

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Proyek Bisnis

Salah satu indikator yang menggerakkan perekonomian adalah jumlah pengusaha di suatu negara. Pada tahun 2016, rasio jumlah pengusaha di Indonesia masih tergolong rendah, yaitu hanya sebesar 1,65% dari total penduduk. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan jumlah wirausaha, terutama dari sektor UMKM. Indonesia terus berupaya mengembangkan sektor kewirausahaan sebagai fondasi ekonomi yang mandiri sesuai dengan Visi Pembangunan Nasional Tahun 2005-2025. (Ari Purwadi e.t. al, 2021)

Perusahaan rintisan atau *startup* masih tergolong baru di Indonesia. Konsep ini umumnya berkaitan dengan perkembangan industri teknologi dan komunikasi. Namun, hingga saat ini belum terdapat aturan baku yang mendefinisikan maupun mengatur pelaksanaannya. Istilah *startup* berasal dari Silicon Valley dan secara harfiah berarti “tindakan atau proses memulai sesuatu, seperti usaha baru atau organisasi”. Dengan demikian, perusahaan rintisan dapat diartikan sebagai usaha yang baru didirikan atau mulai beroperasi serta masih berada pada tahap pengembangan dan riset untuk menemukan pasar yang sesuai. (Aisyah Assifa e.t. al, 2021)

Perusahaan rintisan di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam satu dekade terakhir. Fenomena tersebut terlihat dari hadirnya Gojek dan Tokopedia yang semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia.

Kondisi ini mendorong para pelaku usaha lainnya untuk turut membangun perusahaan rintisan. Berdasarkan data jumlah perusahaan rintisan yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, jumlah startup di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 992 perusahaan. Sebagian besar perusahaan tersebut berada di wilayah Jabodetabek dengan total 522 perusahaan rintisan atau sebesar 52,62%, sedangkan wilayah Sumatera menempati urutan kedua dengan jumlah 115 perusahaan rintisan atau sebesar 11,53%.

Perkembangan perusahaan rintisan di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat pada tahun-tahun mendatang. Berdasarkan data global yang dirilis oleh *Startup Ranking*, Indonesia memiliki sekitar 2.243 perusahaan rintisan. Jumlah tersebut menempatkan Indonesia dalam lima besar negara dengan jumlah startup terbanyak di dunia. Sementara itu, Amerika Serikat menempati peringkat pertama dengan 99.341 perusahaan rintisan, disusul oleh India sebanyak 10.389 perusahaan, Inggris sebanyak 5.732 perusahaan, dan Kanada sebanyak 2.964 perusahaan (Aisyah Assyifa, 2021).

Akuntansi berfungsi sebagai pusat pengambilan keputusan bagi individu, pemerintah, dan perusahaan, yang semuanya bergantung pada sumber daya negara, akuntansi memainkan peran penting dalam mendorong perekonomian dan sistem sosial kita. Kondisi keuangan setiap bisnis sangat penting, dan proses pencatatan dan pelaporan informasi keuangan sangat memengaruhi keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Dalam sistem informasi akuntansi, akuntansi sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan

kemampuan pengambilan keputusan, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. (Liza & Rayyan, 2024).

Analisis dan pelaporan transaksi dilakukan oleh sistem akuntansi untuk membantu pengambilan keputusan strategis. Akuntansi, seperti yang dinyatakan oleh Hery (2019), adalah alat manajemen yang membantu dalam perencanaan bisnis, pengawasan, dan pengukuran kinerjanya. Dengan menggunakan informasi yang tepat, orang dapat membuat strategi yang lebih baik untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang mereka. Laporan keuangan yang dibuat menggunakan sistem akuntansi memberikan gambaran lengkap tentang bagaimana keuangan perusahaan berfungsi. Untuk menilai kinerja dan prospek pertumbuhan perusahaan, investor, kreditor, dan manajemen memerlukan data ini.

SAK EMKM adalah standar akuntansi keuangan yang berdiri sendiri yang dapat digunakan oleh entitas yang memenuhi definisi entitas tanpa akuntabilitas publik yang signifikan, seperti yang diatur dalam SAK ETAP dan karakteristik dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). SAK EMKM mendefinisikan konsep entitas bisnis sebagai salah satu asumsi dasar, dan oleh karena itu memungkinkan entitas tersebut untuk menyusun laporan keuangan (IAI).

Laporan keuangan entitas ED SAK EMKM menggunakan asumsi dasar akrual dan kelangsungan usaha, yang berlaku untuk entitas mikro, kecil, dan menengah, serta konsep entitas bisnis. Laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan catatan terdiri dari laporan keuangan entitas.

Akuntansi Syariah adalah sistem akuntansi yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, yang mencakup hukum Islam dalam pengelolaan keuangan dan bisnis. Dalam dunia keuangan dan ekonomi modern, penerapan akuntansi syariah semakin penting bagi bisnis. Dengan pertumbuhan industri keuangan syariah yang cepat, sangat penting bagi bisnis yang ingin menerapkan nilai-nilai dan prinsip Islam dalam operasi mereka.

Perusahaan yang menerapkan kebijakan keuangan syariah perlu melakukan pengukuran, pelaporan, dan pengungkapan data keuangan sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam konteks bisnis kontemporer, analisis mengenai penerapan akuntansi syariah menjadi semakin penting. Dengan demikian, perusahaan dapat mempertahankan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam serta memperoleh kepercayaan masyarakat di tengah meningkatnya perhatian terhadap aspek etika dalam bisnis.

Akuntansi syariah adalah metode pengelolaan keuangan yang berbeda dari pendekatan konvensional karena didasarkan pada prinsip keadilan, transparansi, dan pembagian risiko yang adil. Dengan pertumbuhan ekonomi Islam yang pesat, akuntansi syariah telah mendapat perhatian yang signifikan di dunia bisnis. Fatmawatie (2017) menekankan bahwa akuntansi syariah mendorong tanggung jawab sosial dan keberlanjutan selain pelaporan keuangan. Hal ini semakin penting bagi praktik bisnis kontemporer.

Peningkatan kebutuhan sektor keuangan akan transparansi dan akuntabilitas, terutama setelah krisis keuangan global tahun 2008. Studi yang dilakukan oleh (Mukhibad, 2018) menemukan bahwa penerapan akuntansi

syariah dapat membantu bisnis dalam menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas, khususnya di kalangan investor yang memperhatikan aspek etis dan keagamaan dalam investasi mereka. Selain itu, menurut Sukma (2021), penerapan akuntansi syariah dapat membantu membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan mengurangi risiko ekonomi sistemik.

Selain aspek teknis dalam pencatatan dan pelaporan keuangan, faktor etika bisnis jugaberperan penting dalam menentukan kualitas laporan keuangan UMKM. Etika bisnis mencerminkan prinsip moral yang diterapkan dalam operasional usaha untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas keuangan. Beberapa penelitian menunjukan bahwa penerapan etikabisnis dapat mengurangi risiko manipulasi data keuangan dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan (Wicaksana et al., 2023).

Bisnis adalah apa pun yang dilakukan oleh orang atau perusahaan, seperti membuat barang dan jasa, membeli, menjual, dan bertukar barang dan jasa. Tujuan umum dari bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan finansial dan mengumpulkan dana yang cukup untuk bertahan hidup. (M. Fuad et al, 2000).

Bisnis dapat didefinisikan sebagai semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih yang terorganisir dalam upaya menghasilkan keuntungan melalui penyediaan barang yang dibutuhkan masyarakat.

Proyek bisnis adalah sejumlah tindakan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan berbagai sumber daya, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau memanfaatkan kesempatan agar dapat memberi manfaat atau keuntungan finansial kepada pengembangnya.

Perusahaan dan pembisnis banyak yang mulai menggunakan teknologi untuk penjualan dan pemasaran produk mereka agar dapat bersaing di era teknologi modern (Windi & Mursid, 2021). Mereka dapat memasarkan produk mereka melalui iklan di media sosial dan *e-commerce* (Hartawan et al., 2021). Melakukan transaksi tanpa uang tunai akan menjadi lebih mudah dengan memanfaatkan teknologi digital.

Produk bouquet hingga saat ini masih menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat di Bandung. Tingginya tingkat persaingan dalam bisnis bouquet terjadi karena usaha ini berada pada pasar persaingan sempurna, yaitu kondisi pasar yang melibatkan banyak penjual dan pembeli Runci (2021). Selain itu, bouquet bunga asli menjadi kompetitor utama karena mampu mencatat penjualan tahunan mencapai 540.000 unit, jauh lebih tinggi dibandingkan bouquet bunga artificial yang hanya mencapai 38.840 unit per tahun. (Surtawijaya, 2019).

Usaha yang akan dikembangkan bergerak di bidang kerajinan, khususnya pembuatan produk bouquet dan gift box. Bisnis ini telah beroperasi sejak tahun 2023 dan berlokasi di Bandung. Usaha bouquet dan gift box memiliki prospek yang baik karena produknya tetap diminati dari waktu ke waktu serta memberikan peluang besar untuk terus menghadirkan inovasi dan ide-ide kreatif baru. Dalam proses pembuatannya, bisnis ini membutuhkan keterampilan tangan agar setiap produk memiliki tampilan yang menarik, estetik, dan bernilai jual tinggi. Produk yang ditawarkan juga memiliki harga yang terjangkau dengan kualitas yang tetap terjaga. Selain itu, sebagian bahan

dan perlengkapan yang digunakan merupakan hasil produksi sendiri, sehingga dapat membantu menekan biaya operasional yang dikeluarkan.(Hambali & Andarini, 2021).

Asyahri Bouquet merupakan usaha yang bergerak di bidang pembuatan rangkaian bunga dan berbagai benda lainnya yang disusun secara kreatif menyerupai bouquet atau karangan bunga. Pada awalnya, bouquet hanya dikenal sebagai rangkaian bunga segar yang digunakan dalam berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, wisuda, maupun perayaan lainnya. Namun, seiring berkembangnya tren dan meningkatnya kebutuhan pasar, usaha bouquet kini mengalami banyak inovasi dengan memanfaatkan berbagai bahan alternatif. Tidak hanya menggunakan bunga segar, bouquet juga dibuat dari bahan seperti kain flanel, sabun, kertas, coklat, snack, uang, hingga boneka, sehingga menghasilkan produk yang lebih beragam, unik, dan menarik bagi konsumen.

Bouquet yang dibuat dari bahan selain bunga kini menjadi pilihan yang banyak diminati karena memiliki daya tahan yang lebih lama serta memberikan kesan unik dan lebih personal. Selain itu, jenis bouquet ini dapat dikustomisasi sesuai dengan keinginan konsumen maupun tema acara tertentu, mulai dari pemilihan warna, desain, hingga isi bouquet yang memiliki makna atau nilai simbolis tersendiri bagi penerimanya.

Peluang usaha di bidang bouquet juga dinilai cukup menjanjikan karena tingginya minat masyarakat terhadap hadiah yang kreatif dan bersifat personal. Target pasar usaha ini mencakup berbagai acara, seperti pernikahan, wisuda,

ulang tahun, serta perayaan khusus lainnya seperti Hari Valentine dan Hari Ibu. Namun demikian, menjalankan usaha bouquet tidak hanya membutuhkan kemampuan dalam merangkai dan mendesain produk, tetapi juga memerlukan perencanaan bisnis yang baik, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan dan strategi pengembangan usaha.

Persaingan dalam industri bouquet saat ini semakin kompetitif dengan hadirnya berbagai pelaku usaha, baik skala kecil maupun besar, yang menawarkan produk dan layanan serupa. Oleh karena itu, para pelaku usaha bouquet perlu memperhatikan strategi bisnis dan pengelolaan finansial secara tepat agar usaha yang dijalankan mampu bertahan, berkembang, dan memiliki daya saing di pasar.

Keputusan pembelian adalah pilihan yang dilakukan pembeli berdasarkan kecenderungan terhadap merek dalam berbagai jenis keputusan sebelum memutuskan untuk membeli, banyak pelanggan percaya bahwa kualitas produk sangat penting. Setelah mengetahui sifat barang tersebut, mereka akan langsung memberikan penilaian terhadap barang itu.

Kualitas produk yang ditawarkan sering menjadi pertimbangan penting selain harga dalam kegiatan penjualan. Menurut Tjiptono (2009), kualitas produk berpengaruh dalam membangun hubungan yang lebih erat antara penjual dan konsumen. Hubungan tersebut menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara kualitas produk dengan sikap serta respons konsumen.

Seiring perkembangan waktu, para pelaku usaha semakin bersaing dalam menawarkan produk dengan kualitas terbaik. Dengan memanfaatkan kondisi

ekonomi digital yang didukung oleh media web sebagai sarana promosi, para pedagang dapat menampilkan produk secara lebih lengkap dan menarik. Penilaian terhadap produk juga dilakukan secara terbuka untuk memperoleh umpan balik dari pelanggan. Ulasan yang positif dari konsumen dapat mendorong calon pembeli baru untuk melakukan pembelian.

Produsen perlu memberikan perhatian serius terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas dapat diartikan sebagai sejauh mana suatu produk mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Tingkat kualitas yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berpotensi menciptakan pembelian ulang serta mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Pemasaran yang baik penting agar bisa memancing minat orang yang ingin membeli barang tersebut. Menurut Dewantara (Indrawan, dkk 2022), promosi adalah kemampuan organisasi untuk menjelaskan dan meyakinkan pembeli. Bisnis sering menggunakan promosi untuk mengetahui cara mendapatkan pelanggan. Promosi yang diberikan bisa membantu pembeli mendapatkan manfaat lebih saat membeli barang. Karena itu, produsen terus berusaha membuat konten dan iklan yang menarik agar barang mereka cepat terjual. Sebaliknya, manfaat yang didapat konsumen adalah kualitas barang tersebut.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan telah banyak pebisnis yang membuka toko bunga di Bandung, seperti Asri Florist, Rizki Florist Bandung, Tugu Juang Florist, dan Abni\_Buket Baleendah. Semakin banyaknya pesaing yang memulai usaha dengan menawarkan produk yang baru dan beragam

membuat persaingan semakin sengit. Karena itu, Asyahri Bouquet membutuhkan informasi tentang faktor-faktor yang memengaruhi cara konsumen membeli produk, serta strategi yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan dalam persaingan.

Persaingan yang Semakin Intensif di industri bouquet atau bisnis bunga menghadapi persaingan yang semakin ketat akibat masuknya pemain baru, baik secara *offline* maupun *online*, serta adanya platform *e-commerce* yang memfasilitasi penjualan produk serupa. Hal ini dapat menekan margin keuntungan dan memaksa bisnis untuk terus berinovasi agar tetap kompetitif.

Banyaknya pelanggan di luar jangkauan geografis dengan biaya Pengiriman yang tinggi karena sebagian besar pelanggan Asyahri Bouquet berada di luar jangkauan geografis yang efisien, sehingga biaya pengiriman (ongkir) menjadi cukup tinggi. Ini meningkatkan beban operasional dan dapat mengurangi daya tarik produk bagi pelanggan yang sensitif terhadap biaya tambahan, terutama dalam konteks bisnis kecil yang belum memiliki jaringan logistik yang luas.

Pelanggan berfokus pada harga rendah tanpa mempertimbangkan Kualitas Produk karena secara umum, pelanggan cenderung memprioritaskan harga yang murah sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian, tanpa mempertimbangkan aspek kualitas produk seperti kesegaran bahan, desain, atau daya tahan bouquet. Hal ini dapat mengurangi nilai jual produk berkualitas tinggi dan memaksa bisnis untuk berkompromi pada standar produk demi menarik pelanggan.

Permasalahan yang ada perlu diatasi dengan melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi tren konsumen, investasi dalam teknologi digital, dan kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas. Membangun jaringan mitra logistik, menggunakan teknologi *e-commerce* untuk estimasi ongkir otomatis, dan tawarkan promo pengiriman gratis untuk pesanan besar. Membuat konten pemasaran yang menjelaskan keunggulan kualitas, tawarkan paket bundling dengan nilai tambah, dan gunakan ulasan online untuk membangun kepercayaan.

Asyahri Bouquet menawarkan media promosi untuk meningkatkan daya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan dengan memberikan diskon pada pertengahan bulan dan akhir bulan sebesar 5-15% untuk semua produk yang tersedia, dan juga apabila mencapai pembelian sebesar lebih dari seratus ribu maka pelanggan akan mendapatkan produk gratis yang sudah disiapkan oleh Asyahri Bouquet ini.

Promosi yang dilakukan oleh Asyahri Bouquet memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat serta keputusan pembelian konsumen di pasar. Selain itu, kualitas produk juga berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen yang pada akhirnya dapat mendukung perkembangan usaha agar semakin dikenal luas oleh masyarakat.

Asyahri Bouquet perlu memahami bagaimana perkembangan usaha serta kualitas produk yang dihasilkan dapat memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen dalam kondisi ini. Dengan pemahaman tersebut, usaha

dapat menyusun strategi yang lebih tepat sehingga mampu bersaing dan berkembang lebih jauh di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Berdasarkan penjelasan diatas dengan melihat tren dan kondisi pasar yang ada maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “ Penyajian Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM pada Asyahri Bouquet Usaha Kerajinan Tangan yang Mengembangkan Produktivitas dan Kreativitas Berlokasi di Baleendah Bandung”.

## **B. Tujuan Proyek Bisnis**

1. Untuk mendeskripsikan gambaran umum pelaksanaan usaha Asyahri Bouquet sebagai usaha kerajinan tangan di bidang pembuatan bouquet dan gift box.
2. Untuk menganalisis progres kemajuan usaha Asyahri Bouquet selama periode pelaksanaan proyek bisnis.
3. Untuk menyajikan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM sebagai informasi mengenai kondisi dan kinerja keuangan Asyahri Bouquet.
4. Untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha Asyahri Bouquet.
5. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan untuk mengatasi kendala selama pelaksanaan proyek bisnis.
6. Untuk menyusun proyeksi rintisan bisnis Asyahri Bouquet sebagai upaya pengembangan usaha yang berkelanjutan.

## **C. Manfaat Proyek Bisnis**

### **1. Manfaat Bagi Pelaksana (Mahasiswa)**

- a. Sebagai syarat untuk penyelesaian studi pada program studi Akuntansi Syariah.
- b. Pengembangan keterampilan praktis tentang manajemen bisnis secara nyata.
- c. Memiliki pengalaman kerja nyata atau pengalaman langsung dalam berwirausaha.

### **2. Manfaat Bagi Dunia Akademik**

- a. Integrasi teori dengan praktik yaitu menerapkan konsep bisnis dari mata kuliah yang telah dipelajari.
- b. Sebagai sumber data penelitian yang menghasilkan data tentang tren bisnis startup di industri kreatif.
- c. Inspirasi dan inovasi kurikulum yang mendorong mahasiswa lain untuk terlibat dalam proyek serupa.

### **3. Manfaat Praktik Bisnis**

- a. Inovasi produk yang dapat mendorong eksperimen dengan varian bouquet yang dapat menginspirasi ide bisnis baru dan diferensiasi pasar.
- b. Analisis pasar dan risiko dengan memberikan wawasan tentang perilaku konsumen serta strategi mitigasi risiko seperti fluktuasi harga bahan baku atau persaingan online.

- c. Memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk tetap melihat pada kualitas yang dihasilkan karena akan sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan.

#### **D. Tempat Proyek Bisnis**

Tempat pelaksanaan proyek bisnis untuk asyahri bouquet ini masih berupa *home store*, dimana belum memiliki toko berdiri untuk menjalankan bisnis ini, sehingga pelanggan biasanya melakukan pemesanan melalui Whatsapp, Instagram atau Tiktok. Dan daerah dekat biasanya melakukan pemesanan secara langsung. Untuk pemesanan skala jauh atau di luar pulau jawa, pemesanan dapat dilakukan melalui platform shopee . Untuk alamatnya berada di Kp. Pasar Kemis Rt.01 Rw.14 No.24 Kelurahan Manggahang, Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

#### **E. Jadwal Waktu Proyek Bisnis**

1. **Desember 2022 - Maret 2023** : Pada periode ini, Asyahri Bouquet memasuki fase perintisan usaha dengan modal yang terbatas. Pendiri usaha ini fokus pada pengumpulan bahan-bahan dasar yang diperlukan, seperti berbagai jenis bunga artifisial, motif kertas cellophane, pita satin, dan alat-alat pendukung lainnya. Meskipun keterbatasan dana menjadi tantangan utama, tahap ini menekankan kreativitas dan efisiensi dalam mengelola sumber daya. Langkah-langkah awal meliputi penelitian melalui platform shopee, pembelian bahan secara bertahap, dan persiapan infrastruktur sederhana, seperti ruang kerja kecil untuk merakit bouquet. Tahap ini

bertujuan untuk membangun fondasi yang kuat, dengan penekanan pada kualitas produk dan inovasi sederhana untuk menarik pelanggan potensial.

2. **April 2023 - Mei 2024** : Setelah fondasi terbentuk, usaha ini memasuki tahap peluncuran produk secara resmi. Pada periode ini, Asyahri Bouquet mulai memperkenalkan rangkaian bouquet kepada pasar melalui saluran penjualan awal, seperti pemasaran daring via media sosial yaitu instagram dan whatsapp . Produk yang diluncurkan mencakup berbagai varian bouquet, mulai dari yang sederhana untuk acara sehari-hari hingga yang lebih eksklusif untuk perayaan khusus. Fokus utama adalah pada pengembangan desain yang menarik, pengujian respons pasar, dan penyesuaian berdasarkan umpan balik awal. Tahap ini juga melibatkan pembentukan jaringan pemasok bahan baku yang lebih stabil, serta peningkatan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan yang mulai meningkat.
3. **Juni 2024 - Desember 2024** : Tahap ini ditandai dengan implementasi strategi promosi yang lebih intensif untuk memperluas jangkauan usaha. Asyahri Bouquet menerapkan berbagai taktik pemasaran, seperti mengadakan diskon sebesar 5-15% yang akan diadakan pada bulan juni dan desember untuk seluruh varian produk dan apabila pelanggan melakukan pembelian iatas seratus ribu maka pelanggan akan mendapatkan bonus tambahan yang sudah disediakan oleh Asyahri Bouquet, dan program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, usaha ini mulai mengintegrasikan teknologi, seperti situs *website* sederhana untuk

pemesanan *online*, guna memfasilitasi akses pelanggan. Tahap ini bertujuan untuk membangun basis pelanggan yang lebih luas dan memperkuat citra merek sebagai penyedia bouquet berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.

- 4. Januari 2025 – April 2026** : penjualan semakin meningkat Sejak awal tahun 2025 hingga saat ini, Asyahri Bouquet mengalami peningkatan signifikan dalam volume penjualan. Hal ini didorong oleh efektivitas strategi promosi sebelumnya, yang telah membangun reputasi positif di kalangan konsumen. Penjualan meningkat melalui berbagai saluran, termasuk pesanan daring, kemitraan dengan toko ritel, dan permintaan untuk acara-acara besar seperti pernikahan atau ulang tahun. Usaha ini juga memperluas variasi produk, seperti bouquet pita satin atau kustomisasi berdasarkan permintaan spesifik, serta meningkatkan efisiensi operasional untuk menangani lonjakan pesanan. Tahap ini menunjukkan kesuksesan jangka panjang, dengan fokus pada pertumbuhan berkelanjutan, pengembangan tim, dan potensi ekspansi ke pasar yang lebih luas.

Perkembangan Asyahri Bouquet menggambarkan perjalanan kewirausahaan yang sukses, dimulai dari keterbatasan modal hingga pencapaian peningkatan penjualan. Setiap tahap membangun fondasi untuk yang berikutnya, dengan penekanan pada inovasi, adaptasi, dan pelayanan pelanggan yang prima. Usaha ini menjadi contoh bagaimana ketekunan dan strategi yang tepat dapat mengubah ide sederhana menjadi bisnis yang berkembang.

Waktu buka yang dijadwalkan oleh asyahri bouquet yaitu pemesanan atau respons admin 24 jam, namun perakitan dan pengiriman dilakukan pada jam kerja standar, dimana pelanggan bisa memesan kapan saja dan jam berapa saja selagi admin masih aktif sosial media dan menjawab pesanan pelanggan maka pesanan pelanggan akan segera diproses apabila tidak ada orderan yang masuk sebelumnya. Tetapi jika pesanan sedang *overload order* maka pesanan akan di proses sesuai pada jam kerja yaitu hari senin – kamis mulai pukul 09.00 – 18.00 WIB sedangkan untuk hari sabtu dan minggu buka pukul 10.00 – 20.00 WIB.

