dari penjualan 16 produk dengan laba bersih sebesar Rp286,983. Kerugian yang dialami pada bulan November 2025 disebabkan belum berjalannya aktivitas penjualan dan rendahnya pemasukan periode Maret disebabkan oleh kurang aktifnya pemasaran yang dilakukan karena terpotong liburan panjang.

Kelima, dari sisi ketercapaian titik impas usaha, perlu dibedakan antara titik impas pada level produk dan titik impas usaha secara keseluruhan. Pada level produk, berdasarkan perhitungan BEP yang telah dilakukan, BEP unit rata-rata pada produk *Flowerbox* berada pada angka 2unit produk pervarian dengan BEP rupiah rata-rata diangka Rp126,158 dan capaian tersebut telah dipenuhi pada beberapa periode operasional usaha terutama pada bulan Desember 2025 dan April 2026. Namun demikian, pada level usaha, titik impas tersebut belum sepenuhnya tercapai mengingat total pendapatan penjualan yang diperoleh sebesar Rp1,535,000 masih berada di bawah total modal yang dikumpulkan pada awal berjalannya usaha sebesar Rp1,750,000 dengan selisih sebesar Rp215,000. Kondisi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yakni pada pola penjualan yang cenderung naik turun, kurang aktifnya pemasaran yang dilakukan pada beberapa periode, serta

masih adanya stok produk yang belum terjual dan tercatat sebagai persediaan barang dalam laporan posisi keuangan. stok persediaan yang tersisa tersebut masih berpotensi untuk menghasilkan pendapatan pada periode operasional berikutnya sehingga belum dicatatkan sebagai kerugian.

B. SARAN

Pelaksanaan perintisan bisnis *Flowerbox Giftme* selama periode November 2025 hingga April 2026 telah memberikan pengalaman serta pembelajaran berharga yang dapat dijadikan landasan perbaikan pada periode operasional berikutnya. Dari berbagai pengalaman, tantangan dan evaluasi yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan guna mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan usaha *giftme* kedepannya.

Pertama, konsistensi dalam menjalankan usaha perlu diperkuat lagi dengan menetapkan komitmen bersama yang lebih terstruktur sejak awal, termasuk penetapan jadwal koordinasi rutin dan pembagian peran yang jelas antar anggota tim. Pengembangan grit atau ketekunan dalam setiap individu yang berkepentingan perlu terus diasah agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan tanpa bergantung pada kondisi dan motivasi sesaat, mengingat konsistensi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha dalam jangka waktu yang panjang.

Kedua, dari sisi pengendalian produksi dan pengelolaan persediaan, tim *giftme* perlu menerapkan stock opname yang lebih terstruktur dan terjadwal secara berkala, mengingat selama periode operasional berlangsung pencatatan dan perhitungan stok persediaan belum dilakukan secara optimal sehingga terdapat potensi selisih antara data stok tercatat dengan kondisi stok fisik yang sebenarnya ada. Penerapan stock opname secara rutin di setiap akhir periode operasional akan membantu tim *giftme* dalam memperoleh Gambaran yang akurat mengenai jumlah bahan baku yang tersedia, produk yang telah selesai diproduksi, serta produk yang telah terjual, sehingga perencanaan produksi pada periode berikutnya dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan efisien. Selain itu, proses quality control perlu diperketat dengan menerapkan standar pemeriksaan yang lebih sistematis pada setiap tahapan produksi, mulai dari pengecekan bahan baku hingga pemeriksaan

akhir produk sebelum disimpan maupun dipasarkan, sehingga konsistensi kualitas produk *giftme* dapat terjaga secara menyeluruh bukan hanya dilakukan saat produk terlihat bermasalah saja.

Ketiga, dari sisi pengelolaan keuangan, pencatatan transaksi sebaiknya dilakukan secara lebih sistematis, terstruktur, dan real time agar tidak ada data yang terlewat dan proses penyusunan laporan keuangan dapat berjalan lebih efisien dan akurat. Peningkatan literasi akuntansi sesuai standar SAK juga perlu dilakukan secara mandiri mengingat pemahaman akuntansi keuangan yang baik akan sangat membantu dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat, terukur, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Keempat, strategi pemasaran perlu dirancang secara lebih proaktif dan tidak hanya mengandalkan satu momentum event wisuda sebagai sumber pendapatan utama. Pemanfaatan media digital secara lebih optimal, termasuk pembuatan konten promosi yang konsisten dan penargetan segmen pasar yang lebih luas diluar lingkungan kampus perlu menjadi prioritas agar penjualan dapat terdistribusi secara lebih merata disetiap periode operasional.

Kelima dari segi pengembangan produk, tim *giftme* perlu mempertimbangkan penambahan varian produk yang lebih beragam, termasuk varian produk yang lebih berwarna dan pengembangan layanan custom order yang lebih terstruktur, guna mengakomodasi berbagai kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang. Inovasi produk yang bekelanjutan dapat menjadi kunci untuk membedakan *giftme* dari kompetitor sejenis yang semakin bertumbuh di pasar hadiah Yogyakarta.

Terakhir, guna mencapai titik impas usaha secara keseluruhan pada periode berikutnya, tim *giftme* perlu memprioritaskan penjualan stok produk yang masih tersisa sekaligus meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemasaran yang lebih agresif. Penetapan target penjualan per periode juga perlu diterapkan sebagai tolak ukur kinerja keuangan yang dapat dievaluasi secara berkala, sehingga seluruh

potensi laba yang dimiliki usaha *giftme* dapat terealisasi secara optimal dan titik impas usaha dapat segera tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, S., Renaldi, R., & Baihaki, A. F. (2024). ANALISIS FATWA DSN MUI NO: 115/DSN-MUI/IX/2017 TENTANG AKADMUDHARABAHDALAM KEGIATAN USAHA BERSAMA. *Madani Syariah*, *7*(1), 31–42.

Anita, D. (2019). URGENSI AKAD DALAM TRANSAKSI BISNIS ISLAM. *Madani Syari'ah*, *2*, 79–88.

Arsyad, M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, *8*(2), 183–197.

Bachtiar, M., Syahara, N., Zulbainarni, N., & Dzulhira, H. (2023). Sympathy Gift: Inovasi Bisnis Parsel Dalam Memperkuat Interaksi Sosial. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, *9*(1), 129–142. https://doi.org/10.34203/jimfe.v9i1.7405

Davies, G., Whelan, S., Foley, A., & Walsh, M. (2010). Gifts and Gifting. *International Journal of Management Reviews*, *12*(4), 413–434. https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00271.x

Davina, D. (2020). *Hampers jadi Bisnis Silaturahmi Saat Pandemi Corona Melanda*. Konmpas TV. https://www.kompas.tv/bisnis/82116/hampers-jadi-bisnis-silaturahmi-saat-pandemi-corona-melanda#google_vignette

Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). PENGUATAN KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *11*, 80–91.

Dicky Perwira Ompusunggu, & Nina Irenetia. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, *3*(2), 140–147. https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1129

Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). *PENGARUHBIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PT.PERKEBUNAN NUSANTARA VIIIA*. *11*(April), 43–55.

Friadi, J., Satriawan, B., Safarudin, M., Dewi, N., & Windiyati, D. (2022). *Kewirausahaan Berbasis Produk*. samudra biru.

Gill, A., & Thomas, M. D. (2023). The dynamic efficiency of gifting. *Journal of Institutional Economics*, *19*(1), 70–85. https://doi.org/10.1017/s1744137422000200

Indonesia Gift Card and Incentive Card Market Intelligence and Future Growth Dynamics, 2019-2023 & 2024-2028. (2024). GlobeNewsWire. https://www.globenewswire.com/news-release/2024/10/23/2967517/28124/en/Indonesia-Gift-Card-and-Incentive-

Card-Market-Intelligence-and-Future-Growth-Dynamics-2019-2023-2024-2028.html#:~:text=The gift card industry in,8.9%25 during 2024-2028.

Inosensia, M. Y., Dekrita, Y. A., & Obon, W. (2023). Analisis Laporan Arus Kas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Koperasi (Studi Pada Koperasi Yang Terdaftar Pada Pusat Koperasi Kredit Swadaya Utama Maumere Periode 2014-2019). *Projemen UNIPA*, *10*(2).

Januaji, D. (2025). *Kompetitor Adalah: Pengertian, Manfaat, dan Cara Pintar Menghadapinya*. Accurate.Id. https://accurate.id/bisnis-ukm/kompetitor-adalah/

Japar, R., R, W. W., Karmila, Y., & Masse, R. A. (2024). IMPLEMENTASI AKAD SALAM DAN ISTISHNA' di PERBANKAN SYARIAH. *Jurnal Teknologi Pendidikan Madrasah*, *7*, 123–141.

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi DI Yogyakarta, 2022. (2022). https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-provinsi-di-yogyakarta.html?year=2022

Lee, A., & Ie, M. (2025). *PERAN ENTREPRENEURIAL GRIT DAN PASSION BERWIRAUSAHA*. *9*(1), 275–288.

Marpaung, M. (2014). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN TEAM WORK. *Jurnal Ilmiah Widya*, *2*(April).

Mauss, M. (2002). *The Gift: the form and reason for exchange in archaic societies*. routletge.

Mawaddah, J. (2022). *Pengertian Bai' Al-Mutlaq dan contohnya*. Ukmindonesia.Id. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/-bai-almutlaq

Nafarin, M. (2007). *Penganggaran Perusahaan* (Edisi Revi). Salemba Empat.

Nainggolan, S., Marpaung, I., Hutasoit, H., & Zega, N. (2024). *Analisis Perilaku Biaya Terhadap Biaya Tetap dan Biaya Variabel*. *3*(5), 2415–2424.

Nasihah, D., & Listiadi, A. (2019). PENGARUH PEMBELAJARAN AKUNTANSI KEUANGAN, LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, *7*(1), 336–341.

Nur'aidah, A., Puspita, N. A., Sari, N. Z. N., & Santoso, R. A. (2024). *Analisis Penyusunan Anggaran Biaya Operasional CV. Sukses Bersama*. *2*(1), 256–263.

Nurhasanah, Perkasa, D. H., Magito, Fathihani, Abdullah, M. A. F., & Kamil, I. (2023). KEINGINAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA DIPENGARUHI OLEH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI

BERWIRAUSAHA DAN KREATIVITAS BERWIRAUSAHA. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, *3*(1), 27–44.

Purwanti, E. (2012). 13 Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga (Endang Purwanti. *Among Makarti*, *5*, 13–28.

Purwanti, Rahmawati, N., & Sari, I. C. (2025). *PENYUSUNAN ANGGARAN MODAL PADA UMKM NASI UDUK : 7*(1), 282–290.

Putu, N., Asih, S., Agung, I. G. A., & Pujawanti, M. (2023). *Inovasi Gift Dalam Berbagai Kreasi Sebagai Secret Gift Yang Inovatif*. *6*, 57–62.

Qoiriyah, M., Marcella, C., Budiono, V., Crisandy, F., & Djaelani, E. (2024). *Konsep Musyarakah Dalam Perbankan Syariah*. *2*(3), 118–125.

Rustiana, Budisantoso, A. T., & Kurniawan, C. H. (2025). Pelatihan Literasi Akuntansi Keuangan bagi Pelaku UMKM Credit Union Cindelaras Tumangkar. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, *5*(1), 7–11.

Salisu, I., Hashim, N., Mashi, M. S., & Aliyu, H. G. (2020). Perseverance of effort and consistency of interest for entrepreneurial career success: Does resilience matter? *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *12*(2), 279–304. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEEE02-2019-0025

Singal, R. A., & Pinatik, S. (2015). EVALUASI PENYUSUNAN LAPORAN LABA RUGI DAN NERACA BERDASARKAN SAK ETAP PADA PT.KARUNIA MULTIGUNA ABADI. *Jurnal EMBA*, *3*(4), 395–403.

Tualeka, T. D., & Bashori, K. (2023). *Menjelajahi Grit : Sebuah Kajian Literatur Naratif*. *6*(2019), 6340–6346.

Tumboki, A., Sangkek, S. D., & Karisago, I. T. (2025). *Analisis Perencanaan Laba Melalui Perhitungan Break Even Point (BEP) Dari karya Anak-anak Kel. Malasilen Kota Sorong Berupa Lukisan Dari Beras*. *1*, 43–47.

Widyastuti, P. (2017). Pencatatan Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Bidang Jasa. *Journal for Business and Entrepreneur*, *1*(1), 50–63.

Wiraguna, R. T. (2021). Implementasi Pivot Strategy pada Startupdalam Menghadapi Persaingan(Studi pada StartupCV. Reddone Digital). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business and Management*, *4*, 64–71.

Yuniarwati, Limawan, E., & Terence, W. (2025). KALKULASI BIAYA PRODUKSI DENGAN MENGGUNAKAN JOB ORDER COSTING UNTUK PT CHS Pengertian Harga Pokok Penjualan adalah jumlah pengeluaran secara langsung maupun tidak. *Serina Abdimas*, *3*(3), 1020–1023. https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jsa.v3i3.36997

LAMPIRAN

- Jurnal Umum Periode November

no	Tanggal	keterangan	Akun	debit	kredit
1	22/11/25	modal yahya	Kas	300,000	
	22/11/25		Modal		300,000
2	22/11/25	modal yahya	Kas	200,000	
	22/11/25		Modal		200,000
3	22/11/25	modal Destia	Kas	500,000	
	22/11/25		Modal		500,000
4	22/11/25	Modal Fauzan	Kas	500,000	
	22/11/25		Modal		500,000
5	22/11/25	pembuatan sample	Persediaan Close Box	213,900	
	22/11/25		Kas		213,900
6	22/11/25	modal yahya	Kas	50,000	
	22/11/25		Modal		50,000
7	22/11/25	modal destia	Kas	50,000	

	22/11/25		Modal		50,000
8	22/11/25	Modal yahya	Kas	50,000	
	22/11/25		Modal		50,000
9	22/11/25	Pembelian Kartu telkom	Biaya Operasional	11,000	
	22/11/25		Kas		11,000
10	22/11/25	pembelian Karton Hardbox u 12 pcs	Persediaan BOX	132,000	
	22/11/25		Kas		132,000
11	22/11/25	pembelian Kertas Line 12pcs	Persediaan BOX	145,200	
	22/11/25		Kas		145,200
12	22/11/25	pembelian Lem Kardus	Bahan habis Pakai	20,500	
	22/11/25		Kas		20,500
13	22/11/25	pembelian Papan PVC 5mm, 122x244	Persediaan PVC	180,000	
	22/11/25		Kas		180,000
14	22/11/25	pembelian cutter	Peralatan	6,500	
	22/11/25		Kas		6,500
15	22/11/25	pembelian isolasi kertas	Bahan habis Pakai	6,000	
	22/11/25		Kas		6,000

16	22/11/25	Pembelian Stok Bunga Satin	Persediaan Bunga	170,000	
	22/11/25		Kas		170,000
17	22/11/25	pembelian styrofoam	Persediaan Styrofoam	12,500	
	22/11/25		Kas		12,500
18	22/11/25	pembelian Ketas Suwir	Bahan habis Pakai	10,000	
	22/11/25		Kas		10,000
19	22/11/25	pembelian pita satin	Bahan habis Pakai	9,500	
	22/11/25		Kas		9,500
20	22/11/25	Pembelian Stok Bunga	Persediaan Bunga	128,472	
	22/11/25		Kas		128,472
21	22/11/25	pembelian Stok Bunga	Persediaan Bunga	33,672	
	22/11/25		Kas		33,672
22	22/11/25	pembelian Stok daun willow	Persediaan Bunga	67,595	
	22/11/25		Kas		67,595
23	22/11/25	pembelian isi lem tembak	Bahan habis Pakai	15,000	
	22/11/25		Kas		15,000

24	22/11/25	pembelian Lem tembak	Peralatan	12,000	
	22/11/25		Kas		12,000
25	22/11/25	Pembelian Tang	Peralatan	22,000	
	22/11/25		Kas		22,000
26	22/11/25	biaya admin	Biaya Operasional	3,000	
	22/11/25		Kas		3,000
27	22/11/25	Modal Fauzan	Kas	100,000	
	22/11/25		Modal		100,000
28	22/11/25	pembelian peralatan	Peralatan	6,000	
	22/11/25		Kas		6,000
29	22/11/25	gajian	Biaya Operasional	40,000	
	22/11/25		Kas		40,000
30	22/11/25	selisih	Biaya Operasional	7,917	
	22/11/25		Kas		7,917

- Jurnal Umum Periode Desember

no	**Tanggal**	**keterangan**	**Akun**	**debit**	**kredit**

1	8/12/25	pembelian alat pemotong gabus	Peralatan	80,923	
	8/12/25		Kas		80,923
2	9/12/25	pembelian busur	Peralatan	26,500	
	9/12/25		Kas		26,500
3	10/12/25	Pembelian Hotgun	Peralatan	42,217	
	10/12/25		Kas		42,217
4	13/12/25	Pembelian gunting dan isian cutter	Peralatan	12,000	
	13/12/25		Kas		12,000
5	14/12/25	cetak stiker	Persediaan Stiker	28,000	
	14/12/25		Kas		28,000
6	14/12/25	admin bank	Biaya Operasional	1,000	
	14/12/25		Kas		1,000
7	16/12/25	penjualan pvc box c	Kas	200,000	
	16/12/25		piutang usaha	100,000	
	16/12/25		Penjualan Flower Box		300,000
8	18/12/25	Restock bunga	Persediaan Bunga	170,547	

	18/12/25		Kas		170,547
9	25/12/25	Paper bag	Persediaan Paperbag	104,500	
	25/12/25		Kas		104,500
10	25/12/25	Pembayaran piutang tanggal16	Kas	100,000	
	25/12/25		piutang usaha		100,000
11	26/12/25	admin bank	Biaya Operasional	3,000	
	26/12/25		Kas		3,000
12	26/12/25	pembelian lem G	Bahan habis Pakai	10,000	
	26/12/25		Kas		10,000
13	26/12/25	cetak stiker	Persediaan Stiker	29,000	
	26/12/25		Kas		29,000
14	26/12/25	admin bank	Biaya Operasional	2,500	
	26/12/25		Kas		2,500
15	28/12/25	penjualan booth wisuda	Kas	100,000	
	28/12/25		Penjualan Flower Box		100,000
16	30/12/25	Gajian	Biaya Operasional	40,000	

	30/12/25		Kas		40,000

- Jurnal Umum Periode Januari

no	Tanggal	keterangan	Akun	debit	kredit
1	11/1/26	perubahan struktur modal	Kas	500,000	
			Modal		500,000
2	11/1/26	penjualan produk A	Kas	170,000	
			Penjualan Flower Box		170,000
3	13/1/26	tambahan stok bunga biru	Persediaan Bunga	113,900	
			Kas		113,900
4	13/1/26	admin bank	Biaya Operasional	500	
			Kas		500
5	13/1/26	cetak stiker dan kartu	Persediaan Kartu ucapan	24,000	
			Persediaan Stiker	14,500	
			Kas		38,500
6	20/1/26	penjualan produk B	Kas	90,000	
			Penjualan Flower Box		90,000

7	26/1/26	admin bank	Biaya Operasional	3,000	
			Kas		3,000
8	31/1/26	Gajian	Biaya Operasional	40,000	
			Kas		40,000

- Jurnal Umum Periode Februari

no	Tanggal	keterangan	Akun	debit	kredit
1	3/2/26	pembelian pilox 5 buah 3 warna	Persediaan Pilox	135,900	
			Kas		135,900
2	5/2/26	Restock papan PVC	Persediaan PVC	150,000	
			Kas		150,000
3	7/2/26	penjualan produk C	Kas	100,000	
			Penjualan Flower Box		100,000
4	8/2/26	cetak stiker	Persediaan Stiker	29,000	
			Kas		29,000
5	8/2/26	penjualan produk b warna	Kas	100,000	
			Penjualan Flower Box		100,000

6	10/2/26	Restock gabus	Persediaan Styrofoam	22,000	
			Kas		22,000
7	10/2/26	pembelian alas meja	Perlengkapan	10,071	
			Kas		10,071
8	13/2/26	pembelian lem G	Bahan habis Pakai	6,800	
			Kas		6,800
10	13/2/26	pembelian paper bag	Persediaan Paperbag	110,400	
			Kas		110,400
11	13/2/26	pembelian gabus	Persediaan Styrofoam	22,500	
			Kas		22,500
12	13/2/26	pembelian pita satin biru	Bahan habis Pakai	6,250	
			Kas		6,250
13	13/2/26	pembelian isi lem tembak	Bahan habis Pakai	9,000	
			Kas		9,000
14	13/2/26	pembelian lem g	Bahan habis Pakai	6,500	
			Kas		6,500

15	13/2/26	cetak stiker	Persediaan Stiker	58,000	
			Kas		58,000
16	14/2/26	penjualan booth	Kas	90,000	
			Penjualan Flower Box		90,000
17	26/2/26	admin bank	Biaya Operasional	3,000	
			Kas		3,000
18	28/2/26	Gajian	Biaya Operasional	40,000	
			Kas		40,000

- Jurnal Umum Periode Maret

no	Tanggal	keterangan	Akun	debit	kredit
1	9/3/26	penjualan produk C	Kas	100,000	
			Penjualan Flower Box		100,000
2	10/3/26	cetak stiker	Persediaan Stiker	14,500	
			Kas		14,500
3	10/3/26	admin bank	Biaya Operasional	3,000	
			Kas		3,000

- Jurnal Umum Periode April

no	Tanggal	keterangan	Akun	debit	kredit
1	14/4/26	Perubahan Struktur Modal	Modal	550,000	
			Kas		550,000
2	23/4/26	penjualan produk B	Kas	100,000	
			Penjualan Flower Box		100,000
3	24/4/26	penjualan Produk B	Kas	100,000	
			Penjualan Flower Box		100,000
4	24/4/26	cetak stiker	Persediaan Stiker	14,500	
			Kas		14,500
5	26/4/26	penjualan produk	Kas	110,000	
			Penjualan Flower Box		110,000
6	26/4/26	penjualan produk	Kas	90,000	
			Penjualan Flower Box		90,000
7	27/4/26	penjualan produk	Kas	85,000	
			Penjualan Flower Box		85,000

8	26/4/26	admin bank	Biaya Operasional	3,000	
			Kas		3,000
9	27/4/26	cetak stiker	Persediaan Stiker	14,500	
			Kas		14,500
10	27/4/26	admin bank	Biaya Operasional	500	
			Kas		500
11	30/4/26	Gajian	Biaya Operasional	40,000	
			Kas		40,000

- Jurnal Penyesuaian Periode Desember

no	**Tanggal**	**keterangan**	**Akun**	**debit**	**kredit**
1	15/12/25	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	177,450	
			Persediaan PVC		45,000
			Persediaan Bunga		93,600
			Persediaan Styrofoam		6,000
			Persediaan Stiker		24,000
			Bahan habis Pakai		8,850

2	16/12/25	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	177,450	
			Persediaan Produk Jadi		177,450
3	27/12/25	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	59,150	
			Persediaan PVC		15,000
			Persediaan Bunga		31,200
			Persediaan Styrofoam		2,000
			Persediaan Stiker		8,000
			Bahan habis Pakai		2,950
4	28/12/25	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	59,150	
			Persediaan Produk Jadi		59,150

- Jurnal Penyesuaian Periode Januari

no	**Tanggal**	**keterangan**	**Akun**	**debit**	**kredit**
1	10/1/26	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	108,900	
			Persediaan PVC		24,000
			Persediaan Bunga		40,000
			Persediaan Styrofoam		4,000

			Persediaan Stiker		16,000
			Persediaan Paperbag		19,000
			Bahan habis Pakai		5,900
2	11/1/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	108,900	
			Persediaan Produk Jadi		108,900
3	13/1/26	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	58,450	
			Persediaan PVC		12,000
			Persediaan Bunga		24,000
			Persediaan Styrofoam		2,000
			Persediaan Stiker		8,000
			Persediaan Paperbag		9,500
			Bahan habis Pakai		2,150
			Persediaan Kartu ucapan		800
4	20/1/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	58,450	
			Persediaan Produk Jadi		58,450

- Jurnal Penyesuaian Periode Februari

no	Tanggal	keterangan	Akun	debit	kredit
1	5/2/26	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	68,650	
			Persediaan PVC		15,000
			Persediaan Bunga		31,200
			Persediaan Styrofoam		2,000
			Persediaan Stiker		8,000
			Persediaan Paperbag		9,500
			Bahan habis Pakai		2,150
			Persediaan Kartu ucapan		800
2	7/2/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	68,650	
			Persediaan Produk Jadi		68,650
3	7/2/26	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	68,450	
			Persediaan PVC		12,000
			Persediaan Bunga		24,000
			Persediaan Styrofoam		2,000
			Persediaan Stiker		8,000

			Persediaan Paperbag		9,500
			Persediaan Pilox		10,000
			Bahan habis Pakai		2,150
			Persediaan Kartu ucapan		800
4	8/2/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	68,450	
			Persediaan Produk Jadi		68,450
5	13/2/26	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	58,450	
			Persediaan PVC		12,000
			Persediaan Bunga		24,000
			Persediaan Styrofoam		2,000
			Persediaan Stiker		8,000
			Persediaan Paperbag		9,500
			Bahan habis Pakai		2,150
			Persediaan Kartu ucapan		800
6	14/2/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	58,450	
			Persediaan Produk Jadi		58,450
7	26/2/26	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	68,650	

			Persediaan PVC		15,000
			Persediaan Bunga		31,200
			Persediaan Styrofoam		2,000
			Persediaan Stiker		8,000
			Persediaan Paperbag		9,500
			Bahan habis Pakai		2,150
			Persediaan Kartu ucapan		800

- Jurnal Penyesuaian Periode Maret

no	**Tanggal**	**keterangan**	**Akun**	**debit**	**kredit**
1	9/3/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	68,650	
			Persediaan Produk Jadi		68,650
2	10/3/26	pembuatan *Flowerbox*	Persediaan Produk Jadi	831,450	
			Persediaan PVC		160,500
			Persediaan Bunga		348,800
			Persediaan Styrofoam		30,000
			Persediaan Stiker		104,000

			Persediaan Paperbag		38,000
			Persediaan Pilox		100,000
			Bahan habis Pakai		46,150
			Persediaan Kartu ucapan		4,000

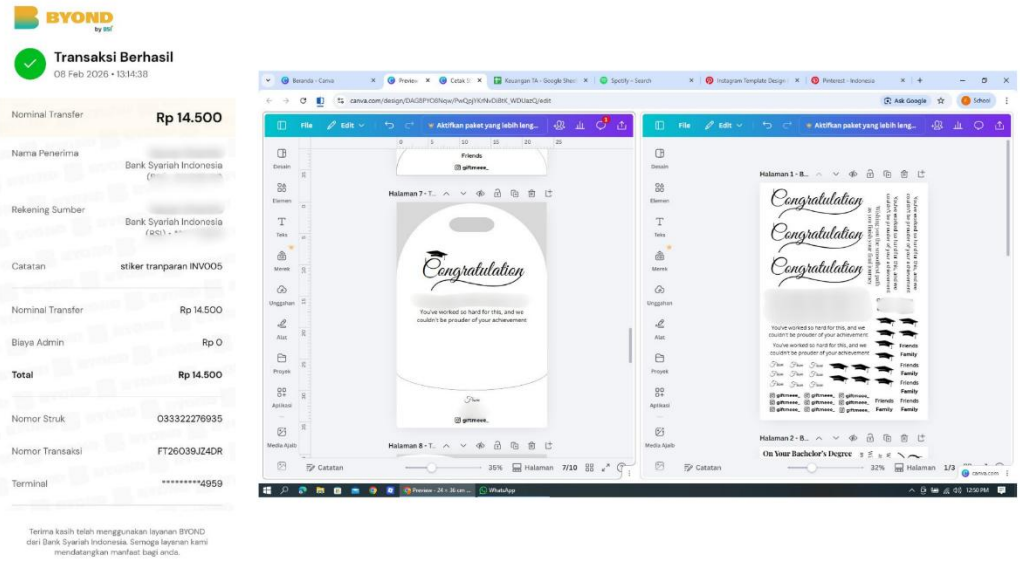
- Jurnal Penyesuaian Periode April

no	Tanggal	keterangan	Akun	debit	kredit
1	23/4/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	68,450	
			Persediaan Produk Jadi		68,450
2	24/4/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	68,450	
			Persediaan Produk Jadi		68,450
3	26/4/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	78,650	
			Persediaan Produk Jadi		78,650
4	26/4/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	68,450	
			Persediaan Produk Jadi		68,450
5	26/4/26	pengurangan produk jadi	HPP *Flowerbox*	54,450	
			Persediaan Produk Jadi		54,450

- Dokumentasi Selama Perintisan Bisnis



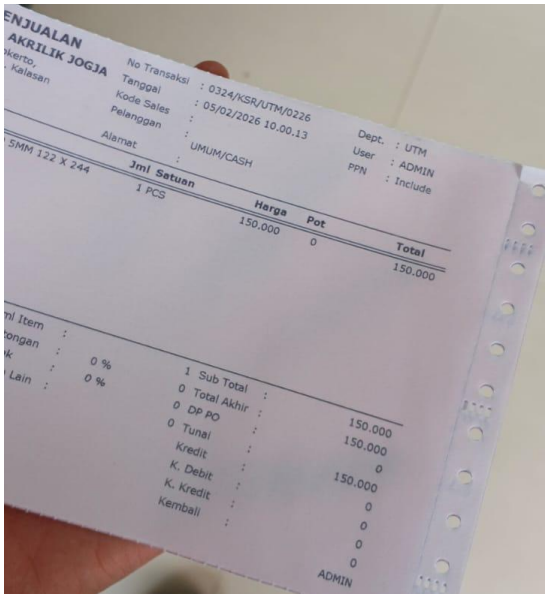
Lampiran 1 Proses pembuatan Flowerbox



Lampiran 2 Desain Kertas Stiker dan bukti pembayaran Kertas Stiker



Lampiran 3 Open Booth Acara Wisuda



Lampiran 4 Bukti Pembayaran Pvc

Laporan Penjualan				
Flowerbox A	85,000	3	255,000	
Flowerbox B	90,000	2	180,000	
Flowerbox C	100,000	6	600,000	
Flowerbox A (Biru)	95,000	0	0	
Flowerbox B (Biru)	100,000	3	300,000	
Flowerbox C (Biru)	110,000	0	0	
FLowerbox A (Pink)	95,000	0	0	
Flowerbox B (Pink)	100,000	1	90,000	disc 10%
Flowerbox C (Pink)	110,000	1	110,000	
		16	1,535,000	

INVOICE									
Invoice number	Tanggal	Produk	Qty	Harga Satuan	Subtotal	Diskon	Total Bayar	Metode Pembayaran	Status
INV0001	16/12/25	Flowerbox C	3	100,000	300,000		300,000	BSI	Paid
INV0002	28/12/25	Flowerbox C	1	100,000	100,000		100,000	Cash	Paid
INV0003	11/1/26	Flowerbox A	2	85,000	170,000		170,000	BSI	Paid
INV0004	20/1/26	Flowerbox B	1	90,000	90,000		90,000	BSI	Paid
INV0005	7/2/26	Flowerbox B (Biru)	1	100,000	100,000		100,000	BSI	Paid
INV0006	8/2/26	Flowerbox C	1	100,000	100,000		100,000	BSI	Paid
INV0007	14/2/26	Flowerbox B	1	90,000	90,000		90,000	BSI	Paid
INV0008	9/3/26	Flowerbox C	1	100,000	100,000		100,000	BSI	Paid
INV0009	23/4/26	Flowerbox B (Biru)	1	100,000	100,000		100,000	Shopeepay	Paid
INV0010	24/4/26	Flowerbox B (Biru)	1	100,000	100,000		100,000	BSI	Paid
INV0011	26/4/26	Flowerbox C (Pink)	1	110,000	110,000		110,000	Cash	Paid
INV0012	26/4/26	Flowerbox B (Pink)	1	100,000	100,000	10,000	90,000	Cash	Paid
INV0013	27/4/26	Flowerbox A	1	85,000	85,000		85,000	Shopeepay	Paid
							1,535,000		

Lampiran 5 Laporan Penjualan Unit dan Status Pembayaran

Produk 1; Open Box Flower A (warna)			
produk	harga	Qty	Total
Bunga Artificial	2,500	10	25,000
Stiker	8,000	1	8,000
PVC Box	12,000	1	12,000
Cat	10,000	1	10,000
Total Bahan Baku			**55,000**
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			**69,450**
Harga Jual			**95,000**
Margin			25,550
			26.89%

Produk 1; Open Box Flower A			
produk	harga	Qty	Total
Bunga Artificial	2,500	10	25,000
Stiker	8,000	1	8,000
PVC Box	12,000	1	12,000
Total Bahan Baku			**45,000**
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-lain	4,950	1	4,950
Total			**59,450**
Harga Jual			**85,000**
Margin			25,550
			30.06%

Produk 2; Open Box Flower B (warna)			
Bunga Artificial	2,500	12	30,000
Stiker	8,000	1	8,000
PVC Box	12,000	1	12,000
Cat	10,000	1	10,000
Total Bahan Baku			**60,000**
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-Lain	4,950	1	4,950
Total			**74,450**
Harga Jual			**100,000**
Margin			25,550
			25.55%

Produk 2; Open Box Flower B			
Bunga Artificial	2,500	12	30,000
Stiker	8,000	1	8,000
PVC Box	12,000	1	12,000
Total Bahan Baku			**50,000**
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-Lain	4,950	1	4,950
Total			**64,450**
Harga Jual			**90,000**
Margin			25,550
Margin			28.39%

Produk 3; Open Box Flower C (warna)			
Bunga Artificial	2,500	12	30,000
Decoration (daun/bung	1,800	4	7,200
Stiker	8,000	1	8,000
PVC Box	15,000	1	15,000
cat	10,000	1	10,000
Total Bahan Baku			**70,200**
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-Lain	4,950	1	4,950
Total			**84,650**
Harga Jual			**110,000**
Margin			25,350
			23.05%

Produk 3; Open Box Flower C			
Bunga Artificial	2,500	12	30,000
Decoration (daun/bung	1,800	4	7,200
Stiker	8,000	1	8,000
PVC Box	15,000	1	15,000
Total Bahan Baku			**60,200**
Packaging	9,500	1	9,500
Biaya Lain-Lain	4,950	1	4,950
Total			**74,650**
Harga Jual			**100,000**
Margin			25,350
Margin			25.35%

Lampiran 6 Perhitungan HPP

Break Even Point					
	Produk				
1	OB Flower A	1.30	2	110,616.44	110,616
2	OB Flower B	1.30	2	117,123.29	117,123
3	OB Flower C	1.31	2	131,163.71	131,164
4	OB Flower A (warna)	1.30	2	123,630.14	123,630
5	OB Flower B (warna)	1.30	2	130,136.99	130,137
6	OB Flower C (warna)	1.31	2	144,280.08	144,280
7	AVG	1.30	2	126,158.44	126,158

Lampiran 7 Perhitungan BEP

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Muhammad Mujahid Yahya Ayas lahir di Surabaya pada tanggal 3 juli 2002 dan merupakan anak pertama dari enam bersaudara dari pasangan Bapak Abdullah Mukhlis dan Ibu Mahsunah. Bertempat tinggal di Jalan Jemur Wonosari Gang Lebar 66 A. Penulis menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMA Daarut Tauhiid Boarding School Bandung dan dinyatakan lulus pada tahun 2020, kemudian melanjutkan studi di Universitas Islam Indonesia, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam. Penulis dapat dihubungi melalui email yahyayas372@gmail.com