

ABSTRAK

Layla Hijab merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang fashion muslim dengan produk utama hijab segi empat berbahan katun paris. Proyek bisnis ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap hijab yang nyaman, berkualitas, dan mengikuti perkembangan tren fashion muslim. Untuk meningkatkan daya saing, Layla Hijab menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial, marketplace, dan jaringan reseller, disertai upaya menjaga kualitas produk serta pelayanan kepada pelanggan.

Pelaksanaan proyek bisnis dilakukan melalui tahapan perencanaan usaha, pengadaan bahan baku, proses produksi, pemasaran, penjualan, hingga penyusunan laporan keuangan sesuai Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Seluruh transaksi dicatat secara sistematis mulai dari jurnal umum, buku besar, neraca saldo, jurnal penyesuaian, hingga penyusunan laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, dan catatan atas laporan keuangan sebagai bentuk pertanggungjawaban pengelolaan usaha.

Hasil pelaksanaan proyek bisnis menunjukkan bahwa Layla Hijab mampu menghasilkan penjualan dan laba selama periode usaha. Selain itu, penerapan SAK EMKM menghasilkan informasi keuangan yang lebih tertib, transparan, dan akuntabel sehingga memudahkan pemilik dalam mengevaluasi kinerja usaha serta mengambil keputusan bisnis. Perkembangan usaha juga ditunjukkan melalui peningkatan kualitas produk, optimalisasi pemasaran digital, dan perluasan jaringan reseller.

Secara keseluruhan, Layla Hijab memiliki prospek yang baik untuk terus berkembang sebagai usaha fashion muslim. Pengembangan usaha diarahkan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, penguatan identitas merek, optimalisasi pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan yang konsisten sesuai SAK EMKM. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mewujudkan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: proyek bisnis, Layla Hijab, fashion muslim, SAK EMKM, laporan keuangan.