

LAPORAN AKHIR BISNIS
ANNASIKAH AQIQAH YOGYAKARTA



Disusun Oleh:

Titan Abiseno Sunaryo

21211004

PROGAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

ANNASIKAH AQIQAH YOGYAKARTA

Laporan Penelitian Terapan

Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Titan Abiseno Sunaryo

21211004

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2025

HALAMAN PENGESAHAN
ANNASIKAH AQIQAH YOGYAKARTA



Disusun Oleh
Titan Abiseno Sunaryo
21211004

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal: 29/12/2025

Dosen Pembimbing

(Arief Darmawan, S.E., M.M)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN AKHIR BISNIS

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan

Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas

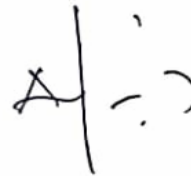
Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Titan Abiseno Sunaryo

No. Mahasiswa : 21211004

Program Studi : Bisnis Digital

Penguji 1 : Arief Darmawan, S.E., M.M

()

Penguji 2 : Sukardi, S.E., M.Si.

()

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Bisnis Digital

(Arief Darmawan, S.E., M.M)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titan Abiseno Sunaryo

NIM : 21211004

Jurusan : Bisnis Digital

Judul : Laporan Akhir Bisnis Annasikah Aqiqah Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya yang berjudul “Annasikah Aqiqah Yogyakarta” adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung unsur penjiplakan dari karya orang lain. Semua kutipan dan referensi yang digunakan dalam tugas akhir ini telah saya sebutkan dengan jelas dan sesuai dengan pedoman akademik yang berlaku. Saya bertanggung jawab sepenuhnya atas keaslian karya ini dan siap menerima sanksi akademik apabila terbukti melanggar ketentuan tentang hak cipta atau plagiarisme.

Yogyakarta, 09 Desember 2025

A handwritten signature in black ink is written over a pink and white 10,000 Rupiah stamp. The stamp features a QR code and the text 'METERAI 10000' and 'SEPULUH RIBU RUPIAH'.

(Titan Abiseno Sunaryo)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

ABSTRAK

Laporan tugas akhir ini membahas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi usaha jasa aqiqah Annasikah Aqiqah Yogyakarta yang berperan sebagai cabang pemasaran dari Annasikah Aqiqah pusat di Boyolali, dengan tujuan menganalisis kelayakan usaha serta perkembangan bisnis dari aspek pasar dan pemasaran, operasional, organisasi dan sumber daya manusia, keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data diperoleh melalui observasi langsung, pencatatan transaksi, dan dokumentasi operasional selama periode Agustus hingga Oktober 2025. Hasil analisis menunjukkan bahwa Annasikah Aqiqah Yogyakarta memiliki potensi pasar yang baik dengan dukungan pemasaran digital melalui media sosial dan WhatsApp Business, serta mampu menghasilkan pendapatan dan laba bersih meskipun belum sepenuhnya mencapai target penjualan yang direncanakan. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan, dengan catatan diperlukan peningkatan strategi pemasaran digital, penambahan sumber daya manusia, serta perbaikan sistem administrasi dan pengelolaan pesanan agar usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Kata Kunci: aqiqah, bisnis jasa, pemasaran digital, UMKM, kelayakan usaha

ABSTRACT

This final project report discusses the planning, implementation, and evaluation of Annasikah Aqiqah Yogyakarta, an aqiqah service business operating as a marketing branch of Annasikah Aqiqah headquartered in Boyolali, aiming to analyze business feasibility and development from market and marketing, operational, organizational and human resources, financial, and digital technology aspects. The study employs a descriptive qualitative and quantitative case study approach, with data collected through direct observation, transaction records, and operational documentation during the period of August to October 2025. The results indicate that Annasikah Aqiqah Yogyakarta has strong market potential supported by digital marketing through social media and WhatsApp Business and is able to generate revenue and net profit despite not fully achieving planned sales targets. Based on these findings, the business is considered feasible to operate and further develop, provided that improvements are made in digital marketing strategies, human resource allocation, and administrative and order management systems to ensure sustainable growth.

Keywords: *aqiqah service, business feasibility, digital marketing, MSMEs*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan kelancaran dan kemudahan berfikir sehingga dapat menyusun laporan proyek bisnis yang berjudul “**Annasikah Aqiqah Yogyakarta**” dapat berjalan lancar sampai akhir. Proyek bisnis ini bagian dari syarat kelulusan prodi mahasiswa Bisnis Digital.

Penyusunan laporan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang di pelajari saat kuliah ke dalam praktek berbisnis. Melalui proyek bisnis layanan aqiqah bernama *Annasikah Aqiqah Yogyakarta*, disusun perencanaan bisnis yang tidak hanya memiliki potensi secara ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi dari sisi nilai ibadah dan sosial. Pengalaman keluarga dalam menjalankan usaha aqiqah menjadi dasar yang kuat dalam mengembangkan usaha ini secara lebih terarah dan matang.

Tujuan dari penulisan laporan akhir bisnis ini adalah untuk menyusun dan mempresentasikan perencanaan usaha layanan aqiqah yang terstruktur dan relevan dengan kebutuhan pasar. Fokus utama laporan ini adalah mengidentifikasi potensi pasar, menyusun strategi bisnis yang sesuai, serta merancang model operasional dan pemasaran yang efektif dan berkelanjutan. Melalui proyek bisnis Annasikah Aqiqah Yogyakarta, diharapkan dapat terbentuk sebuah rencana usaha yang tidak hanya bernilai secara ekonomi, tetapi juga mampu menjalankan prinsip-prinsip syariah dengan dukungan teknologi digital.

Melalui penyusunan laporan akhir bisnis ini, diharapkan seluruh proses yang telah dijalani dalam merancang dan mengembangkan usaha Annasikah

Aqiqah Yogyakarta dapat menjadi bukti nyata dari penerapan ilmu yang dipelajari selama masa perkuliahan. Perencanaan bisnis ini tidak hanya menjadi bagian dari proses akademik, tetapi juga sebagai langkah awal dalam membangun usaha yang memiliki nilai ibadah, sosial, dan ekonomi. Dengan memanfaatkan teknologi digital serta pemahaman terhadap kebutuhan pasar, Annasikah Aqiqah Yogyakarta diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat Muslim dalam melaksanakan aqiqah secara syar'i dan praktis. Semoga laporan ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi siapa saja yang ingin memulai usaha di bidang jasa layanan aqiqah juga.

Yogyakarta, 03 Juli 2025

Titan Abiseno Sunaryo

DAFTAR ISI

LAPORAN AKHIR BISNIS	i
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Analisis Lingkungan	2
BAB II DESKRIPSI BISNIS	5
2.1 Profil Bisnis	5
2.2 Business Model Canvas (BMC)	10
2.3 Aspek Pasar dan Pemasaran	13
2.3.1 Potensi dan peluang Pasar	13
2.3.2 Segmenting, Targeting, positioning (STP)	14
2.3.3 Stategi Marketing Mix (7P)	15
2.4 Aspek Operasi	18
2.5 Aspek Organisasi dan SDM	19
2.5.1 Rencana Penambahan SDM	20
2.6 Aspek keuangan	20
2.6.1 Sumber Pendanaan	20

2.6.2	Rancangan Biaya Produksi	21
2.6.3	Rancangan Harga Pokok Produksi	24
2.6.4	Rancangan Harga Jual Produk	26
2.6.5	Aspek Teknologi Digital	27
BAB III LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS		29
3.1	Profil bisnis	29
3.2	Tinjauan Aspek Pemasaran	30
3.2.1	Pemasaran Produk	30
3.2.2	Penentuan Harga dan Distribusi Produk	32
3.3	Tinjauan Aspek Operasi/Produksi	34
3.3.1	Proses Produksi	34
3.4	Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia	35
3.4.1	Deskripsi Pekerjaan (Owner)	35
3.4.2	Hasil Produk	37
3.5	Tinjauan Aspek Keuangan	39
3.5.1	Penjualam	39
3.5.2	Laporan Laba Rugi	43
3.5.3	Laporan Arus Kas	44
3.5.4	Neraca	45
3.6	Tinjauan Aspek Teknologi	46
BAB IV IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH		53
4.1	Identifikasi Masalah	53

4.2	Bidang Pemasaran	54
4.3	Bidang Operasi	55
4.4	Bidang Sumber Daya Manusia	55
4.5	Bidang Keuangan	56
4.6	Bidang Teknologi Digital	56
BAB V KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Tindak Lanjut	59
5.3	Manajemen Risiko Bisnis	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		63

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 2. 1 Rancangan Biaya Modal Awal</u>	22
<u>Tabel 2. 2 Tenaga Kerja</u>	22
<u>Tabel 2. 3 Rancangan Biaya Tenaga Kerja Langsung</u>	23
<u>Tabel 2. 4 Rancangan Biaya Overhead</u>	23
<u>Tabel 2. 5 Biaya Produksi</u>	24
<u>Tabel 2. 6 Rancangan HPP</u>	25
<u>Tabel 2. 7 HPP</u>	25
<u>Tabel 2. 8 Harga Jual Paket</u>	26
<u>Tabel 3. 2 Pendapatan Periode (Agustus – Oktober)</u>	38
<u>Tabel 3. 3 HPP Periode (Agustus – Oktober)</u>	40
<u>Tabel 3. 4 Laporan Laba Rugi</u>	43
<u>Tabel 3. 5 Laporan Arus Kas*</u>	44
<u>Tabel 3. 6 Neraca Saldo</u>	45

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 3. 1 Logo Annasikah Aqiqah Yogyakarta</u>	28
<u>Gambar 3. 2 Tampilan Instagram Annasikah Aqiqah Yogyakarta</u>	30
<u>Gambar 3. 3 Alur Proses Layanan</u>	33
<u>Gambar 3. 4 Contoh Produk Olahan Masakan</u>	37
<u>Gambar 3. 5 Proses Pengolahan Masakan</u>	38
<u>Gambar 3. 6 Tampilan Media Sosial Instagram</u>	47
<u>Gambar 3. 7 Media Sosial Facebook</u>	47
<u>Gambar 3. 8 Iklan Digital (Facebook Ads)</u>	48
<u>Gambar 3. 9 Tampilan WhatsApp Business</u>	49
<u>Gambar 3. 10 Tampilan Microsoft Excel</u>	50
<u>Gambar 3. 11 Bukti Pembayaran</u>	51

BAB I

BAB II

PENDAHULUAN

II.1 Latar Belakang

Latar belakang pemilihan proyek usaha ini didasarkan pada pengalaman bisnis keluarga yang telah bergerak di bidang layanan jasa aqiqah dan berjalan secara berkelanjutan. Pengalaman tersebut memberikan inspirasi sekaligus pemahaman praktis mengenai potensi pasar, tantangan operasional, serta nilai religius yang melekat dalam layanan aqiqah. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku usaha jasa untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha, khususnya pada sektor UMKM berbasis layanan (Agustina, A.; Ambarwati, R.; Sari, 2023).

Aqiqah merupakan istilah yang berasal dari bahasa Arab. Menurut Al-Syaukani, aqiqah merujuk pada hewan yang disembelih sebagai bentuk ibadah atas kelahiran seorang anak. Istilah ini juga terkadang digunakan untuk menyebut rambut yang dicukur saat kelahiran. Sementara itu, Al-Fayruz Abadiy menjelaskan bahwa aqiqah adalah kambing yang disembelih bersamaan dengan proses pencukuran bayi setelah lahir. Dengan demikian, aqiqah dapat diartikan sebagai penyembelihan kambing yang dilakukan dalam rangka menyambut kelahiran anak sebagai bentuk ibadah dan ungkapan rasa syukur. Berbeda dengan hewan kurban yang disembelih pada saat Idul Adha, penyembelihan hewan aqiqah hanya dianggap sah apabila dilakukan dalam waktu yang telah ditentukan sesuai syariat Islam.

Berangkat dari pengalaman usaha keluarga yang telah dijalankan sebelumnya, kantor cabang Annasikah Aqiqah Yogyakarta berkomitmen untuk meningkatkan jumlah penjualan dari Annasikah Aqiqah yang berada dipusat sebelumnya dapat menyembelih pada kisaran 200–250 ekor per bulan. Pembukaan kantor cabang di wilayah Yogyakarta dinilai memiliki peluang besar untuk meningkatkan volume penjualan sekaligus memperkuat posisi usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Hal ini sejalan dengan kondisi UMKM di Indonesia yang dituntut untuk terus beradaptasi dan memanfaatkan strategi pemasaran digital agar tetap kompetitif (Dwiputri, I. N.; Permana, Y. H.; Prastiwi, 2025).

Annasikah Aqiqah Yogyakarta memiliki landasan yang kuat untuk dijalankan mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan masih menjaga tradisi pelaksanaan aqiqah sebagai bagian dari ibadah. Tingginya angka kelahiran setiap tahun menjadi indikator potensial bahwa permintaan terhadap layanan aqiqah akan terus meningkat. Di sisi lain, gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin dinamis dan keterbatasan waktu mendorong orang tua untuk memilih layanan aqiqah profesional yang praktis, terpercaya, dan mudah diakses melalui media digital (Nabila, D.; Faraby, 2023).

II.2 Analisis Lingkungan

Analisis SWOT :

- 1) *Strength* (S)

- a. Annasikah Aqiqah Yogyakarta menawarkan berbagai harga paket aqiqah menyesuaikan kemampuan ekonomi para pelanggan, mulai dari kalangan menengah sampai keatas.
- b. Annasikah Aqiqah Yogyakarta melayani pengiriman ke berbagai daerah Yogyakarta tanpa dipungut biaya pengiriman.
- c. Annasikah Aqiqah Yogyakarta sudah memiliki tukang sembelih yang ahli dalam syariat Islam dan berpengalaman serta sudah bersertifikat dari MUI.
- d. Annasikah Aqiqah Yogyakarta juga memiliki staff yang memhami tentang syariat terkait aqiqah sehingga dapat memberikan edukasi kepada pelanggan dengan baik.

2) *Weakness (W)*

- a. Jika permintaan pemesanan melebihi kapasitas kemampuan pengiriman akan timbul masalah keterlambatan pengantaran.
- b. Apabila terjadi kenaikan harga bahan baku seperti naiknya harga kambing atau bahan bumbu masakan maka dapat berdampak negatif pada margin keuntungan.
- c. Resiko kematian hewan sebelum disembelih

3) *Opportunities (O)*

- a. Peluang Annasikah Aqiqah Yogyakarta memiliki peluang yang menjanjikan seiring dengan terus meningkatnya kesadaran orang tua mengenai pentingnya melaksanakan aqiqah dan terus bertambahnya

kenaikan jumlah kelahiran anak tiap tahunnya hal ini dapat mendorong kemajuan usaha Annasikah Aqiqah Yogyakarta.

- b. Perubahan perilaku masyarakat di era digital hal ini dapat membantu mempermudah pemasaran Annasikah Aqiqah Yogyakarta melalui iklan berbayar di social media sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan menawarkan. bermacam paket yang inovatif dan menarik serta menawarkan benefit yang mereka dapatkan.

4) *Threats* (T)

- a. Munculnya Pesaing jasa layanan aqiqah lain yang menawarkan paket lebih menarik dan harga yang lebih murah
- b. Ancaman risiko reputasi di sosial media seperti rating yang buruk dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat atas pelayanan Annasikah Aqiqah Yogyakarta
- c. Kurangnya ide konten iklan berbayar di social media
- d. Kurangnya intensitas mengunggah konten secara rutin di social media

BAB III

BAB IV

DESKRIPSI BISNIS

IV.1 Profil Bisnis

Annasikah Aqiqah Yogyakarta merupakan kantor cabang dari Annasikah aqiqah yang berada di Boyolali. Kantor Annasikah Aqiqah yogyakarta berlokasi di daerah Caturtunggal, Yogyakarta. Annasikah Aqiqah Yogyakarta hadir untuk menjadi solusi bagi keluarga muslim sekitaar Yogyakarta yang ingin melaksanakan aqiqah dengan praktis yang sudah memenuhi syariaat. Layanan ini mencakup pemilihan hewan yang berkualitas, proses penyembelihan, pengolahan daging menjadi berbagai menu, serta pengantaran olahan kambing sampai lokasi pemesan.

a. Nama

Annasikah Aqiqah Yogyakarta

b. Visi

Menjadi layanan aqiqah yang terpercaya dan menjadi pilihan utama bagi keluarga muslim yang menginginkan pelaksanaan aqiqah sesuai dengan nilai-nilai Islam dan tradisi, serta memberikan pengalaman yang berkesan dan bermakna.

c. Misi

- 1) Memberikan layanan Aqiqah yang syar'i, berkualitas, praktis dan terpercaya sesuai dengan tuntunan agama Islam.
- 2) Membantu mempermudah keluarga yang ingin melaksanakan aqiqah dengan praktis.

- 3) Menjaga kualitas hidangan aqiqah yang higienis dan membuat masakan yang dapat diterima semua kalangan

d. Target Pasar

Target pasar Annasikah Yogyakarta adalah orang Muslim yang sudah menikah dan baru melahirkan, mulai dari kelompok usia muda hingga dewasa (20-40 tahun) yang ingin melaksanakan aqiqah dengan mudah dan praktis. Sasaran utamanya adalah keluarga muda modern yang aktif di media sosial dan sibuk sehingga tidak memiliki waktu untuk melaksanakan ibadah aqiqah untuk anaknya.

e. Gambaran pesaing

Annasikah Aqiqah Yogyakarta menghadapi persaingan yang cukup ketat dari berbagai penyedia layanan serupa di Yogyakarta. Beberapa di antaranya memiliki fokus yang sama dalam menyediakan solusi aqiqah yang praktis dan sesuai syariat, dengan keunggulan pada variasi paket, strategi promosi digital yang aktif, serta fasilitas tambahan seperti dokumentasi dan sertifikat. Di sisi lain, terdapat pula penyedia layanan makanan umum yang turut menawarkan paket aqiqah sebagai bagian dari jasa mereka. Tantangan terbesar yang dihadapi adalah penawaran harga yang lebih rendah, promosi yang lebih masif, dan tingkat kepercayaan pelanggan yang sudah lebih dulu dibangun oleh pesaing.

f. Keunggulan yang dimiliki

Annasikah Aqiqah Yogyakarta berkomitmen memberikan pelayanan terbaik untuk setiap pelanggan serta menghadirkan kesan yang mendalam bagi

mereka dalam menjalankan ibadah aqiqah. Melalui dedikasi atas kepuasan setiap pelanggan, Annasikah Aqiqah Yogyakarta memiliki sejumlah keunggulan dalam pelayanan dan nilai lebih dalam pelayanannya, diantaranya:

1) Pilihan Menu Masakan yang beragam

Annasikah Aqiqah Yogyakarta menyediakan berbagai macam menu olahan daging kambing yang dapat disesuaikan selera dan kebutuhan setiap pelanggan. Menu yang tersedia seperti sate, gulai, tonseng, tengkleng, serta berbagai macam masakan lainnya yang dapat disesuaikan permintaan pelanggan.

2) Pelayanan Ramah dan Konsultatif

Annasikah Aqiqah Yogyakarta selalu memberikan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan komunikatif. Pelanggan dapat berkonsultasi terkait pemesanan, pemilihan paket, serta pelaksanaan Aqiqah yang mereka inginkan. Pelayanan ini untuk menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan antara pelanggandengan Annasikah Aqiqah Yogyakarta.

3) Pelaksanaan Sesuai Syariat Islam

Proses penyembelihan di Annasikah Aqiqah Yogyakarta dilakukan sesuai tuntunan syariat Islam. Hewan yang digunakan dipastikan sehat dan layak sembelih, serta proses penyembelihan dilakukan oleh juru sembelih bersertifikat halal.

4) Harga Fleksibel Sesuai Budget Pelanggan

Setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan kemampuan finansial yang berbeda. Oleh Karena itu, Annasikah Aqiqah Yogyakarta menyediakan berbagai pilihan paket dengan harga yang bervariasi, mulai dari paket ekonomis hingga premium. Sistem harga yang fleksibel ini memungkinkan pelanggan menyesuaikan pesanan dengan anggaran tanpa mengurangi kualitas produk dan layanan.

5) Pengantaran Gratis Wilayah Yogyakarta

Untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan, Annasikah Aqiqah Yogyakarta menyediakan fasilitas pengiriman gratis ke seluruh wilayah Yogyakarta dan sekitarnya.

6) Pembayaran Tanpa Uang Muka (DP)

Salah satu keunggulan utama Annasikah Aqiqah Yogyakarta adalah sistem pemesanan tanpa uang muka (DP). Pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan mudah tanpa harus membayar di awal, sehingga memberikan rasa aman dan kepercayaan penuh terhadap pelayanan kami

7) Setiap Pemesanan Mendapatkan Souvenir

Sebagai pelengkap layanan, setiap pelanggan akan mendapatkan souvenir menarik. Souvenir ini menjadi pelengkap layanan yang membuat momen ibadah Aqiqah terasa lebih istimewa dan berkesan.

g. Teknologi yang akan Diadopsi

Untuk menunjang operasional yang efisien dan terorganisir, Annasikah Aqiqah Yogyakarta mengadopsi beberapa teknologi dalam mendukung kegiatan layanan, promosi, dan komunikasi dengan pelanggan. Berikut ini teknologi yang digunakan diantaranya:

- 1) Memanfaatkan media sosial (Instagram dan Facebook), digunakan sebagai saluran utama untuk promosi digital. Melalui platform ini, Annasikah Jogja dapat menampilkan testimoni pelanggan, informasi paket, serta konten edukatif seputar aqiqah. Ini membantu membangun brand awareness dan menjangkau calon pelanggan lebih luas. Dengan melakukan iklan berbayar pada Facebook, dan Instagram.
- 2) Microsoft Exxel, teknologi ini dimanfaatkan untuk mencatat dan mengelola jadwal pesanan, termasuk hari penyembelihan, pengolahan, dan pengantaran. Dengan sistem ini, setiap order dapat dipantau secara teratur dan terhindar dari keterlambatan.
- 3) WhatsApp Business, layanan komunikasi utama menggunakan WhatsApp Business untuk memudahkan pelanggan berkonsultasi, melakukan pemesanan, dan memperoleh informasi dengan cepat. Fitur auto-reply dan katalog produk juga diaktifkan untuk memberikan kemudahan dalam interaksi
- 4) Pembayaran Melalui Transfer, metode pembayaran dilakukan melalui transfer bank dan dompet digital untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan fleksibilitas bagi pelanggan. Bukti transfer memudahkan

proses verifikasi serta membantu administrasi dalam memastikan pesanan tercatat dengan benar.

IV.2 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat perencanaan bisnis yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis secara sederhana, terstruktur, dan menyeluruh dalam satu kerangka visual. BMC membantu pelaku usaha memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai melalui sembilan elemen utama, yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Dengan menggunakan BMC, Annasikah Aqiqah Yogyakarta dapat memetakan model bisnis secara lebih jelas sehingga memudahkan analisis, evaluasi, serta pengambilan keputusan dalam pengembangan usaha (Osterwalder, A.; Pigneur, 2010).

a. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

- 1) Keluarga muslim yang sudah menikah
- 2) Ibu hamil`
- 3) Keluarga sudah menikah umur 20-45 tahun
- 4) Keluarga modern yang sibuk bekerja
- 5) Keluarga yang kurang faham tata cara aqiqah
- 6) Keluarga yang mengutamakan kepraktisan

b. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

- 1) Menyediakan berbagai pilihan paket aqiqah yang disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan setiap keluarga.

- 2) Pemilihan kambing yang berkualitas sesuai ketentuan syariat Islam.
- 3) Proses penyembelihannya dilakukan oleh tim berpengalaman yang sudah bersertifikat dari MUI.
- 4) Pegolahan daging yang lama dengan menggunakan bumbu tradisional yang berkualitas, menjamin cita rasa yang nikmat dan tekstur daging yang lembut.
- 5) Layanan gratis pengiriman dan sertifikat aqiqah untuk bayi.
- 6) Adanya dokumentasi proses penyembelihan

c. *Channels* (Saluran Distribusi)

- 1) Konsultasi dan pemesanan memalui WhatsApp, DM Instagram, dan Mesenger Facebook
- 2) Promosi Berbayar pada Facebook Ads, dan Instagram Ads.
- 3) Penyebaran brosur di beberapa klinik bersalin sebagai media promosi offline
- 4) Menjalin kerjasama dengan rumah bersalin klinik ibu dan anak untuk merekomendasikan layanan.

d. *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan)

- 1) Konsultasi pelayanan yang ramah dan responsif
- 2) Meminta testimoni dan review dari pelanggan
- 3) Edukasi seputar aqiqah melalui postingan sosial media

e. *Revenue stream* (Sumber Pendapatan)

- 1) Penjualan Paket Aqiqah kambing masak

- 2) Penjualan kambing hidup
- 3) Layanan jasa penyembelihan kambing dan jasa masak

f. *Key Resources (Sumber Daya Utama)*

- 1) Tim penyembelihan dan chef yang sudah bersertifikat
- 2) Kendaraan pengiriman yang mumpuni
- 3) Frezeer penyimpanan daging
- 4) Tim dapur dan alat masak yang lengkap

g. *Key Activities (Aktivitas Utama)*

- 1) Penyembelihan kambing aqiqah sesuai syariat
- 2) Pengolahan masak daging kambing
- 3) Pengemasan dan pengantaran
- 4) Promosi online dan offline
- 5) Layanan konsultasi

h. *Key Partnership (Kemitraan Utama)*

- 1) Peternak kambing
- 2) Rumah besalin dan klinik ibu-anak
- 3) Platform digital dan media sosial
- 4) Percetakan brosur

i. *Cost Structure (Struktur Biaya)*

- 1) Pembelian kambing & bahan baku
- 2) Biaya tenaga kerja
- 3) Biaya promosi digital & cetak
- 4) Operasional kendaraan

5) Biaya penyimpanan & pengemasan

IV.3 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta difokuskan pada pemenuhan kebutuhan masyarakat Muslim yang ingin melaksanakan ibadah aqiqah secara praktis, aman, dan sesuai syariat. Target pasar usaha ini meliputi keluarga Muslim di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya, khususnya pasangan muda atau keluarga dengan keterbatasan waktu dalam mempersiapkan pelaksanaan aqiqah secara mandiri. Strategi pemasaran yang diterapkan mengandalkan pemanfaatan media digital, seperti media sosial dan komunikasi daring, untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Pendekatan ini dinilai relevan bagi UMKM karena mampu meningkatkan daya saing usaha melalui efisiensi biaya promosi, kemudahan akses informasi, serta interaksi langsung dengan pelanggan (Agustina, A.; Wibowo, 2022).

IV.3.1 Potensi dan peluang Pasar

Yogyakarta memiliki wilayah yang sangat besar dengan jumlah penduduk lebih dari 3,8 juta jiwa yang mayoritas juga beragama Islam, hal ini menjadi landasan yang baik untuk layanan usaha aqiqah dimana juga di dukung naiknya jumlah angka kelahiran di Yogyakarta. Keluarga muda muslim khususnya di kawasan perkotaan sekitar Sleman, Bantul, dan Kota Yogyakarta, menjadi segmen utama karena gaya hidup masyarakat kota praktis, hal itu menjadi landasan yang kuat untuk Annasikah Yogyakarta hadir menjadi solusi di tengah masyarakat, dibantu kemajuan teknologi dan akses internet yang mudah dalam menyampaikan informasi tentang layanan aqiqah bagi masyarakat, sehingga

memungkinkan calon pelanggan untuk mencari penyedia layanan yang sesuai yang mereka inginkan.

Selain itu peningkatan kesadaran masyarakat tentang tuntunan pelaksanaan aqiqah, mereka akan memilih layanan aqiqah yang memenuhi syariat islam, hal ini tentu akan menciptakan peluang bagi Annasikah Aqiqah Yogyakarta untuk memperluas jangkauan dengan menawarkan pelayanan yang inovatif dan menarik serta praktis.

IV.3.2 Segmenting, Targeting, positioning (STP)

a. Segmenting

- 1) Demografis: Keluarga muslim yang habis melahirkan usia 20-40 tahun, kakek nenek yang ingin ber aqiqah untuk cucunya, keluarga yang sibuk bekerja.
- 2) Geografis: Masyarakat muslim DIY terutama perkotaan Sleman, Kota Yogyakarta, dan Bantul serta daerah pedesaan atau daerah luar Yogyakarta
- 3) Psikografis: keluarga muslim modern yang lebih memilih pemesanan dan layanan pengiriman secara online, Keluarga muslim yang membutuhkan layanan aqiqah secara praktis.

b. Targeting

- 1) Pasangan muslim yang habis melahirkan
- 2) Keluarga muslim yang ingin melaksanakan aqiqah secara praktis
- 3) Keluarga/kerabat yang diamanahi untuk menyelenggarakan aqiqah karena kurang menaunya orang tua bayi tentang penyedia jasa aqiqah

c. Positioning

Annasikah Aqiqah Yogyakarta memberikan pelayanan terbaik dengan harga terjangkau hasil produk yang berkualitas tinggi dengan bermacam pilihan paket dan macam masakan yang dapat disesuaikan kebutuhan masyarakat . Dengan menggunakan kambing terbaik serta bahan baku pilihan yang terjamin kebersihan dan kelezatannya, menawarkan pengalaman melaksanakan ibadah aqiqah dan berkesan bagi pelanggan

IV.3.3 Strategi Marketing Mix (7P)

a) Pruduct

Annasikah Aqiqah Yogyakarta menyediakan layanan aqiqah dari penyediaan hewan kambing hingga penyembelihan dan pengolahan daging menjadi berbagai menu masakan, sampai diantarkan kelokasi pemesan. Untuk layanan lain ada dokumentasi penyembelihan dan sertifikat aqiqah serta souvenir untuk pemesan.

b) Price

Annasikah Aqiqah Yogyakarta menawarkan harga paket yang fleksibel dan terjangkau, disesuaikan dengan ukuran kambing serta jumlah porsi yang dibutuhkan pelanggan. Pelanggan dapat memilih berbagai jenis paket mulai dari praktis hingga besar dengan rincian harga yang transparan tanpa biaya tambahan. Proses pembayaran dilakukan tanpa uang muka (DP) di awal, sebagai bentuk kepercayaan kepada pelanggan. Pelunasan dilakukan saat pesanan tiba di lokasi, sehingga pelanggan dapat memastikan kesesuaian

pesanan sebelum membayar. Pembayaran dapat dilakukan dengan mudah melalui transfer bank atau secara tunai di tempat.

c) *Place*

Annasikah Aqiqah Yogyakarta berkantor di Caturtunggal, Sleman, Yogyakarta, yang memiliki akses yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan sekitar wilayah Yogyakarta. Untuk proses pelayanan pelanggan dapat mengakses informasi mengenai produk, konsultasi, dan pemesanan melalui media sosial Facebook dan Instagram atau datang langsung ke kantor cabang yang ada di Yogyakarta.

d) *Promotion*

Annasikah Aqiqah Yogyakarta melakukan kegiatan promosi melalui iklan berbayar di media sosial, seperti Facebook Ads dan Instagram Ads, untuk menjangkau calon pelanggan secara lebih luas. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui penyebaran brosur di berbagai klinik bersalin di sekitar Yogyakarta, sehingga informasi layanan dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap layanan Annasikah Aqiqah Yogyakarta.

e) *People*

Tim yang berada di Annasikah Aqiqah Yogyakarta terdiri dari SDM yang berkompeten dalam bidang pelayanan pelanggan dan pemasaran. Setiap anggota tim memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang ramah, komunikatif, dan solutif terhadap kebutuhan pelanggan. Bagian

pemasaran memiliki tugas utama dalam memperkenalkan produk dan layanan aqiqah kepada masyarakat, mengelola media sosial, serta membuat konten promosi yang informatif dan menarik.

f) *Process*

Proses layanan di Annasikah Aqiqah Yogyakarta dilakukan dengan sistem yang teratur dan transparan untuk memastikan kepuasan pelanggan. Setiap pemesanan dimulai dari tahap konsultasi, di mana pelanggan dapat memilih paket aqiqah sesuai kebutuhan melalui WhatsApp, media sosial, atau datang langsung ke kantor cabang. Setelah pemesanan dikonfirmasi, tim kantor cabang akan mencatat data pelanggan dan menyampaikan detail pesanan kepada tim produksi di pusat. Proses penyembelihan dilakukan sesuai syariat Islam dan dapat didokumentasikan atas permintaan pelanggan. Setelah daging diolah menjadi berbagai menu masakan, pesanan dikemas secara higienis dan dikirim tepat waktu ke lokasi pelanggan menggunakan kendaraan operasional.

g) *Physical Evidence*

Annasikah Aqiqah Yogyakarta memiliki kantor layanan yang berlokasi di Caturtunggal, Sleman, Yogyakarta, sebagai bukti fisik kehadiran usaha yang mudah dijangkau oleh pelanggan. Kantor cabang ini dilengkapi dengan ruang pelayanan yang bersih, nyaman, dan tertata rapi untuk memberikan kesan profesional kepada setiap pengunjung. Produk yang dikirim kepada pelanggan dikemas menggunakan wadah higienis serta akan mendapat sertifikat aqiqah dan souvenir khusus sebagai pelengkap layanan.

IV.4 Aspek Operasi

Annasikah Aqiqah Yogyakarta mengoperasikan bisnis layanan aqiqah dengan sistem yang terstruktur dan modern, memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung layanan profesional. Pada tahap awal, perusahaan melakukan promosi berbayar melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business, serta iklan cetak berupa brosur yang disebar di berbagai klinik bersalin di Yogyakarta. Pendekatan ini bertujuan untuk menjangkau calon pelanggan secara efektif dan membangun kesadaran merek.

a. Proses Pemesanan dan Konsultasi

Pelanggan yang ingin melakukan pemesanan atau konsultasi dapat melakukannya secara online melalui platform digital Annasikah Aqiqah Jogja atau datang langsung ke kantor cabang yang berlokasi di Caturtunggal, Sleman, Yogyakarta. Di sana, pelanggan mendapatkan penjelasan detail mengenai jenis layanan, menu, dan harga paket aqiqah. Setelah proses konsultasi dan pemesanan selesai, tim cabang mencatat detail pesanan ke dalam sistem dan mengirimkan data tersebut ke layanan pusat untuk verifikasi lebih lanjut.

b. Proses Pengolahan dan Distribusi Pesanan

Distribusi Pesanan Tim layanan pusat kemudian mengonfirmasi ulang data pesanan yang diterima dari cabang. Jika data valid, pesanan diproses sesuai detail yang tercatat, mulai dari penyembelihan hewan, pengolahan daging, hingga pengemasan. Setelah proses pengolahan selesai, setiap pesanan diperiksa kembali untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam masakan.

Begitu semua masakan dipastikan siap, pesanan diantarkan oleh tim pengantar dengan tepat waktu ke alamat pemesan

c. Penyelesaian dan Evaluasi Layanan

Saat pesanan tiba di tangan pemesan, driver meminta pelunasan pembayaran dan memastikan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Annasikah Aqiqah Yogyakarta. Langkah ini tidak hanya menyelesaikan transaksi tetapi juga mengumpulkan feedback untuk perbaikan berkelanjutan

IV.5 Aspek Organisasi dan SDM

Pada tahap awal, kegiatan operasional di Kantor Cabang Annasikah Aqiqah Yogyakarta masih sepenuhnya dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha. Pemilik berperan sebagai administrator, bagian pemasaran, sekaligus pengelola utama yang bertanggung jawab atas seluruh jalannya kegiatan bisnis.

Seluruh proses operasional dijalankan langsung oleh pemilik, mulai dari konsultasi dan penerimaan pesanan, pencatatan detail pemesanan, pembuatan konten promosi, hingga koordinasi pesanan dengan layanan pusat. Pengelolaan ini masih dilakukan secara mandiri karena volume kegiatan operasional masih dapat ditangani sendiri serta untuk menjaga efisiensi biaya operasional di tahap awal pengembangan usaha.

Ke depannya, seiring dengan meningkatnya permintaan layanan dan perluasan pasar, direncanakan untuk membuka layanan Aqiqah baru di wilayah Yogyakarta guna menjangkau lebih banyak pelanggan. Sejalan dengan hal

tersebut, struktur sumber daya manusia juga akan dikembangkan secara bertahap sesuai kebutuhan operasional.

IV.5.1 Rencana Penambahan SDM

Seiring meningkatnya jumlah pesanan dan permintaan layanan, Kantor cabang berencana melakukan penambahan tenaga kerja secara bertahap untuk memperkuat kinerja operasional dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Untuk rencana awal penambahan SDM direncanakan menambah pada staff digital marketing yang akan berfokus menangani kegiatan promosi, pembuatan konten, dan pengolahan akun sosial media.

IV.6 Aspek keuangan

Aspek keuangan pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta disusun untuk menilai kelayakan usaha serta memastikan keberlangsungan operasional bisnis. Perencanaan keuangan mencakup pengelolaan modal awal, biaya operasional, penentuan harga jual, serta analisis pendapatan dan laba usaha. Pengelolaan aspek keuangan yang terstruktur sangat penting bagi UMKM berbasis jasa karena berperan dalam menjaga stabilitas arus kas dan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang tepat (Sari, R. P.; Setiawan, 2020). Melalui perencanaan dan pencatatan keuangan yang baik, Annasikah Aqiqah Yogyakarta diharapkan mampu mengelola risiko keuangan serta mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

IV.6.1 Sumber Pendanaan

Sumber pendanaan untuk memulai usaha Annasikah Aqiqah Yogyakarta sepenuhnya berasal dari modal pribadi dengan nilai total sebesar Rp 25.000.000. Modal awal ini dialokasikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan dasar operasional sebelum bisnis mulai berjalan. Penggunaan dana meliputi biaya sewa kontrakan sebagai tempat produksi, pembelian laptop dan smartphone sebagai perangkat pendukung administrasi serta komunikasi dengan pelanggan, serta pengadaan alat tulis kantor untuk keperluan pencatatan dan dokumentasi.

Sebagian dari modal tersebut juga disiapkan sebagai dana darurat untuk mengantisipasi kebutuhan tak terduga pada masa awal operasional, seperti biaya tambahan perlengkapan, penyesuaian produksi, atau kebutuhan mendesak lainnya. Dengan memanfaatkan modal pribadi, bisnis dapat berjalan tanpa beban kewajiban kepada pihak eksternal sehingga struktur keuangannya lebih fleksibel, stabil, dan mudah dikendalikan.

IV.6.2 Rancangan Biaya Produksi

Perencanaan biaya produksi merupakan langkah strategis yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan Harga Pokok Penjualan (HPP) pada usaha. Perhitungan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran biaya yang akurat dan sistematis sehingga mencerminkan kondisi operasional usaha secara nyata.

Dalam menentukan biaya produksi, Annasikah Aqiqah Yogyakarta mengkelompokkan ke dalam tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead produksi. Biaya bahan baku meliputi pengadaan kambing sesuai dengan jenis paket aqiqah yang ditawarkan serta bumbu. Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang harus dikeluarkan

untuk tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan dan penyediaan layanan aqiqah. Sementara itu, biaya overhead produksi mencakup biaya tidak langsung yang menunjang kelancaran kegiatan produksi, antara lain biaya air dan listrik, bahan bakar, transportasi, promosi, perlengkapan operasional, serta penyusutan aset produksi.

Dari seluruh komponen biaya produksi tersebut maka akan dihitung dan diakumulasikan dalam satu periode tertentu untuk memperoleh total biaya produksi.

Tabel 2. 1 Rancangan Biaya Modal Awal

Komponen Biaya	Biaya (Rp)	Umur Ekonomis (bulan)	Penyusutan/Amortisasi (Rp/bulan)
Laptop	3.000.000	60	50.000
Sewa Tempat (dibayar dimuka)	8.400.000	12	700.000
Alat Masak	1.300.000	12	108.000
Smartphone	1.800.000	60	30.000
Kendaraan (Motor)	9.000.000	36	250.000
Dana Darurat	1.500.000		
Total	25.000.000		1.138.000

Tabel 2. 2 Tenaga Kerja

Jabatan	Kuantitas	Biaya (bulan)
----------------	------------------	----------------------

Manajer	1 orang	1.500.000
Staff Produksi	1 orang	1.000.000
Subtotal A		2.500.000

Annasikah Aqiqah Yogyakarta juga menanggung biaya overhead sebagai bagian dari pengeluaran operasional rutin. Biaya overhead ini mencakup pengeluaran tidak langsung yang mendukung kelancaran usaha. Biaya ini meliputi, biaya utilitas seperti air dan listrik, bahan bakar produksi, biaya pengiriman, serta biaya promosi. Selain itu, biaya overhead juga mencakup pengeluaran untuk kebutuhan operasional lainnya, seperti biaya internet, perlengkapan administrasi, serta penyusutan aset tetap yang digunakan dalam kegiatan usaha, antara lain penyusutan sewa tempat, peralatan masak, kendaraan operasional, dan perangkat kerja. Seluruh biaya tersebut dikeluarkan secara rutin dalam periode operasional tertentu untuk memastikan proses produksi, pemasaran, dan pelayanan kepada pelanggan dapat berjalan secara lancar.

Tabel 2. 3 Rancangan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jabatan	Kuantitas	Biaya (bulan)
Staff Produksi	1 orang	1.000.000
Subtotal A		1.000.000

Tabel 2. 4 Rancangan Biaya Overhead

Komponen Biaya	Kuantitas	Estimasi Biaya (Rp)
----------------	-----------	---------------------

Kayu bakar	1 bulan	300.000
Air dan listrik	1 bulan	500.000
Biaya pengiriman	1 bulan	500.000
Penyusutan Laptop & Smartphone	1 bulan	80.000
Penyusutan Sewa Tempat	1 bulan	700.000
Penyusutan Alat Masak	1 bulan	108.000
Penyusutan Kendaraan (Motor)	1 bulan	250.000
Promosi (iklan Ads)	1 bulan	200.000
Brosur	1 bulan	200.000
Internet	1 bulan	100.000
Perlengkapan kantor (ATK)	1 bulan	50.000
Subtotal B		2.988.000

Tabel 2. 5 Biaya Produksi

Komponen	Kuantitas	Biaya
Kambing (paket praktis 1) + Bumbu	1 Paket	850.000
Kambing (paket praktis 2) + Bumbu	1 Paket	1.200.000
Kambing (paket sedang) + Bumbu	1 Paket	1.650.000
Kambing (paket besar 1) + Bumbu	1 Paket	2.150.000
Kambing (paket besar 2) + Bumbu	1 Paket	2.700.000

IV.6.3 Rancangan Harga Pokok Produksi

Rancangan Harga Pokok Produksi (HPP) pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta disusun berdasarkan seluruh biaya produksi dan biaya operasional yang dikeluarkan dalam satu periode usaha. Perhitungan HPP mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead produksi yang secara keseluruhan membentuk total biaya dalam menghasilkan layanan aqiqah.

Berikut rancangan HPP yang di asumsikan dalam satu bulan dapat memproduksi 15 paket dengan sumber daya yang dimiliki..

Tabel 2. 6 Rancangan HPP

Keterangan	Biaya
Subtotal A	1.000.000
Subtotal B	2.988.000
Total A + B	3.988.000
Total (15 Paket)	266.000

Berdasarkan perhitungan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead produksi, diperoleh total biaya operasional bulanan sebesar Rp3.988.000. Dengan asumsi kapasitas produksi sebanyak 15 paket aqiqah per bulan, maka biaya overhead per paket adalah sebesar Rp266.000. Nilai ini merupakan biaya tambahan internal yang melekat pada setiap paket layanan..

Tabel 2. 7 HPP

Nama Produk	Biaya Produksi	BOP	HPP
Paket kambing masak praktis	850.000	266.000	1.116.000
1			

Paket kambing masak praktis 2	1.200.000	266.000	1.466.000
Paket kambing masak sedang	1.650.000	266.000	1.916.000
Paket kambing masak besar 1	2.150.000	266.000	2.416.000
Paket kambing masak besar 2	2.700.000	266.000	2.966.000

IV.6.4 Rancangan Harga Jual Produk

Rancangan harga jual pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta disusun berdasarkan hasil perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) per paket yang mencakup seluruh biaya produksi dan operasional usaha. Penetapan harga jual dilakukan dengan menambahkan margin keuntungan pada kisaran 20–25 persen dari nilai HPP, dengan memperhatikan kondisi pasar dan kemampuan beli konsumen agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

Produk yang ditawarkan dalam rancangan harga jual ini difokuskan pada paket kambing masak. Paket kambing masak meliputi penyediaan hewan aqiqah, proses penyembelihan sesuai ketentuan syariat Islam, serta pengolahan masakan menjadi menu siap saji seperti gulai, tongsseng, dan sate. Perbedaan harga antar paket disesuaikan dengan ukuran kambing dan biaya produksi yang digunakan pada masing-masing paket.

Harga jual setiap paket ditetapkan berdasarkan nilai HPP yang telah dihitung sebelumnya, kemudian ditambahkan margin keuntungan yang wajar. Dengan perhitungan tersebut, harga jual yang ditetapkan diharapkan tetap

terjangkau bagi konsumen, mampu bersaing di pasar, serta memberikan keuntungan yang stabil bagi usaha.

Tabel 2. 8 Harga Jual Paket

Nama Paket	HPP	Margin (20-25%)	Harga Jual Produk
Kambing Masak praktis 1	1.116.000	234.000	1.350.000
Kambing Masak praktis 2	1.466.000	334.000	1.800.000
Kambing Masak Sedang	1.916.000	384.000	2.300.000
Kambing Masak Besar 1	2.416.000	484.000	2.900.000
Kambing Masak Besar 2	2.966.000	634.000	3.600.000

IV.6.5 Aspek Teknologi Digital

Annasikah Aqiqah Yogyakarta memanfaatkan berbagai teknologi digital untuk menunjang efektivitas kerja, mempermudah komunikasi dengan pelanggan, serta meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Pemanfaatan teknologi ini mendukung proses pemasaran, administrasi, dan pengelolaan pesanan agar berjalan lebih cepat, akurat, dan terorganisasi, sebagaimana pemanfaatan digital marketing pada UMKM terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha (Purwana, D.; Rahmi; Aditya, 2017). Media sosial seperti Instagram dan Facebook digunakan sebagai saluran utama promosi untuk

menampilkan informasi paket, testimoni, serta konten edukatif seputar aqiqah. WhatsApp Business berfungsi sebagai media komunikasi utama dengan fitur katalog produk, pesan otomatis, dan label pelanggan yang membantu menyampaikan informasi serta merespons pertanyaan secara lebih profesional. Untuk keperluan pencatatan operasional, Microsoft Excel dimanfaatkan dalam pengelolaan jadwal pesanan, administrasi, serta dokumentasi transaksi. Sementara itu, sistem pembayaran melalui transfer bank atau dompet digital memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi secara cepat dan aman. Integrasi teknologi ini menjadikan alur bisnis lebih efisien sekaligus meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

BAB V

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

V.1 Profil bisnis

Annasikah Aqiqah Yogyakarta merupakan cabang pemasaran dari Annasikah aqiqah yang berada di Boyolali. Kantor Annasikah Aqiqah Yogyakarta berlokasi di daerah Caturtunggal yang menjadi layanan pemasaran, Annasikah Aqiqah Yogyakarta sendiri hadir untuk menjadi solusi bagi keluarga muslim sekitaa Yogyakarta yang ingin melaksanakan aqiqah dengan praktis yang sudah memenuhi syariaat. Layanan ini mencakup pemilihan hewan yang berkualitas, proses penyembelihan, pengolahan daging menjadi berbagai menu, serta pengantaran olahan kambing sampai lokasi pemesan, untuk proses pelayanan masih dilakukan dari layanan pusat sejalan dengan berjalanya waktu jika Annasikah Aqiqah sudah bisa mencapai target penjualan akan dibuka pelayanan untuk lokasi Yogyakarta. Pada gambar 3.1 disajikan logo usaha dari Annasikah Aqiqah Yogyakarta.



Gambar 3. 1 Logo Annasikah Aqiqah Yogyakarta

Annasikah Aqiqah Yogyakarta mulai berdiri pada tahun 2024 dengan memanfaatkan reputasi dan pengalaman yang telah dibangun oleh Annasikah aqiqah pusat, Annasikah Aqiqah Yogyakarta memiliki kualitas standar dan pelayanan yang sama dengan layanan pusat.

V.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

V.2.1 Pemasaran Produk

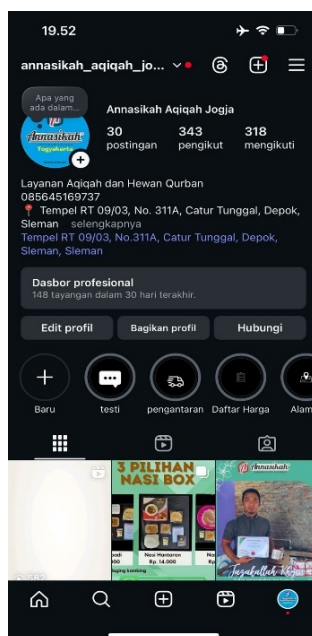
Dalam menjalankan operasionalnya, Annasikah Aqiqah Yogyakarta menerapkan strategi pemasaran yang memadukan metode digital dan pemasaran konvensional. Pendekatan ini dipilih untuk menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas serta memastikan informasi layanan dapat tersampaikan dengan efektif.

Metode pemasaran digital dilakukan melalui media sosial Facebook, Instagram serta Whatsapp Business.

Melalui Facebook dan Instagram, menampilkan beragam konten seperti informasi paket aqiqah, dokumentasi proses penyembelihan, pengolahan masakan, hingga testimoni pelanggan. Penyajian konten visual ini membantu membangun kepercayaan dan memberikan gambaran nyata mengenai kualitas dan profesionalitas layanan Annasikah Aqiqah Yogyakarta.

Selain publikasi konten, kedua platform ini dimanfaatkan untuk menjalankan iklan berbayar (Ads) yang terintegrasi melalui Meta Ads. Penggunaan fitur periklanan ini memungkinkan Annasikah Aqiqah Yogyakarta menargetkan calon pelanggan yang lebih spesifik, seperti keluarga muda, calon orang tua, dan masyarakat di sekitar Yogyakarta yang berpotensi membutuhkan

layanan aqiqah. Dengan penargetan yang tepat, iklan dapat menjangkau calon pelanggan dengan tepat, meningkatkan visibilitas usaha, serta mendorong peningkatan jumlah pemesanan.



Gambar 3. 2 Tampilan Instagram Annasikah Aqiqah Yogyakarta

WhatsApp Business digunakan sebagai sarana komunikasi utama antara Annasikah Aqiqah Yogyakarta dengan calon pelanggan. Melalui platform ini, pelanggan dapat memperoleh informasi mengenai paket layanan, harga, proses pemesanan, serta konsultasi terkait kebutuhan aqiqah dengan lebih cepat dan praktis.

WhatsApp Business juga memudahkan pengelolaan pesan melalui fitur katalog, yang menampilkan pilihan paket aqiqah secara lengkap. Dengan demikian, pelanggan dapat melihat detail layanan tanpa harus berpindah ke platform lain. Selain itu, fitur balasan cepat (quick reply) membantu mempercepat proses pelayanan saat menanggapi pertanyaan yang sering diajukan.

Penggunaan WhatsApp Business memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan responsif, sehingga membangun kepercayaan pelanggan serta memperlancar proses pemesanan.

Selain pemasaran digital, Annasikah Aqiqah Yogyakarta juga menggunakan media promosi konvensional yang berupa brosur. Brosur digunakan sebagai sarana informasi secara langsung ke masyarakat. Brosur ini berisi informasi mengenai paket layanan aqiqah, harga, serta kontak pemesanan. Penyebaran brosur dilakukan di beberapa klinik bersalin yang berada di sekitar Yogyakarta.

V.2.2 Penentuan Harga dan Distribusi Produk

a. Penentuan Harga

Dalam menentukan harga jual setiap paket, Annasikah Aqiqah Yogyakarta berpedoman pada hasil perhitungan biaya produksi dan biaya operasional yang ditanggung oleh usaha. Penetapan harga dilakukan agar seluruh biaya dapat tertutupi secara optimal serta usaha tetap memperoleh keuntungan yang proporsional. Dengan penetapan harga yang tepat, kegiatan operasional dapat berjalan secara berkelanjutan dan kualitas layanan kepada pelanggan tetap terjaga.

Penetapan harga jual dilakukan secara menyeluruh pada setiap penjualan paket aqiqah untuk memudahkan pengelolaan usaha dan pengendalian keuangan. Proses penentuan harga jual paket aqiqah Annasikah Aqiqah Yogyakarta dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

penentuan harga jual paket aqiqah Annasikah Aqiqah Yogyakarta :

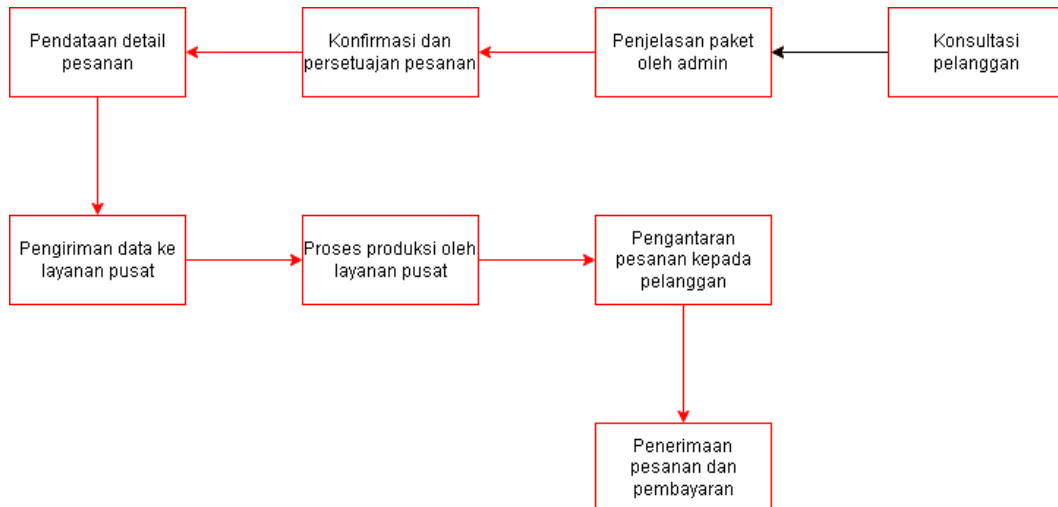
- 1) Menentukan Harga Pokok Produksi (HPP) paket aqiqah berdasarkan seluruh biaya produksi dan operasional yang dikeluarkan dalam penyediaan layanan aqiqah, yang kemudian digunakan sebagai dasar penetapan harga jual paket kambing masak.
- 2) Mengalokasikan biaya operasional ke setiap paket aqiqah yang diproduksi, dengan besaran biaya overhead sebesar Rp262.000 per paket kambing masak sebagai bagian dari perhitungan harga jual.
- 3) Menetapkan margin keuntungan tetap sebesar 20-30% untuk setiap penjualan paket aqiqah. Penetapan margin keuntungan tetap ini dipertimbangkan untuk menjaga profitabilitas tanpa mengorbankan keterjangkauan harga bagi pelanggan.

b. Distribusi Jasa

Distribusi jasa Pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta dilakukan melalui sistem yang terkoordinasi dengan layanan pusat. Informasi mengenai paket, harga, dan layanan disampaikan kepada pelanggan melalui media promosi dan komunikasi langsung. Setelah pemesanan diterima dan dicatat oleh cabang, data pesanan diteruskan kepada layanan pusat untuk diproses sesuai dengan data pemesan. Produk yang telah selesai diproses paket aqiqah diantarkan oleh tim pengantaran untuk diantarkan ke lokasi pemesan tepat waktu sesuai data pesanan.

V.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

V.3.1 Proses Produksi



Gambar 3. 3 Alur Proses Layanan

Proses layanan aqiqah pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta disusun secara terstruktur untuk memastikan pelanggan memperoleh pelayanan yang jelas, dan mudah. Setiap tahapan dilakukan melalui koordinasi antara kantor cabang pemasaran sebagai penerima pemesanan dan layanan pusat sebagai pelaksana produksi aqiqah. Berikut ini penjelasan alur proses layanan:

- 1. Konsultasi Pelanggan**
- 2. Penjelasan Paket oleh Admin**
- 3. Konfirmasi dan Persetujuan Pesanan**
- 4. Pendataan Detail Pesanan**
- 5. Pengiriman Data ke Layanan Pusat**
- 6. Proses Produksi oleh Layanan Pusat**
- 7. Pengantaran Pesanan kepada Pelanggan**
- 8. Penerimaan Pesanan dan Pembayaran**

V.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

Pada tahap awal, kegiatan operasional di Kantor Cabang Annasikah Aqiqah Yogyakarta masih sepenuhnya dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha. Pemilik berperan sebagai administrator, bagian pemasaran, sekaligus pengelola utama yang bertanggung jawab atas seluruh jalannya kegiatan bisnis.

Seluruh proses operasional dijalankan langsung oleh pemilik, mulai dari konsultasi dan penerimaan pesanan, pencatatan detail pemesanan, pembuatan konten promosi, hingga koordinasi pesanan dengan layanan pusat. Pengelolaan ini masih dilakukan secaramandiri karena volume kegiatan operasional masih dapat ditangani sendiri serta untuk menjaga efisiensi biaya operasional di tahap awal pengembangan usaha.

V.4.1 Deskripsi Pekerjaan (Owner)

Sebagai pengelola sekaligus pelaksana utama di kantor cabang, Owner memiliki peran penting yang dapat mendukung kelancaran operasional layanan Annasikah Aqiqah Yogyakarta. Tanggung jawab tersebut meliputi:

a. Administrasi & Layanan Pelanggan

1. Melayani konsultasi awal dengan pelanggan mengenai kebutuhan aqiqah, pilihan paket, menu masakan, serta ketentuan layanan.
2. Mencatat data pesanan secara lengkap, termasuk nama pemesan, alamat, waktu pelaksanaan, dan pilihan paket.
3. Menyampaikan informasi terkait harga, prosedur pemesanan, dan alur layanan secara jelas dan profesional.
4. Mengelola komunikasi melalui WhatsApp Business, baik untuk tanya jawab, konfirmasi, maupun tindak lanjut pesanan.

b. Koordinasi Pesanan dengan Layanan Pusat

1. Mengirimkan detail pesanan pelanggan ke layanan pusat untuk diproses.
2. Memastikan seluruh informasi pesanan tersampaikan dengan akurat agar tidak terjadi kesalahan produksi.
3. Melakukan monitoring dan follow-up terhadap proses penyediaan hewan, penyembelihan, pengolahan, hingga pengemasan yang dilakukan oleh layanan pusat.
4. Menjadi penghubung antara pelanggan dan tim pusat untuk memastikan layanan berjalan lancar.

c. Pemasaran & Digital Marketing

1. Melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menjangkau calon pelanggan.
2. Mengelola konten promosi, mulai dari pembuatan materi informasi paket, keunggulan layanan, testimoni, hingga pengumuman promo.
3. Menggunakan iklan digital (Ads) untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan memperkenalkan layanan cabang kepada masyarakat sekitar Yogyakarta.

d. Pengelolaan Administrasi Keuangan Sederhana

1. Mengelola pencatatan transaksi, termasuk pemasukan dari penjualan paket dan pengeluaran operasional cabang.
2. Menghitung biaya beban per penjualan dan memastikan penetapan harga sesuai ketentuan yang berlaku.

3. Menyusun laporan keuangan sederhana untuk memantau perkembangan usaha cabang

V.4.2 Hasil Produk

Hasil Produk yang dipasarkan oleh kantor cabang pemasaran Annasikah Aqiqah Yogyakarta merupakan keluaran yang sepenuhnya diproduksi oleh layanan Annasikah pusat. Annasikah Aqiqah Yogyakarta berperan dalam pemasaran, pendataan, koordinasi pesanan dengan layanan pusat hingga memastikan produk diterima pemesan dalam keadaan baik.

Produk yang dihasilkan terdiri dari olahan kambing masak saja produk ini disiapkan melalui proses produksi yang profesional, mulai dari penyediaan hewan, penyembelihan sesuai syariat, pengolahan masakan, hingga pengemasannya.

a. Paket kambing masak

Produk olahan masakan yang dihasilkan merupakan menu khas aqiqah dengan cita rasa yang disesuaikan dengan preferensi mayoritas pelanggan. Layanan pusat menyediakan berbagai pilihan olahan, dengan beberapa menu unggulan sebagai berikut:

- 1. Tongseng**
- 2. Gulai**
- 3. Sate**
- 4. Tengkleng**
- 5. Rica**
- 6. Rendang**

Setiap menu masakan di atas merupakan pilihan menu utama yang disediakan oleh Annasikah Aqiqah Yogyakarta. Namun, apabila pelanggan menginginkan jenis olahan lain di luar daftar tersebut, tim juga dapat menyesuaikan dengan permintaan dan pilihan masakan yang mereka inginkan.



Gambar 3. 4 Contoh Produk Olahan Masakan



Gambar 3. 5 Proses Pengolahan Masakan

V.5 Tinjauan Aspek Keuangan

V.5.1 Penjualam

Penjualan pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta merupakan sumber utama pendapatan usaha yang diperoleh dari penjualan paket layanan aqiqah kepada pelanggan. Nilai penjualan dipengaruhi oleh jumlah pesanan yang masuk setiap bulan serta jenis paket yang dipilih, paket kambing masak paket praktis hingga besar. Selama periode pengamatan, penjualan mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh intensitas promosi, tingkat persaingan, serta kebutuhan konsumen. Data penjualan ini digunakan sebagai dasar dalam analisis pendapatan usaha serta perhitungan kinerja keuangan Annasikah Aqiqah Yogyakarta.

Tabel 3. 2 Pendapatan Periode (Agustus – Oktober)

Penjualan Paket Annasikah Aqiqah Yogyakarta			
No.	Tanggal	Jenis Paket	Harga
1.	3 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.350.000
2.	5 Agustus-2025	Paket kambing masak Praktis 2	1.800.000
3.	7 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 2 (2 ekor)	3.600.000
4.	11 Agustus-2025	Paket kambing masak sedang	2.300.000
5.	16 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.350.000
6.	18 Agustus-2025	Paket kambing masak sedang	1.800.000
7.	23 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 1	2.700.000

		(2 ekor)	
8	27 Agustus-2025	Paket kambing masak besar 1	2.900.000
Jumlah Bulan Agustus			17.800.000
1.	2 September-2025	Paket kambing masak praktis 2	1.800.000
2.	3 September-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.350.000
3.	8 September-2025	Paket kambing masak besar 2	3.600.000
4.	11 September-2025	Paket Kambing masak praktis 1 (2 ekor)	2.700.000
5.	16 September-2025	Paket kambing masak sedang	2.300.000
6.	16 September-2025	Paket Kambing masak praktis 1	1.350.000
7.	23 September-2025	Paket Kambing masak praktis 2 (2 ekor)	3.600.000
8	28 September -2025	Paket kambing masak praktis 1	1.350.000
Jumlah Bulan September			18.050.000
1.	1 October-2025	Paket kambing masak besar 2	3.600.000
2.	3 Oktober-2025	Paket kambing praktis 2	1.800.000
3.	6 Oktober-2025	Paker kambing masak praktis 1 (2 ekor)	2.700.000
4.	7 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.350.000
5.	9 Oktober-2025	Paket kambing masak sedang	2.300.000
6.	12 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 2	1.800.000
7.	14 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.350.000
8.	14 Oktober-2025	Paket kambing masak sedang	4.600.000

		(2 ekor)	
9.	19 Oktober-2025	Paket kambing masak besar 1	2.900.000
10.	22 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 2	1.800.000
11	23 Oktober-2025	Paket kambing masak sedang	2.300.000
12	27 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.350.000
Jumlah Bulan Oktober			27.850.000
Total Penjualan 3 Bulan			63.700.000

Tabel 3. 3 HPP Periode (Agustus – Oktober)

Pengeluaran Paket Annasikah Aqiqah Yogyakarta			
No.	Tannggal	Jenis Paket	HPP
1.	3 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.116.000
2.	5 Agustus-2025	Paket kambing masak Praktis 2	1.466.000
3.	7 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 2 (2 ekor)	2.932.000
4.	11 Agustus-2025	Paket kambing masak sedang	1.916.000
5.	16 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.116.000
6.	18 Agustus-2025	Paket kambing masak sedang	1.916.000
7.	23 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 1 (2 ekor)	2.232.000
8.	27 Agustus-2025	Paket kambing masak besar 1	2.416.000
Total			15.110.000
1.	2 September-2025	Paket kambing masak praktis 2	1.466.000

2.	3 September-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.116.000
3.	8 September-2025	Paket kambing masak besar 2	2.966.000
4.	11 September-2025	Paket Kambing masak praktis 1 (2 ekor)	2.232.000
5.	16 September-2025	Paket kambing masak sedang	1.916.000
6.	16 September-2025	Paket Kambing masak praktis 1	1.116.000
7.	23 September-2025	Paket Kambing masak praktis 2 (2 ekor)	2.932.000
8.	28 Agustus-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.116.000
Total			14.860.000
1.	1 October-2025	Paket kambing masak besar 2	2.966.000
2.	3 Oktober-2025	Paket kambing praktis 2	1.466.000
3.	6 Oktober-2025	Paker kambing masak praktis 1 (2 ekor)	2.232.000
4.	7 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.116.000
5.	9 Oktober-2025	Paket kambing masak sedang	1.916.000
6.	12 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 2	1.466.000
7.	14 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.116.000
8.	14 Oktober-2025	Paket kambing masak sedang (2 ekor)	3.832.000
9.	19 Oktober-2025	Paket kambing masak besar 1	2.416.000
10.	22 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 2	1.466.000
11	23 Oktober-2025	Paket kambing masak sedang	1.916.000

12	27 Oktober-2025	Paket kambing masak praktis 1	1.116.000
Total			23.024.000
Total HPP 3 Bulan			52.994.000

V.5.2 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan Annasikah Aqiqah Yogyakarta selama periode tertentu dengan membandingkan antara pendapatan dan seluruh biaya yang dikeluarkan. Pendapatan usaha diperoleh dari hasil penjualan paket aqiqah, sedangkan biaya terdiri atas biaya pembelian paket dari mitra, biaya operasional, serta biaya overhead lainnya. Selisih antara total pendapatan dan total biaya menunjukkan laba atau rugi yang dihasilkan oleh usaha. Penyusunan laporan laba rugi ini menjadi dasar dalam mengevaluasi tingkat profitabilitas usaha serta sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha ke depan.

Tabel 3. 4 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Agustus – Oktober 2025	
Pendapatan	Rp 63.700.000
HPP (Harga Pokok Produksi)	Rp 52.994.000
Laba Kotor	10.706.000
Gaji Manajer (3 bulan)	4.500.000
Laba/rugi (bersih)	Rp 6.206.000

V.5.3 Laporan Arus Kas

Laporan arus kas disusun untuk menggambarkan aliran masuk dan keluar kas pada Annasikah Aqiqah Yogyakarta selama periode tertentu. Arus kas masuk berasal dari penerimaan pembayaran pelanggan atas penjualan paket aqiqah, sedangkan arus kas keluar meliputi pembayaran kepada mitra, biaya operasional, serta pengeluaran lain yang mendukung kegiatan usaha. Penyusunan laporan arus kas bertujuan untuk mengetahui kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek serta menjaga ketersediaan kas agar operasional bisnis dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, laporan arus kas membantu pemilik usaha dalam mengidentifikasi pola pengeluaran dan penerimaan kas sehingga dapat dilakukan pengendalian keuangan yang lebih efektif. Dengan pengelolaan arus kas yang baik, usaha dapat meminimalkan risiko kekurangan dana dan mendukung keberlangsungan usaha secara berkelanjutan. Laporan ini juga menjadi alat evaluasi dalam pengelolaan keuangan dan perencanaan usaha di periode berikutnya.

Tabel 3. 5 Laporan Arus Kas*

Laporan Arus Kas			
Keterangan	Agustus-25	September-25	Oktober-25
Saldo Awal	25.000.000	2.690.000	4.3800.000
Investasi Awal	23.500.000	0	0
Arus Kas Masuk (Pendapatan)	17.800.000	18.050.000	27.850.000

HPP	15.110.000	14.860.000	23.024.000
Gaji Manajer	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Arus Kas Keluar (Pengeluaran)	16.610.000	16.360.000	24.524.000
Saldo Akhir	2.690.000	4.380.000	7.706.000

V.5.4 Neraca

Neraca saldo disusun untuk menyajikan posisi keuangan Annasikah Aqiqah Yogyakarta pada periode tertentu dengan menampilkan saldo masing-masing akun setelah dilakukan pencatatan transaksi. Neraca saldo mencakup akun aset, kewajiban, dan modal, serta digunakan untuk memastikan keseimbangan antara total sisi debit dan kredit. Penyusunan neraca saldo bertujuan untuk memeriksa ketepatan pencatatan keuangan dan menjadi dasar dalam penyusunan laporan keuangan lanjutan, seperti laporan laba rugi dan neraca. Selain itu, neraca saldo membantu dalam mendeteksi kemungkinan kesalahan pencatatan yang terjadi selama proses administrasi keuangan. Informasi yang tersaji dalam neraca saldo juga memberikan gambaran awal mengenai stabilitas keuangan usaha. Dengan adanya neraca saldo, pemilik usaha dapat memantau kondisi keuangan secara lebih terstruktur dan akurat.

Tabel 3. 6 Neraca Saldo

Aktiva	Pasiva
Aktiva Lancar	Kewajiban

Kas	7.706.000	Utang Usaha	0
Total Aktiva Lancar	7.706.000	Total Kewajiban	0
Aktiva Tetap		Modal	
Sewa tempat (dibayar dimuka)	8.400.000	Modal Disetor	25.000.00 0
Laptop & Smart phone	4.800.000	Laba bersih	6.206.000
Kendaraan (motor)	9.000.000		
Alat Masak	1.300.000		
Total Aktiva Tetap	23.500.00 0	Total Modal	31.206.00 0
Total Aktiva	31.206.00 0	Total Pasiva	31.206.00 0

V.6 Tinjauan Aspek Teknologi

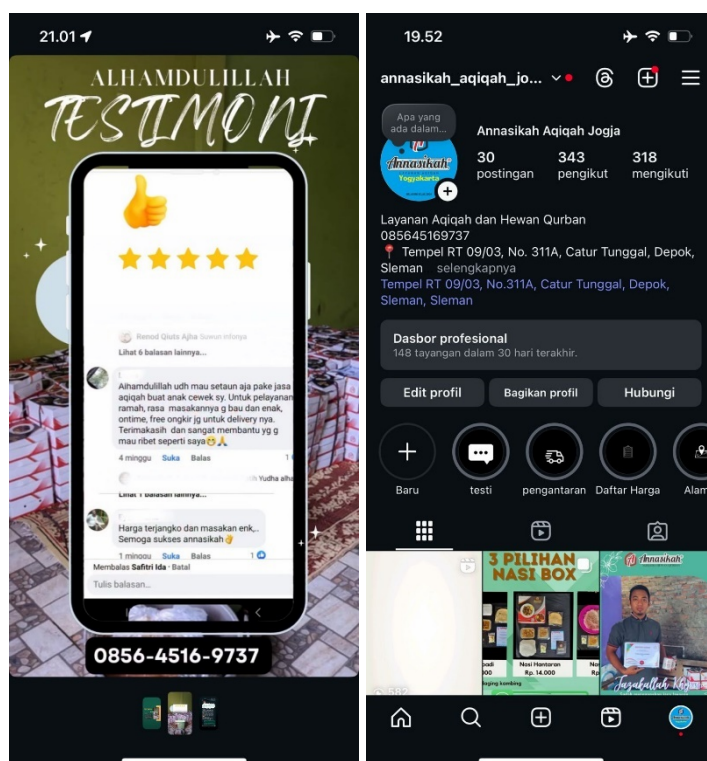
Annasikah Aqiqah Yogyakarta memanfaatkan berbagai teknologi digital untuk menunjang efektivitas kerja, kemudahan komunikasi, serta peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pemanfaatan teknologi ini membantu proses pemasaran, administrasi, serta pengelolaan pesanan agar berjalan lebih cepat, akurat, dan terorganisasi.

1. Media Sosial (Instagram & Facebook)

Melalui Facebook dan Instagram, menampilkan beragam konten seperti informasi paket aqiqah, dokumentasi proses penyembelihan, pengolahan

masakan, hingga testimoni pelanggan. Penyajian konten visual ini membantu membangun kepercayaan dan memberikan gambaran nyata mengenai kualitas dan profesionalitas layanan Annasikah Aqiqah Yogyakarta.

Selain publikasi konten, kedua platform ini dimanfaatkan untuk menjalankan iklan berbayar (Ads) yang terintegrasi melalui Meta Ads. Penggunaan fitur periklanan ini memungkinkan Annasikah Aqiqah Yogyakarta menargetkan calon pelanggan yang lebih spesifik, seperti keluarga muda, calon orang tua, dan masyarakat di sekitar Yogyakarta yang berpotensi membutuhkan layanan aqiqah. Dengan penargetan yang tepat, iklan dapat menjangkau calon pelanggan dengan tepat, meningkatkan visibilitas usaha, serta mendorong peningkatan jumlah pemesanan.



Gambar 3. 6 Tampilan Media Sosial Instagram



Gambar 3. 7 Media Sosial Facebook

ID Transaksi	Tanggal	Jumlah	Metode pembay...	Status pembayaran	ID Invoice PPN	Tindakan
10033030503474 10033030510141	20 Jul 2025	Rp87	Sal'do prabayar	Lunas	FBADS-084-104740140	Download
99995046668261 10040348836075	19 Jul 2025	Rp15.298	Sal'do prabayar	Lunas	FBADS-084-104735718	Download
23892774633740 23900862176264	18 Jul 2025	Rp55.645	Sal'do prabayar	Lunas	FBADS-084-104733052	Download
238929181970591 23897566879927	17 Jul 2025	Rp49.609	Sal'do prabayar	Lunas	FBADS-084-104729493	Download
23876384845379 24519753924375	16 Jul 2025	Rp54.877	Sal'do prabayar	Lunas	FBADS-084-104725799	Download
10056258957818 99739503427157	15 Jul 2025	Rp64.746	Sal'do prabayar	Lunas	FBADS-084-104721796	Download

Gambar 3. 8 Iklan Digital (Facebook Ads)

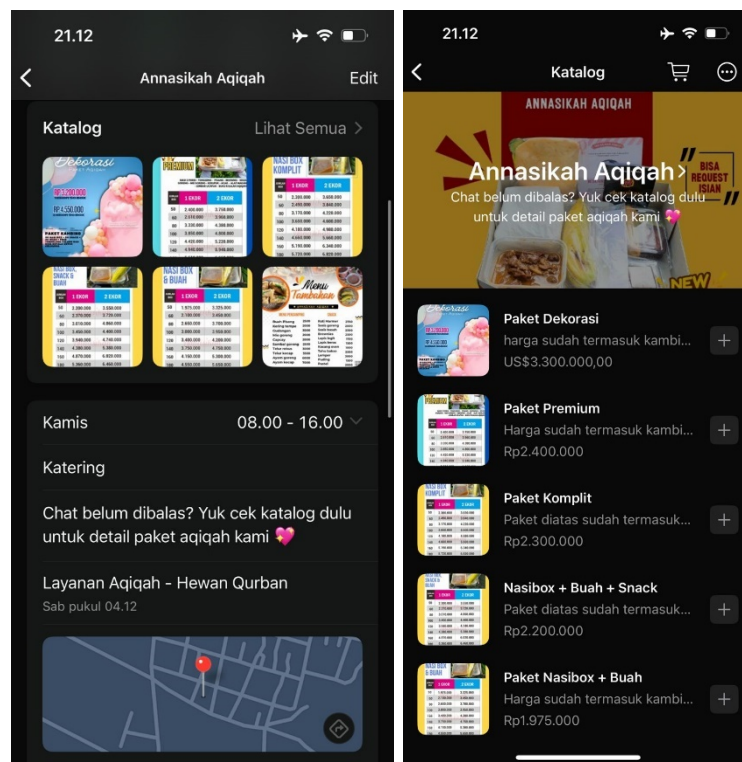
2. WhatsApp Business

WhatsApp Business digunakan sebagai sarana komunikasi utama antara Annasikah Aqiqah Yogyakarta dengan calon pelanggan. Melalui platform ini, pelanggan dapat memperoleh informasi mengenai paket layanan, harga,

proses pemesanan, serta konsultasi terkait kebutuhan aqiqah dengan lebih cepat dan praktis.

WhatsApp Business juga memudahkan pengelolaan pesan melalui fitur katalog, yang menampilkan pilihan paket aqiqah secara lengkap. Dengan demikian, pelanggan dapat melihat detail layanan tanpa harus berpindah ke platform lain. Selain itu, fitur balasan cepat (quick reply) membantu mempercepat proses pelayanan saat menanggapi pertanyaan yang sering diajukan.

Penggunaan WhatsApp Business memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan responsif, sehingga membangun kepercayaan pelanggan serta memperlancar proses pemesanan



Gambar 3. 9 Tampilan WhatsApp Business

3. Microsoft Excel

Pengelolaan data pemesanan, pencatatan transaksi, serta jadwal layanan dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excel atau Google Spreadsheet.

Penggunaan spreadsheet ini memudahkan proses administrasi karena data dapat disimpan, diperbarui, dan dianalisis secara sistematis. Selain itu, pencatatan digital membantu menjaga akurasi informasi dan meminimalkan risiko kesalahan dalam pendataan

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
24	SENIN	1	EDI	BOLON	10.00-10.30	2	250		CAPAN - PISANG - SOSIS GRG - BROWNIES - FREE PLASTIK - UCAPAN FOTO	TS			A	4.5	Rp	8,650,000	
		2	ADI	KEBON BIMO, BYL	11.00	1	100		ATER - PISANG - MIE GRG - SOSIS GRG - BROWNIES - DUS RESAR	TS	5	530	A	3	Rp	3,850,000	
		3	DIKY	GEMOLONG, SRAGEN	13.00	1	80		NASI 40 PORSI OPRCKAN - ACAR + KERUPUK 40 PORSI	TS (80 BOX - 40 PORSI OPRCKAN)			A	4	Rp	2,840,000	
		5		TANON, SRAGEN		1	100		NASI 40 PORSI OPRCKAN - ACAR + KERUPUK 40 PORSI	GL (100 BOX - 40 PORSI OPRCKAN)				A	5	Rp	3,140,000
25	SELASA	1	HENDRAWAN	POLOKARTO, SKH	8.00	2			JANTAN - UCAPAN FOTO 250 PCS	TS			A	5	Rp	5,075,000	
		2	YUDI	DEPOK, SLEMAN	13.00	1			NON AQIQAH	SATE 400 - TK	5	195	A	8	Rp	5,075,000	
		3	ANDRI	SAMBI	14.00	2	135			TS CACAH			B	1	Rp	4,050,000	Rp 14,200,000
26	RABU	1	AGENGG	GENTAN	11.00	2	100		JANTAN - PISANG - SAMBAL GRG - TELUR KECAP	SATE 200 (50 2) - TS			A	2.3	Rp	5,150,000	
		2	PARYADI	NOGOSARI	13.00	1	160		CETING - MIE GRG - TELUR REBUS	GL + TK CACAH 40 CLUP	6	440	A	6	Rp	7,350,000	
		3	ALEK	SAMBI	14.30	3	180		TK 1 EKOR - TULANG 2 EKOR CACAH CAMPUR KE BOX	TS DAGING DAN TULANG CACAH (JANTAN)			B	1	Rp	6,250,000	Rp 18,750,000
27	KAMIS	1	GIYARTO	JURUG, BYL	8.00	3				TS HANTARAN - TK - RC			A	6.6.7	Rp	7,950,000	
		2	IHWANUL	SUSUKAN	9.00	1			JANTAN - TANPA SERTIF	TS			A	8	Rp	2,950,000	
		3	ROKI	NGEMPLAK, BYL (15 BOX) + SMA DIRGANTARA (65 BOX)	10.00	1	80		CLUKUR GIJUNDUL	SATE 160 (50 2) - TS			A	5	Rp	2,825,000	

Gambar 3. 10 Tampilan Microsoft Excel

4. Pembayaran Transfer

Transaksi pembayaran dilakukan secara digital melalui transfer antar bank.

Metode pembayaran ini memberikan kemudahan bagi pelanggan, meningkatkan keamanan transaksi, serta mempercepat proses konfirmasi pembayaran.



Gambar 3. 11 Bukti Pembayaran

BAB VI

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

VI.1 Identifikasi Masalah

Seiring dengan berjalannya layanan kantor cabang pemasaran, Annasikah Aqiqah Yogyakarta mengalami beberapa kendala yang muncul dari berbagai aspek utama usaha. Permasalahan tersebut terjadi karena bisnis masih berada pada tahap awal pengembangan, kapasitas operasional cabang yang terbatas, serta proses layanan yang masih bergantung pada koordinasi dengan kantor pusat. Tantangan yang dihadapi meliputi aspek pemasaran, pelayanan pelanggan, distribusi, sumber daya manusia, serta pengelolaan administrasi. Kondisi tersebut sejalan dengan permasalahan umum yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia, khususnya pada fase awal pengembangan usaha, di mana keterbatasan sumber daya dan persaingan usaha menjadi faktor utama yang memengaruhi kinerja bisnis (Tambunan, 2019).

Secara umum, permasalahan utama yang dihadapi adalah bagaimana Annasikah Aqiqah Yogyakarta dapat memperkenalkan layanan secara lebih luas, membangun kepercayaan masyarakat di wilayah Yogyakarta, serta memastikan kelancaran koordinasi dengan layanan pusat agar proses produksi dan pengiriman dapat berjalan tepat waktu. Selain itu, usaha ini juga dituntut untuk mampu menjalankan seluruh aktivitas operasional secara efisien meskipun sumber daya yang tersedia masih terbatas. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga kualitas layanan, memenuhi kebutuhan pelanggan, serta

mempertahankan daya saing di tengah persaingan penyedia jasa aqiqah yang semakin ketat.

VI.2 Bidang Pemasaran

Dalam proses pengembangan Annasikah Aqiqah Yogyakarta sebagai kantor cabang pemasaran, muncul sejumlah kendala yang berkaitan dengan keberhasilan strategi pemasaran. Meskipun iklan media sosial, iklan berbayar, dan brosur sudah di jalankan sebagai sarana promosi, efektivitas pemasaran masih belum optimal untuk menjangkau pasar lebih luas. Beberapa masalah ditemukan pada tahapan promosi, penyampaian informasi, dan penguatan citra merek.

Salah satu permasalahan utama adalah terbatasnya jangkauan promosi digital. Penggunaan Facebook, Instagram, dan iklan berbayar sudah diterapkan, namun intensitas promosi masih belum konsisten sehingga konten belum mampu membangun brand awareness yang kuat. Selain itu, keterbatasan ide konten yang menarik dan informatif menjadi kendala dalam menarik perhatian calon pelanggan baru, khususnya di tengah persaingan yang semakin ketat dengan layanan aqiqah di Yogyakarta yang menawarkan paket dan harga yang kompetitif. Hal ini dapat mengurangi daya saing jika strategi konten tidak segera dievaluasi.

Masalah lainnya muncul terkait ketergantungan pada promosi manual berupa penyebaran brosur di klinik bersalin. Metode ini hanya dapat menjangkau sebatas wilayah tertentu dan belum dapat tersebar secara luas ke seluruh wilayah Yogyakarta. Kondisi ini menyebabkan informasi layanan belum merata kepada masyarakat yang berpotensi membutuhkan layanan. Promosi offline masih

memerlukan waktu, biaya, dan tenaga, sehingga kurang efisien jika dibandingkan dengan potensi besar pemasaran digital.\

VI.3 Bidang Operasi

Permasalahan utama bidang operasi terletak pada ketergantungan penuh cabang terhadap layanan pusat dalam pelaksanaan produksi. Apabila terjadi lonjakan pesanan, keterlambatan dalam proses pengolahan di pusat, cabang tidak memiliki kontrol langsung untuk mempercepat proses. Kondisi ini dapat memengaruhi ketepatan waktu pengiriman dan kepuasan pelanggan. Risiko keterlambatan meningkat terutama pada bulan mudik seperti akhir tahun, lebaran serta akhir pekan ketika jumlah pesanan lebih banyak.

Selain itu, karena proses operasional masih dilakukan secara manual oleh pemilik usaha, mulai dari pencatatan pesanan, komunikasi pelanggan, penyusunan jadwal, hingga konfirmasi ke pusat. Beban kerja operasional yang terpusat pada satu orang berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan, respon yang lambat, dan penumpukan pekerjaan ketika pesanan meningkat. Kondisi ini dapat menghambat efektivitas pelayanan dan mengurangi kualitas kepuasan pelanggan.

VI.4 Bidang Sumber Daya Manusia

Dalam menjalankan operasional kantor cabang pemasaran Annasikah Aqiqah Yogyakarta, permasalahan pada aspek sumber daya manusia menjadi kendala utama. Seluruh kegiatan operasional masih dijalankan oleh satu orang, sehingga beban kerja menjadi sangat besar. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kelelahan, keterlambatan dalam merespons pelanggan, serta kesalahan dalam

pendataan maupun pengelolaan jadwal. Ketika jumlah pesanan meningkat, kapasitas kerja menjadi tidak sebanding dengan kebutuhan layanan, dan hal ini dapat berdampak pada menurunnya kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

VI.5 Bidang Keuangan

permasalahan utama yang dihadapi Annasikah Aqiqah Yogyakarta adalah belum tercapainya target penjualan bulanan. Berdasarkan perencanaan awal, menetapkan target penjualan sebanyak 20 ekor kambing per bulan sebagai standar capaian operasional cabang. Namun, realisasi penjualan selama periode berjalan masih berada di bawah angka tersebut.

Belum tercapainya target penjualan ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti persaingan layanan aqiqah di wilayah Yogyakarta, serta proses pemasaran yang masih dalam tahap pengembangan. Kondisi ini mengakibatkan pencapaian omset bulanan belum stabil.

VI.6 Bidang Teknologi Digital

Dalam pelaksanaan layanan kantor cabang, pemanfaatan teknologi sudah diterapkan melalui penggunaan Instagram, Facebook, WhatsApp Business, serta pencatatan data sederhana menggunakan Excel. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang muncul pada penggunaannya karena sistem yang tersedia masih bersifat dasar dan belum terintegrasi sepenuhnya.

Masalah utama yang terjadi pada pengelolaan informasi yang belum terpusat. Data pemesanan, jadwal, dan riwayat transaksi masih dicatat secara

manual sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan input, keterlambatan pembaruan data, ataupun duplikasi informasi.

Untuk masalah yang lain muncul belum optimalnya pemanfaatan promosi pada media sosial. Unggahan media sosial belum dilakukan secara rutin, sehingga informasi mengenai paket layanan, harga, maupun hasil produk tidak selalu terlihat oleh audiens. Minimnya frekuensi posting menyebabkan algoritma platform sulit mendeteksi akun sebagai sumber aktif, sehingga jangkauan organik menjadi rendah dan interaksi yang terjadi juga terbatas. Masalah berikutnya berkaitan dengan jenis konten yang dibuat masih bersifat informatif dasar belum dikembangkan menjadi konten yang lebih menarik secara visual

BAB VII

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

VII.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perencanaan dan pelaksanaan usaha yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Annasikah Aqiqah Yogyakarta merupakan usaha jasa aqiqah yang memiliki potensi bisnis yang baik dan layak untuk dikembangkan. Hal ini didukung oleh tingginya kebutuhan masyarakat Muslim terhadap layanan aqiqah yang praktis, sesuai syariat Islam, dan didukung oleh sistem pelayanan yang profesional.

Dari aspek pemasaran, pemanfaatan media sosial dan iklan digital terbukti mampu menjangkau konsumen di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Dari aspek operasional, kerja sama dengan layanan pusat memungkinkan proses produksi berjalan efisien tanpa memerlukan investasi produksi yang besar. Dari aspek keuangan, usaha ini telah menghasilkan pendapatan dan mencatat laba bersih selama periode Agustus–Oktober 2025, meskipun masih terdapat fluktuasi penjualan yang dipengaruhi oleh persaingan dan intensitas pemasaran.

Secara keseluruhan, Annasikah Aqiqah Yogyakarta memiliki fondasi bisnis yang cukup kuat, namun masih memerlukan pengembangan berkelanjutan, terutama pada aspek pemasaran digital, pengelolaan sumber daya manusia, serta sistem administrasi agar usaha dapat tumbuh secara stabil dan berkelanjutan.

VII.2 Tindak Lanjut

Sebagai langkah pengembangan usaha ke depan, Annasikah Aqiqah Yogyakarta perlu meningkatkan intensitas dan kualitas pemasaran digital melalui penyajian konten yang lebih konsisten, variatif, dan informatif di media sosial. Optimalisasi iklan berbayar dengan strategi penargetan yang lebih spesifik juga perlu dilakukan agar promosi dapat menjangkau calon pelanggan yang tepat dan meningkatkan jumlah pemesanan secara berkelanjutan. Pemanfaatan teknologi digital secara optimal dinilai mampu membantu UMKM dalam memperluas pasar dan memperkuat daya saing usaha (Rahayu, R.; Day, 2017).

Dari sisi operasional, diperlukan perbaikan sistem pencatatan dan pengelolaan pesanan agar data lebih terintegrasi dan risiko kesalahan administrasi dapat diminimalkan. Penambahan sumber daya manusia, khususnya pada bidang pemasaran digital, juga menjadi langkah strategis untuk mengurangi beban kerja pemilik usaha sekaligus meningkatkan efektivitas promosi dan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, pengelolaan tugas yang lebih terstruktur diharapkan dapat mendukung kelancaran operasional usaha.

Ke depan, Annasikah Aqiqah Yogyakarta juga dapat mempertimbangkan pengembangan variasi paket layanan serta perluasan jaringan kerja sama dengan mitra pendukung, seperti klinik bersalin, komunitas Muslim, dan lembaga keagamaan. Langkah ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan penyedia jasa aqiqah di wilayah Yogyakarta.

VII.3 Manajemen Risiko Bisnis

Dalam menjalankan usaha Annasikah Aqiqah Yogyakarta, terdapat beberapa risiko bisnis yang perlu dikelola secara baik. Risiko pada aspek pemasaran meliputi persaingan yang ketat dengan penyedia jasa aqiqah lain serta potensi penurunan kepercayaan akibat ulasan negatif di media sosial. Untuk mengurangi risiko tersebut, diperlukan pelayanan yang konsisten, komunikasi yang responsif, serta pengelolaan reputasi digital secara aktif.

Risiko pada aspek operasional dapat muncul akibat ketergantungan terhadap layanan pusat, seperti keterlambatan produksi atau pengiriman. Oleh karena itu, koordinasi yang intensif dan pencatatan pesanan yang akurat menjadi langkah penting dalam meminimalkan kesalahan. Dari sisi keuangan, risiko ketidakstabilan penjualan dapat berdampak pada arus kas usaha, sehingga diperlukan pengelolaan keuangan yang disiplin serta pengendalian biaya operasional.

Dengan penerapan manajemen risiko yang tepat dan evaluasi usaha secara berkala, Annasikah Aqiqah Yogyakarta diharapkan mampu menjaga keberlangsungan usaha serta meningkatkan kinerja bisnis di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A.; Ambarwati, R.; Sari, H. M. K. (2023). Social media as digital marketing tool in MSMEs: A systematic literature review. *Jurnal Maksipreneur*, 12(2), 123–135.
- Agustina, A.; Wibowo, A. (2022). Digital marketing strategy to improve MSMEs competitiveness in Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–55.
- Dwiputri, I. N.; Permana, Y. H.; Prastiwi, L. F. (2025). Driving digital adoption within small business: A study case of Indonesia micro-small-medium enterprises. *Jurnal Economia*, 21(2), 210–225.
- Nabila, D.; Faraby, M. E. (2023). Penerapan strategi digital marketing pada produk halal UMKM. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 45–58.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Purwana, D.; Rahmi; Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Rahayu, R.; Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(2), 220–241.
- Sari, R. P.; Setiawan, B. (2020). Analisis kelayakan usaha pada UMKM berbasis

jasa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 67–78.

Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–15.

LAMPIRAN

Catatan kegiatan bulan Agustus – Oktober

Tanggal	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 Agustus 2025	Pembuatan konten sosial media dan pencetakan brosur	Masih kurangnya ide konten	Belajar dengan mencari ide konten yang lebih merik	Pemilik usaha
2 Agustus 2025	Penerimaan dan pencatatan data pesanan	Data pemesan belum lengkap	Melakukan konfirmasi kepada pelanggan	Pemilik usahah
3 Agustus 2025	Memproses pesanan pelanggan dan pengiriman paket	Lokasi pengiriman jauh	Diantar lebih awal	Staff produksi
5 Agustus 2025	Mencatat pesanan yang masuk serta	-	-	Staff produksi

	memproses pesanan yang ada pada hari ini			
7 Agustus	Memproses pesanan dan pengiriman paket	Jumlah kambing lebih banyak	Memulai proses produksi lebih awal	Pemilik dan staff produksi
10 Agustus	Pembuatan konten Facebook dan mencatat pesanan yang masuk	Kurang intens dalam posting konten	Menambah intensitas postingan setiap minggunya	Pemilik
11 Agustus 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
14 Agustus 2025	Pencatatan pesanan masuk			Pemilik
16 Agustus 2025	Memproses pesanan dan			Staff produksi

	mengiriman paket			
18 Agustus 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket	Jarak pengiriman yang jauh	Melakukan pengiriman lebih awal	Staff produksi
21 Agustus 2025	Melakukan iklan berbayar pada Meta Ads dan pencatatan pesanan	Target yang masyarakat yang dicapai belum banyak	Menambah jumlah postingan di Facebook dan Instagram	Pemilik
23 Agustus 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket	Jumlah kambing yang disembelih lebih banyak	Mengatur jadwal produksi lebih awal	Staff produksi
27 Agustus 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
30 Agustus	Evaluasi penjualan	Belum tercapainya	Meningkat intensitas iklan	Pemilik

		target penjualan	di sosial media dan brosur	
1 September 2025	Melakukan promosi dan penyebaran brosur ke klinik bersalin serta mencatat pesanan masuk	Klinik yang dapat di sebar brosur belum banyak	Mencari lebih banyak klinik bersalin untuk disebar brosur	Pemilik
2 September 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
3 september 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
6 September 2025	Penyebaran brosur di klinik bersalin dan			Pemilik

	pencatatan pesanan			
8 September 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket	Ukuran kambing lebih besar proses masak lama	Menambahkan volume kayu bakar dalam pemasakan	Staff produksi
11 September 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
15 September 2025	Membuat konten social media dan pencatatan pesanan			Pemilik
16 September 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket	Jumlah kambing lebih banyak	Mengatur proses produksi lebih awal	Staff produksi
20 September 2025	Penyebaran brosur di klinik bersalin dan	Kehabisan stok brosur	Menambah jumlah cetakan	Pemilik

	pencatatan pesanan			
23 September 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
26 September 2025	Mencetak brosur dan pencatatan pesanan			Pemilik
28 September 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
30 September	Evaluasi penjualan dan pencatatan keuangan	Penjualan sebelum stabil setiap minggunya	Menyusun strategi penjualan dan promosi lanjutan	Pemilik
1 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman Paket serta	Jumlah produksi besar	Mengatur jadwal produksi lebih awal	Pemilik

	pencatatan penjualan			
2 Oktober 2025	Pembuatan konten sosial media	Masih sedikit orderan masuk	Meningkatkan intensitas promosi	Pemilik
3 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
5 Oktober 2025	Penyebaran brosur di klinik dan pencatatan pesanan	Kurangnya respons pelanggan masih kurang	Menyebar luaskan ke klinik bersalin lebih banyak lagi	Pemilik
6 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket dan pencatatan pesanan	Jumlah pesanan lebih banyak	Mengatur jadwal produksi lebih awal	Staff produksi dan pemilik
7 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi

8 Oktober 2025	Membuat konten sosial media dan pencatatan pesanan	Konten yang monoton	Mencari inspirasi terkait konten iklan sosial media	Pemilik
9 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Staff produksi
11 Oktober 2025	Pembuatan konten Instagram dan Facebook serta pencatatan pesanan	Jangkauan audien belum sesuai target masih terlalu umum	Menfokuskan pada konten pada audiens yang dituju	Pemilik
12 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket serta pencatatan pesanan			Staff produksi dan pemilik
14 Oktober 2025	Memproses pesanan dan	Jumlah pesanan lebih banyak	Mengatur jadwal produksi	Staff produksi

	pengiriman paket		lebih awal	
17 Oktober 2025	Melakukan promosi berbayar pada Meta Ads serta mencatat pesanan	Target audien yang dijangkau masih kurang optimal	Menyesuaikan target audiens berdasarkan lokasi dan usia	Pemilik
19 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket serta pencatatan pesanan			Staff produksi dan pemilik
22 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman serta pencatatan pesanan			Staff produksi dan pemilik
23 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman			Staff produksi dan pemilik

	paket serta pencatatan pesanan			
25 Oktober 2025	Penyebaran brosur dan pencatatan pesanan	Masih kurangnya jangkauan klinik bersalin	Meningkatkan intensitas promosi offline	Pemilik
27 Oktober 2025	Memproses pesanan dan pengiriman paket			Pemilik
30 Oktober 2025	Evaluasi penjualan	Fluktuasi jumlah pesanan	Menyusun strategi promosi lanjutan	pemilik

Lampiran bukti usaha



ID Transaksi	Tanggal	Jumlah	Metode pembayaran	Status pembayaran	ID Invoice PPN	Tindakan
10033030503474 10033030501410	20 Jul 2025	Ru87	Saldo prabayar	Lunas	FBADS-084-104740140	Download
99995046668261 10040348836075	19 Jul 2025	Rp15.298	Saldo prabayar	Lunas	FBADS-084-104736718	Download
23892774633740 23900862176264	18 Jul 2025	Rp55.645	Saldo prabayar	Lunas	FBADS-084-104733052	Download
238929181970591 23897566879927	17 Jul 2025	Rp49.609	Saldo prabayar	Lunas	FBADS-084-104729493	Download
23876384815379 24619753924375	16 Jul 2025	Rp54.877	Saldo prabayar	Lunas	FBADS-084-104725799	Download
10056258967818 99739503421571	15 Jul 2025	Rp64.746	Saldo prabayar	Lunas	FBADS-084-104721796	Download

