

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Proyek Bisnis**

Akuntansi syariah merupakan disiplin ilmu yang berlandaskan pada nilai-nilai dan prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, sehingga seluruh aktivitas pencatatan, pengukuran, serta pelaporan keuangannya diarahkan untuk mewujudkan keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam perekonomian. Konsep akuntansi ini tidak hanya menilai keberhasilan entitas berdasarkan profit semata, tetapi juga memasukkan dimensi etika, moral, dan spiritual sebagai bentuk kepatuhan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, akuntansi syariah menuntut setiap pelaku usaha untuk mempertanggungjawabkan aktivitas ekonominya tidak hanya kepada stakeholder secara horizontal, tetapi juga kepada Sang Pencipta secara vertikal (Triyuwono, 2020).

Dalam perspektif syariah, praktik bisnis harus dilakukan secara jujur, bebas dari kecurangan dan eksploitasi, serta menghindari unsur yang dilarang seperti riba, gharar, dan maysir. Ketentuan tersebut hadir untuk menjamin bahwa setiap transaksi memberikan kemaslahatan bagi seluruh pihak dan tidak menimbulkan ketidakadilan dalam distribusi ekonomi. Dengan demikian, akuntansi syariah berperan sebagai instrumen pengawasan dan pengendalian yang memastikan aktivitas ekonomi senantiasa selaras dengan prinsip-prinsip maqashid syariah yakni menjaga

agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Penerapan akuntansi syariah juga mencerminkan adanya tanggung jawab sosial yang melekat pada entitas, di mana keuntungan yang diperoleh tidak boleh mengabaikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Melalui prinsip zakat, infak, sedekah, serta konsep bagi hasil, akuntansi syariah mendorong terciptanya pemerataan ekonomi dan memperkuat solidaritas antarsesama (Harahap, 2018). Dengan semua nilai tersebut, akuntansi syariah menjadi fondasi penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan serta berorientasi pada kemanfaatan secara luas dalam kehidupan masyarakat Muslim.

Selain menjadi instrumen pelaporan dan pertanggungjawaban ekonomi, akuntansi syariah juga memiliki fungsi pengendalian yang memastikan setiap aktivitas bisnis berjalan sesuai dengan prinsip halal dan thayyib, yakni tidak hanya sah secara hukum agama, tetapi juga membawa manfaat dan tidak menimbulkan mudarat bagi pihak lain (Hameed, 2019). Nilai-nilai syariah yang diterapkan dalam sistem pencatatan dan pelaporan mendorong perusahaan untuk menjunjung tinggi kejujuran, akurasi informasi, serta akuntabilitas dalam setiap proses transaksional. Dengan demikian, akuntansi syariah bukan hanya mengatur angka, tetapi turut menjaga integritas perilaku ekonomi yang dilakukan oleh entitas bisnis.

Fungsi pengendalian tersebut memperkuat peran akuntansi syariah sebagai penjaga etika operasional yang memastikan bahwa tujuan

perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan materi, tetapi juga pada keseimbangan sosial dan keberlanjutan ekonomi masyarakat. Oleh sebab itu, pembelajaran akuntansi syariah di perguruan tinggi memiliki makna strategis dalam membentuk generasi akuntan Muslim yang profesional, amanah, serta berkomitmen terhadap nilai-nilai syariah dalam setiap pengambilan keputusan bisnis. Kompetensi teknis yang dibekalkan tidak berdiri sendiri, melainkan ditopang oleh pemahaman filosofis dan moralitas yang kokoh sehingga lulusan mampu menjadi agen perubahan menuju sistem ekonomi yang lebih adil, inklusif, dan berkeadilan (Hameed, 2019).

Dalam konteks perekonomian nasional, penerapan akuntansi syariah menjadi sangat penting, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi fondasi perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, serta peningkatan daya beli masyarakat. Namun demikian, sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kesulitan dalam literasi keuangan, pencatatan transaksi yang sistematis, serta pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha (Wardiyah, 2021). Kondisi ini dapat menghambat perkembangan usaha dan menurunkan kepercayaan dari lembaga keuangan maupun konsumen.

Melalui penerapan akuntansi syariah, UMKM akan terdorong untuk menerapkan sistem tata kelola usaha yang lebih transparan, terstruktur, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pencatatan keuangan yang baik dapat

meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengukur kinerja bisnis, merencanakan strategi pengembangan, serta memastikan keberlanjutan operasional. Mudzakir (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kinerja keuangan yang baik menjadi salah satu indikator penting dalam keberhasilan usaha, termasuk dalam konteks ekonomi syariah. Lebih dari itu, penerapan prinsip kejujuran, keadilan, dan halal dalam transaksi usaha akan menjadi nilai tambah yang memperkuat citra dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan, khususnya di pasar Muslim.

Industri kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang menunjukkan pertumbuhan paling stabil, adaptif, dan konsisten di Indonesia. Sebagai negara dengan populasi besar dan keberagaman budaya yang luas, kebutuhan masyarakat terhadap makanan siap konsumsi terus meningkat dari tahun ke tahun. Perilaku konsumsi masyarakat khususnya pada masa pandemi, mengalami perubahan yang signifikan dan dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi syariah (Tripalupi 2021) . Perubahan gaya hidup masyarakat khususnya kelompok usia produktif dengan aktivitas padat mendorong meningkatnya permintaan terhadap makanan yang praktis, cepat, dan mudah diakses (Siregar, 2021). Selain itu, kemajuan teknologi digital dan media sosial membuat masyarakat semakin terekspos pada tren kuliner baru, yang secara tidak langsung meningkatkan minat terhadap ragam produk makanan, baik untuk konsumsi harian maupun sebagai bagian dari gaya hidup modern.

Di luar fungsinya sebagai kebutuhan dasar, makanan juga memiliki nilai budaya, simbolik, dan sosial yang tinggi. Tradisi kuliner di Indonesia tidak sekadar menyangkut cita rasa, tetapi juga berperan sebagai identitas daerah, sarana pewarisan nilai budaya, serta elemen penting dalam berbagai ritual keagamaan dan acara sosial (Wibowo, 2020). Dalam kegiatan seperti perayaan keluarga, arisan, syukuran, upacara adat, maupun acara komunitas, makanan seringkali menjadi pusat perhatian dan indikator kualitas penyelenggaraan acara. Hal ini menunjukkan bahwa makanan tidak hanya diperlakukan sebagai konsumsi fungsional, tetapi juga sebagai bagian dari ekspresi sosial dan budaya.

Dengan adanya kombinasi antara kebutuhan dasar, tuntutan gaya hidup modern, serta nilai simbolik yang melekat pada makanan, sektor kuliner memiliki daya tarik pasar yang sangat kuat dan cenderung tahan terhadap gejolak ekonomi. Bahkan pada kondisi krisis sekalipun, sektor ini tetap bertahan karena kebutuhan pangan selalu ada dan permintaan terhadap produk makanan cenderung stabil. Oleh karena itu, industri kuliner menjadi salah satu sektor usaha dengan peluang paling luas, baik bagi pelaku baru maupun pelaku yang ingin mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai laporan media massa dan publikasi instansi pemerintah menunjukkan bahwa keterbatasan jangkauan pemasaran masih menjadi permasalahan utama yang dihadapi UMKM kuliner. Pemberitaan Kompas serta data Kementerian Koperasi dan UKM mengungkapkan bahwa sebagian besar UMKM masih mengandalkan

metode penjualan konvensional berbasis offline dengan jaringan pelanggan yang relatif sempit dan bersifat lokal. Pola pemasaran tersebut menyebabkan omzet usaha cenderung fluktuatif dan sangat bergantung pada momen tertentu, seperti acara keluarga, hajatan, atau musim perayaan tertentu (Kemenkop UKM, 2022). Ketergantungan pada kondisi musiman ini berdampak pada rendahnya stabilitas pendapatan serta terbatasnya peluang UMKM untuk mengembangkan skala usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, “Pawon Mbu” tidak hanya memandang digital marketing sebagai sarana promosi semata, tetapi sebagai strategi pemasaran jangka menengah yang terintegrasi. Perencanaan digital marketing dilakukan melalui pemanfaatan media sosial untuk membangun brand awareness, penyajian konten produk yang menarik, serta integrasi dengan layanan pesan-antar makanan seperti *GoFood* dan *GrabFood* agar produk dapat diakses oleh konsumen di luar wilayah sekitar usaha. Melalui strategi ini, “Pawon Mbu” diharapkan mampu memperluas segmen pasar, mengurangi ketergantungan pada pesanan musiman, serta menciptakan pola pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, terjadi perubahan signifikan dalam perilaku konsumsi masyarakat yang semakin mengandalkan platform daring, khususnya aplikasi pesan-antar makanan. Laporan CNBC Indonesia mencatat bahwa pertumbuhan layanan *GoFood* dan *GrabFood* meningkat secara signifikan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses makanan yang praktis, cepat, dan efisien (CNBC

Indonesia, 2023). Namun, masih banyak UMKM kuliner yang belum mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal karena keterbatasan literasi digital, kekhawatiran terhadap biaya layanan platform, serta belum tertatanya sistem operasional usaha. Kondisi ini berpotensi menyebabkan UMKM tertinggal dan kalah bersaing dengan pelaku usaha yang telah lebih dahulu beradaptasi dengan ekosistem digital. Oleh karena itu, “Pawon Mbu” merencanakan integrasi dengan platform pesan-antar makanan secara bertahap, mulai dari penyesuaian sistem pemesanan, penentuan harga yang kompetitif, hingga pengelolaan operasional produksi yang lebih terjadwal. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pelayanan, mempercepat proses pemesanan, serta menyesuaikan usaha dengan pola konsumsi masyarakat modern yang serba digital.

Selain permasalahan pemasaran digital, UMKM kuliner juga dihadapkan pada tingkat persaingan usaha yang semakin ketat. Konsumen saat ini tidak hanya menilai cita rasa makanan, tetapi juga mempertimbangkan variasi menu, tampilan produk, serta keunikan konsep yang ditawarkan. Bisnis Indonesia menyebutkan bahwa konsumen cenderung memilih produk kuliner yang memiliki diferensiasi dan inovasi yang jelas dibandingkan produk yang bersifat monoton (Bisnis Indonesia, 2021). Kondisi ini menjadi tantangan nyata bagi “Pawon Mbu”, di mana permintaan konsumen terhadap jenis nasi dan konsep tumpeng yang lebih variatif terus meningkat. Oleh karena itu, “Pawon Mbu” merencanakan inovasi produk melalui pengembangan variasi nasi dan konsep tumpeng

yang lebih beragam, baik dari segi bahan, cita rasa, maupun tampilan. Inovasi ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah produk, meningkatkan kepuasan konsumen, serta memperkuat diferensiasi usaha di tengah persaingan kuliner yang semakin kompetitif.

Dari aspek legalitas, berbagai pemberitaan media ekonomi menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga mengalami kesulitan dalam mengakses pembiayaan formal, program bantuan pemerintah, serta kemitraan dengan platform digital (DetikFinance, 2022). Ketidaklengkapan legalitas usaha juga sering menjadi kendala administratif dalam proses pendaftaran UMKM ke aplikasi layanan pesan-antar makanan. Oleh karena itu, “Pawon Mbu” merencanakan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai langkah strategis untuk memperkuat status hukum usaha, meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen, serta membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk platform digital dan lembaga keuangan.

Permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah lemahnya pencatatan keuangan pada UMKM. Berdasarkan pemberitaan Kontan, sebagian besar UMKM belum menerapkan pencatatan keuangan yang tertib dan terpisah antara keuangan pribadi dan usaha, sehingga menyulitkan pemantauan arus kas serta penilaian kinerja usaha secara objektif (Kontan, 2021). Oleh karena itu, “Pawon Mbu” merencanakan penerapan pencatatan akuntansi yang lebih terstruktur berdasarkan SAK EMKM. Penerapan standar ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha dalam menyusun

laporan keuangan yang sistematis, mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat, serta meningkatkan akuntabilitas dan keberlanjutan usaha sesuai dengan prinsip akuntansi dan nilai-nilai syariah. Menurut Sakinah (2021), penyajian laporan keuangan yang baik, memiliki peran penting dalam menilai nilai perusahaan. Informasi keuangan yang disajikan secara relevan dan andal dapat membantu dalam pengambilan keputusan serta mencerminkan kondisi kinerja keuangan suatu usaha.

Melihat berbagai perkembangan tersebut, proyek bisnis ini berfokus pada pengembangan usaha katering rumahan “Pawon Mbu”, yang menghadirkan produk unggulan berupa tumpeng dekoratif. “Pawon Mbu” mengombinasikan cita rasa tradisional dengan sentuhan estetika modern melalui hiasan sayur, pengaturan warna yang harmonis, serta desain tampilan yang kreatif dan variatif (Rahmawati, 2022). Keunikan visual ini memberikan identitas kuat bagi produk, terutama di era digital di mana tampilan makanan sering menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Menurut Utami (2020), estetika visual makanan terbukti meningkatkan minat pembelian terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi pengalaman kuliner. Hal ini menjadikan tampilan produk sebagai strategi pemasaran yang efektif dan bernilai tinggi. Meskipun beroperasi sebagai usaha rumahan, “Pawon Mbu” menerapkan standar tinggi dalam proses produksi untuk memastikan kualitas dan keamanan makanan tetap terjaga. Seluruh kegiatan pengolahan makanan dilakukan dengan memperhatikan aspek

kebersihan, mulai dari pemilihan bahan baku yang segar dan berkualitas hingga teknik penyimpanan serta pengolahan yang higienis. Sistem produksi *fresh by order* memastikan bahwa setiap pesanan disiapkan tepat sebelum dikirim, sehingga konsumen menerima makanan yang benar-benar segar dan tahan lebih lama. Proses distribusi juga fleksibel, menggabungkan layanan antar pribadi bagi pelanggan di sekitar wilayah Ujungberung serta layanan pengiriman instan untuk jangkauan yang lebih luas. Fleksibilitas ini memberikan kenyamanan bagi pelanggan sekaligus meningkatkan efisiensi operasional “Pawon Mbu” dalam memenuhi berbagai jenis permintaan.

Dalam konteks pendidikan, proyek bisnis memiliki urgensi yang sangat tinggi sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan yang bersifat langsung (*experiential learning*). Mahasiswa tidak hanya dituntut memahami konsep teori tentang bisnis, tetapi juga harus mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam situasi nyata agar kompetensinya lebih komprehensif (Fauzan, 2020). Melalui proyek ini, mahasiswa belajar merancang strategi usaha, melakukan riset pasar, mengelola produksi, menyusun perencanaan keuangan, serta merancang pemasaran yang efektif. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk merasakan dinamika bisnis sebenarnya mulai dari menghadapi tantangan operasional, beradaptasi dengan perubahan permintaan, hingga menyelesaikan masalah secara kreatif. Sopian (2021) menyatakan bahwa dalam perspektif syariah, konsep nilai waktu uang perlu dipahami secara hati-hati agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip

Islam. Oleh karena itu, setiap aktivitas ekonomi, termasuk dalam pengelolaan keuangan usaha, harus tetap berlandaskan pada nilai keadilan, transparansi, dan keberkahan.

Pembelajaran berbasis proyek juga terbukti meningkatkan kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah, dan inovasi karena mahasiswa terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, pendekatan ini menanamkan mindset kewirausahaan sejak dini, mendorong kemandirian, serta membentuk kesiapan kerja yang lebih matang. Dalam konteks pendidikan vokasional maupun bisnis modern, pengalaman praktis seperti ini menjadi sangat penting karena dunia industri membutuhkan sumber daya manusia yang tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu beroperasi secara taktis dan profesional. Dengan demikian, proyek bisnis seperti “Pawon Mbu” bukan sekadar tugas akademik, melainkan wahana pengembangan kompetensi holistik yang relevan dengan tuntutan dunia kerja dan perkembangan UMKM di Indonesia.

Pemilihan usaha kuliner sebagai objek proyek bisnis ini juga sejalan dengan pandangan Wardiyah (2019) yang menekankan pentingnya mahasiswa ekonomi dan bisnis memahami dinamika UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Melalui keterlibatan langsung dalam usaha makanan rumahan, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mempelajari berbagai tahapan siklus bisnis mulai dari perencanaan dan pengadaan bahan baku, pengendalian kualitas, pengelolaan sumber daya,

hingga penyusunan strategi pemasaran dan penjualan. Selain itu, mahasiswa dapat mengamati secara langsung bagaimana UMKM menghadapi persaingan pasar yang intens, melakukan diferensiasi produk, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan kebutuhan konsumen. Pengalaman ini menjadi landasan penting dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja atau merintis usaha mandiri. Keberhasilan jangka panjang sebuah usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh etika, kejujuran, dan profesionalitas yang dijalankan oleh pelaku bisnis. Dalam konteks “Pawon Mbu” prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman dalam mengelola bisnis, terutama dalam menjaga konsistensi rasa dan kualitas, memastikan ketepatan waktu pengiriman, serta berkomunikasi secara transparan dengan pelanggan. Penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga membangun reputasi usaha yang positif sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Etika dan profesionalitas menjadi nilai fundamental yang memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan.

Setiawan (2020) menyatakan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan faktor kunci dalam memenangkan persaingan pasar, terutama pada sektor kuliner yang sangat kompetitif. Konsep *visual product differentiation* yang digunakan oleh “Pawon Mbu” merupakan salah satu bentuk inovasi yang memberikan nilai tambah signifikan bagi pelanggan. Tampilan makanan yang estetis tidak hanya mempercantik produk, tetapi juga memperkuat persepsi konsumen terhadap kualitas. Selain itu, aspek

visual mempermudah strategi pemasaran melalui media sosial, katalog digital, dan foto produk yang dapat menarik perhatian calon pelanggan. Dengan demikian, estetika visual bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi elemen strategis dalam membangun identitas merek dan memperluas jangkauan pemasaran. Dari perspektif manajemen keuangan, Muslih (2021) menekankan bahwa UMKM perlu menerapkan pencatatan keuangan yang sederhana namun terstruktur untuk memastikan operasional dapat berjalan dengan baik. Pada proyek “Pawon Mbu”, pencatatan transaksi seperti pembelian bahan baku, biaya produksi, pendapatan penjualan, dan distribusi dicatat secara rinci agar dapat dianalisis dari waktu ke waktu. Dokumentasi keuangan yang baik memungkinkan pelaku usaha memahami kondisi arus kas, menentukan harga jual yang tepat, dan merencanakan strategi pengembangan bisnis secara lebih realistis. Keputusan bisnis yang didasarkan pada data keuangan yang akurat akan membantu usaha bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Faktor lokasi juga menjadi pertimbangan strategis dalam penentuan proyek ini. Ujungberung, sebagai salah satu wilayah di Bandung Timur, dikenal memiliki aktivitas masyarakat yang cukup tinggi dengan beragam kegiatan rutin seperti pengajian, acara keluarga, berbagai pertemuan komunitas, hingga kegiatan sekolah dan instansi lokal. Tingginya intensitas kegiatan tersebut menciptakan permintaan stabil terhadap layanan konsumsi seperti tumpeng, ataupun sajian untuk acara tertentu. Selain itu, wilayah ini memiliki akses yang baik terhadap fasilitas pengiriman sehingga

mempermudah distribusi produk catering. Kondisi tersebut memberikan peluang yang sangat mendukung bagi usaha catering rumahan untuk berkembang secara berkelanjutan. Proyek ini juga dirancang untuk menjadi wadah pengembangan *soft skills* yang memiliki peran penting dalam keberhasilan dunia bisnis. Tripalupi (2020) menegaskan bahwa kemampuan interpersonal seperti komunikasi, manajemen waktu, kerja tim, kepemimpinan, dan negosiasi memiliki pengaruh besar dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan maupun dalam menjalankan operasional bisnis. Melalui proyek “Pawon Mbu”, mahasiswa berkesempatan mengasah kemampuan tersebut secara langsung, misalnya dalam berkomunikasi dengan pelanggan, menyusun jadwal produksi yang efisien, membagi tugas kerja, mengambil keputusan cepat, dan melakukan evaluasi secara kolektif. Pengembangan *soft skills* ini menjadi nilai tambah penting bagi mahasiswa dalam kompetisi dunia kerja. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran menjadi salah satu strategi utama dalam memperluas jangkauan konsumen. Digital marketing berperan penting dalam meningkatkan visibilitas usaha mikro, terutama jika konten yang ditampilkan menarik, konsisten, dan relevan dengan kebutuhan pasar. Mengingat produk “Pawon Mbu” memiliki kekuatan pada aspek visual, pemasaran melalui platform seperti Instagram, dan WhatsApp Business menjadi sangat efektif untuk menarik perhatian calon pelanggan. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, pengumpulan testimoni, dan penyebaran informasi secara cepat dan luas dengan biaya yang relatif

rendah. Berdasarkan keseluruhan alasan tersebut, proyek bisnis ini diberi judul: **“Implementasi SAK EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha Cateing “PawoN Mbu” Spesialis Tumpeng Hias Di wilayah Ujungberung, Bandung Timur.”**

## **B. Tujuan Proyek Bisnis**

Adapun tujuan dari pelaksanaan proyek bisnis ini adalah sebagai berikut :

1. Mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam merancang dan menjalankan kegiatan usaha secara mandiri dan profesional melalui tahapan persiapan, pelaksanaan produksi dan penjualan, serta evaluasi usaha yang terstruktur.
2. Mengaplikasikan teori kewirausahaan ke dalam praktik nyata melalui pengembangan usaha yang ditunjukkan dari progres dan kemajuan usaha, meliputi aspek produk dan penjualan, pemasaran, legalitas usaha, serta akuntansi dan keuangan.
3. Mengelola keuangan usaha secara efektif berdasarkan prinsip SAK EMKM dan SAK Entitas Pribadi melalui pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan selama pelaksanaan proyek bisnis.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis kendala yang dihadapi selama pelaksanaan usaha, baik dari aspek operasional, pemasaran, maupun keuangan.
5. Menentukan solusi atau strategi dalam mengatasi kendala usaha yang muncul selama proses pelaksanaan proyek bisnis.

6. Menyusun proyeksi pengembangan usaha sebagai langkah perencanaan keberlanjutan bisnis di masa yang akan datang.

### **C. Manfaat Proyek Bisnis**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam proyek proposal bisnis ini sebagai berikut :

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

- a. Mahasiswa dapat menambah pengalaman praktis dalam menjalankan usaha dan mengambil keputusan bisnis.
- b. Mahasiswa meningkatkan keterampilan kerja seperti komunikasi, manajemen waktu, dan kerja sama tim.
- c. Mahasiswa memiliki kemampuan mengelola keuangan usaha, khususnya dalam melakukan pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan sesuai prinsip SAK EMKM, sehingga pelaksana mampu memahami praktik akuntansi sederhana yang dapat diterapkan pada usaha mikro.

#### **2. Bagi Akademik**

- a. Dunia akademik dapat merelisasikan dunia pendidikan mengenai pengelolaan UMKM kuliner rumahan.
- b. Dunia akademik dapat memberikan kontribusi sebagai contoh penerapan nyata SAK EMKM pada usaha kuliner rumahan, sehingga dapat menjadi referensi pembelajaran, penelitian, serta pengembangan studi terkait akuntansi UMKM dan kewirausahaan berbasis standar akuntansi.

- c. Dunia akademik dapat menjadi bahan penelitian lanjutan terkait model bisnis UMKM rumahan, sehingga memperkaya literatur akademik dalam bidang kewirausahaan dan manajemen usaha kecil.

### **3. Bagi Praktisi Bisnis**

- a. Praktisi bisnis dapat memberikan masukan strategis dari sudut pandang akademik.
- b. Praktisi bisnis dapat menjadi rujukan bagi pelaku UMKM maupun praktisi bisnis dalam menerapkan pencatatan dan pelaporan keuangan sederhana sesuai SAK EMKM.
- c. Praktisi bisnis dapat menjadi contoh penerapan strategi bisnis sederhana namun efektif bagi UMKM lain yang baru merintis, khususnya dalam pengelolaan produksi, pemasaran, dan pelayanan pelanggan.

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

Proyek bisnis “Pawon Mbu” dilaksanakan di sebuah rumah yang berlokasi di wilayah Ujungberung, Bandung Timur. Sejak dirintis pada tahun 2023, usaha katering ini beroperasi sebagai bisnis rumahan, sehingga dapur rumah digunakan sebagai pusat produksi utama. Ketiadaan toko fisik atau tempat usaha khusus membuat seluruh rangkaian operasional mulai dari persiapan bahan baku, proses memasak, pengemasan produk, penyimpanan sementara, hingga penyerahan pesanan dilaksanakan di area rumah secara terstruktur dan terorganisasi.

Kegiatan pemasaran dilakukan secara online melalui Instagram, *WhatsApp*, dan melalui rekomendasi dari pelanggan sekitar rumah. Sedangkan distribusi pesanan dilakukan dengan sistem *delivery*, *pickup* di rumah, atau melalui ojek online sesuai permintaan konsumen. Pemilihan rumah sebagai tempat proyek bisnis juga bertujuan menekan biaya operasional, menjaga fleksibilitas, dan tetap memberikan layanan yang cepat bagi pelanggan lokal yang sering memesan untuk acara keluarga, arisan, pengajian, dan kegiatan komunitas lainnya.

#### E. Jadwal Waktu Proyek Bisnis

Pelaksanaan proyek bisnis “Pawon Mbu” direncanakan berlangsung selama kurang lebih 12 minggu (3 bulan), dimulai sejak proposal proyek bisnis disetujui hingga tahap akhir penyusunan laporan. Berikut uraian jadwal pelaksanaan secara runtut:

##### 1. Jadwal Waktu Proyek Bisnis Untuk Tugas Akhir

Tabel 1.1 Jadwal Waktu Proyek Bisnis Untuk Tugas Akhir

MINGGU	TAHAP KEGIATAN	URAIAN AKTIVITAS UTAMA
Minggu 1	Persetujuan Proposal Proyek Bisnis	proposal proyek bisnis disetujui

Minggu 2-3	Persiapan Awal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Finalisasi konsep usaha</li> <li>2. Penyusunan strategi pemasaran</li> <li>3. Analisis kebutuhan bahan &amp; peralatan</li> <li>4. Survei preferensi konsumen</li> <li>5. Penyusunan SOP akuntansi dan keuangan (pencatatan &amp; pelaporan)</li> </ol>
Minggu 3-4	 <p>Pengadaan &amp; Soft Launching</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengadaan bahan baku &amp; peralatan utama</li> <li>2. Pengambilan foto produk</li> <li>3. Pembuatan konten promosi &amp; materi pemasaran</li> <li>4. Pelaksanaan <i>soft launching</i> untuk mengukur minat konsumen</li> </ol>
Minggu 5-9	 <p>Pelaksanaan Inti Proyek Bisnis</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produksi &amp; penjualan aktif</li> <li>2. Penerimaan dan pengelolaan pesanan</li> <li>3. Persiapan bahan baku dan proses memasak</li> <li>4. Pengemasan dekoratif tumpeng</li> <li>5. Pengantaran pesanan (kurir instan/antar pribadi)</li> <li>6. Evaluasi mingguan (kualitas produk, pemasaran, keuangan)</li> </ol>

Minggu 10-11	Evaluasi Proyek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis kepuasan pelanggan</li> <li>2. Evaluasi biaya, pendapatan, dan arus kas</li> <li>3. Penilaian efektivitas strategi pemasaran</li> <li>4. Identifikasi peluang pengembangan usaha</li> </ol>
Minggu 12	 <p>Penyusunan Laporan Akhir</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyusunan analisis hasil pelaksanaan proyek</li> <li>2. Dokumentasi kegiatan</li> <li>3. Penyusunan laporan keuangan sederhana beserta kebijakan akuntansi sesuai SAK UMKM</li> <li>4. Finalisasi dan pengumpulan laporan proyek bisnis</li> </ol>