

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Proyek Bisnis

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang sangat strategis dalam perekonomian nasional. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2025) menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia, menjadikannya tulang punggung perekonomian yang tidak tergantikan. Salah satu bentuk usaha mikro yang banyak berkembang di lingkungan masyarakat adalah toko kelontong, yaitu usaha ritel berskala kecil yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari bagi konsumen sekitar (Arnisyah, 2020). Ketahanan usaha ini bahkan telah terbukti pada masa krisis ekonomi 1998, ketika toko kelontong tetap mampu berfungsi sebagai penopang distribusi kebutuhan pokok berkat fleksibilitas operasional dan kedekatannya dengan konsumen (Timotius, 2023).

Ekonomi islam memandang aktivitas usaha bukan sekadar instrumen pencari laba, melainkan merupakan bagian integral dari ibadah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab kepada Allah SWT dan sesama manusia. Gojali & Setiawan (2023) menegaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus dilaksanakan sesuai prinsip halal serta diarahkan untuk mewujudkan keberkahan dan kemaslahatan sosial. Prinsip tersebut kemudian dioperasionalkan melalui nilai-nilai etika bisnis Islam seperti *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (transparan), dan *fathanah* (cerdas), yang

keseluruhannya bermuara pada terwujudnya kesejahteraan bersama (Santoso & Purnamasari, 2022).

Landasan normatif bagi penerapan prinsip-prinsip islam pun tercantum secara tegas dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 282, yang memerintahkan pencatatan setiap transaksi utang-piutang sebagai bentuk menjaga keadilan dan ketertiban dalam kehidupan bermasyarakat. Faisal & Rohimatin (2024) menegaskan bahwa ayat tersebut mengingatkan umat Islam akan pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam setiap interaksi finansial. Pemenuhan nilai-nilai Qur'ani ini bermakna bahwa pengelolaan usaha harus dijalankan dengan kejujuran dan akuntabilitas agar kepercayaan konsumen dapat dibangun, reputasi usaha diperkuat, dan keberlanjutan bisnis jangka panjang terwujud (Kasmawati *et al.*, 2025).

Pengembangan usaha merupakan upaya yang perlu untuk menjaga keberlangsungan dan meningkatkan daya saing usaha. Rozikin & Nugrahaini (2023) menegaskan bahwa pengembangan usaha merupakan tanggung jawab setiap wirausaha yang menuntut pandangan ke depan, motivasi, dan kreativitas dalam merespons dinamika lingkungan bisnis. Mihani & Hutaeruk (2020) melengkapi pandangan ini dengan menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya sistematis untuk meningkatkan kemampuan organisasi secara konseptual, teknis, dan manajerial. Dengan demikian, pengembangan usaha membutuhkan landasan pengelolaan operasional yang tertib, terukur, dan berbasis informasi.

Fondasi utama pengelolaan operasional dalam usaha dagang adalah pengelolaan persediaan. Rani (2019) menjelaskan bahwa kapasitas usaha mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan output secara optimal, yang dalam usaha dagang sangat dipengaruhi oleh kualitas pengelolaan persediaan barang. Rahmadanty *et al.* (2024) menegaskan bahwa pengelolaan stok yang efektif mampu meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko kerugian usaha. Sebaliknya, pengelolaan persediaan yang tidak terencana menyebabkan kelebihan stok yang menahan modal atau kekurangan stok yang memangkas peluang penjualan.

Pengelolaan persediaan yang efektif memerlukan dukungan sistem informasi yang mampu menyediakan data secara akurat dan tepat waktu. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berperan sebagai sistem yang menggabungkan sumber daya manusia, prosedur kerja, dan teknologi informasi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, serta menyajikan data menjadi informasi yang berguna dalam proses pengambilan keputusan (Usman *et al.*, 2024).

Penerapan SIA dalam pengelolaan persediaan memungkinkan pencatatan dan pemantauan arus barang masuk maupun barang keluar dilakukan secara sistematis sehingga informasi mengenai jumlah persediaan dapat diketahui secara lebih akurat. Informasi tersebut membantu pelaku usaha mengidentifikasi kebutuhan pengadaan barang, mengurangi risiko kehilangan maupun kekurangan stok, serta menjaga ketersediaan barang sesuai kebutuhan

konsumen. Dengan demikian, SIA persediaan berperan langsung dalam meningkatkan kapasitas dan efektivitas operasional usaha.

Keberlangsungan dan pengembangan usaha juga memerlukan sistem pencatatan dan evaluasi keuangan yang andal. Kebutuhan ini dapat dipenuhi melalui penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) yang diterbitkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI, 2016) sebagai pedoman penyusunan laporan keuangan bagi entitas berskala kecil. SAK EMKM mencakup tiga laporan utama, yaitu laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, serta catatan atas laporan keuangan.

Penyusunan laporan keuangan berdasarkan standar tersebut memungkinkan pelaku UMKM menyusun pencatatan keuangan secara lebih sistematis sehingga informasi keuangan yang diperoleh menjadi lebih akurat dan dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja usaha. Manehat & Sanda (2022) menambahkan bahwa laporan keuangan yang disusun sesuai standar dapat meningkatkan kredibilitas usaha serta memperkuat kepercayaan pihak eksternal. Penerapan SAK EMKM mendukung penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas yang menjadi landasan tata kelola usaha Islami, sebab informasi keuangan yang disajikan secara benar mencerminkan tanggung jawab dalam mengelola amanah.

Pengelolaan persediaan dan keuangan yang optimal perlu didukung oleh strategi pemasaran yang tepat agar usaha mampu memperluas pangsa pasar serta meningkatkan daya saing. Tjiptono & Diana (2020) mendefinisikan pemasaran sebagai proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan

mendistribusikan nilai kepada konsumen guna membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Pemasaran digital menjadi alternatif yang semakin relevan bagi pelaku usaha mikro seiring dengan perkembangan teknologi informasi.

Syaputra (2021) menyatakan bahwa pemanfaatan platform digital seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan *marketplace* memungkinkan usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis, sekaligus mendukung peningkatan visibilitas produk di pasar. Ekspansi minimarket modern yang masif serta pertumbuhan platform *e-commerce* telah menggeser sebagian preferensi konsumen yang semakin mengutamakan kepraktisan dan kemudahan transaksi berbasis teknologi (Sukarno & Hasan, 2021), sehingga pemasaran digital bukan lagi pilihan melainkan kebutuhan strategis bagi toko kelontong agar tetap kompetitif.

Informasi yang dihasilkan dari pengelolaan persediaan, pencatatan keuangan, dan kegiatan pemasaran pada akhirnya menjadi dasar penting dalam proses pengembangan usaha. Romney dan Steinbart (2018) menjelaskan bahwa informasi merupakan sumber daya penting yang digunakan manajemen dalam proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pengembangan usaha yang didasarkan pada informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu cenderung menghasilkan keputusan yang lebih objektif, terukur, dan sesuai dengan kondisi usaha. Pendekatan pengembangan usaha berbasis data memungkinkan pelaku usaha mengidentifikasi permasalahan, menangkap peluang, serta menyusun rekomendasi

pengembangan usaha yang lebih objektif, terukur, dan terarah guna mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan usaha.

Realitas Warung Ami menunjukkan adanya berbagai tantangan yang masih sangat umum dan sering dijumpai pada usaha ritel berskala mikro. Pengelolaan usaha yang masih dilakukan secara sederhana menyebabkan banyaknya ketidakefektifan dalam kegiatan operasional. Kondisi tersebut tergambar dari belum adanya sistem pencatatan persediaan yang terstruktur. Pengamatan stok dilakukan berdasarkan pengamatan langsung, dan keputusan pembelian barang juga hanya berdasarkan ingatan dan pengalaman pemilik usaha. Pengelolaan persediaan yang masih sederhana tersebut juga berdampak pada pengelolaan keuangan usaha. Aktivitas pembelian dan penjualan barang yang berlangsung setiap hari belum diimbangi dengan pencatatan keuangan yang memadai.

Keuangan usaha Warung Ami masih bercampur dengan keuangan pribadi pemilik sehingga batas antara transaksi usaha dan kebutuhan pribadi belum dapat diidentifikasi secara jelas. Selain itu, pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas belum dilakukan secara rutin dan sistematis. Pencatatan yang secara konsisten dilakukan hanya terbatas pada buku piutang sebagai sarana untuk memantau tagihan pelanggan.

Pemasaran yang menjadi faktor pendorong perkembangan usaha pun masih belum dilakukan secara maksimal oleh Warung Ami. Kegiatan pemasaran Warung Ami selama ini masih bersifat konvensional dan lebih banyak mengandalkan pelanggan sekitar serta komunikasi dari mulut ke mulut.

Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi maupun komunikasi dengan konsumen belum dilakukan secara optimal.

Berbagai kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan usaha Warung Ami masih menghadapi sejumlah keterbatasan, baik dalam aspek persediaan, keuangan, maupun pemasaran. Meskipun usaha tetap beroperasi dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari, pengambilan keputusan usaha masih lebih banyak didasarkan pada pengalaman dan pertimbangan pribadi pemilik. Informasi yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi maupun perencanaan pengembangan usaha juga belum tersedia secara memadai karena belum didukung oleh data persediaan, keuangan, dan pemasaran yang terdokumentasi secara sistematis. Kondisi ini menunjukkan bahwa Warung Ami memerlukan upaya pengembangan yang didasarkan pada informasi yang lebih terstruktur agar keputusan yang diambil dapat lebih tepat, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan usaha.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik pengelolaan usaha yang ideal dengan kondisi aktual Warung Ami. Pada kondisi ideal, usaha ritel membutuhkan sistem pencatatan persediaan yang dapat menghasilkan informasi stok secara akurat dan tepat waktu, didukung oleh pencatatan keuangan yang terstruktur sesuai standar akuntansi, serta penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Informasi yang dihasilkan dari ketiga aspek tersebut menjadi dasar penting dalam proses pengambilan keputusan dan pengembangan usaha. Namun, Warung Ami masih mengelola persediaan secara sederhana tanpa pencatatan yang terstruktur, belum menyusun laporan keuangan sesuai SAK EMKM, dan masih

mengandalkan pemasaran konvensional dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Kesenjangan tersebut menyebabkan informasi mengenai persediaan, kondisi keuangan, dan aktivitas pemasaran belum tersedia secara memadai untuk mendukung pengelolaan usaha yang efektif. Pengelolaan persediaan yang belum terstruktur dapat meningkatkan risiko terjadinya kekurangan stok yang dapat menyebabkan hilangnya kesempatan penjualan maupun kelebihan stok yang berpotensi menghambat perputaran modal. Sistem pencatatan keuangan yang belum sistematis menyebabkan informasi mengenai pendapatan, pengeluaran, posisi kas, dan tingkat keuntungan usaha belum dapat diketahui secara akurat. Sementara itu, keterbatasan pemanfaatan pemasaran digital menyebabkan peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Berbagai kondisi tersebut menunjukkan perlunya upaya perbaikan dalam pengelolaan usaha agar informasi yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan pengembangan usaha secara lebih terarah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melaksanakan proyek bisnis yang berfokus pada **“Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Persediaan dan SAK EMKM pada Usaha Toko Kelontong “Warung Ami” di Rancaekek, Bandung”**. Proyek bisnis ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha mikro dalam mengembangkan usahanya melalui pengelolaan yang lebih tertib, efektif, dan adaptif terhadap perkembangan lingkungan bisnis.

B. Tujuan Proyek Bisnis

Berdasarkan latar belakang pemilihan bisnis di atas, dapat diketahui tujuan dalam pembuatan proyek bisnis ini, yaitu:

1. Menerapkan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Persediaan melalui pencatatan barang masuk dan keluar secara sistematis untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan persediaan dan kapasitas usaha.
2. Menyusun dan menerapkan sistem pencatatan keuangan serta laporan keuangan sederhana sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) sebagai dasar evaluasi kinerja dan pengambilan keputusan usaha.
3. Menerapkan strategi pemasaran digital sederhana melalui pemanfaatan media sosial dan saluran komunikasi digital untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pelanggan, dan meningkatkan kualitas pelayanan.
4. Menghasilkan rekomendasi pengembangan usaha yang terintegrasi dan berbasis data sebagai landasan pengembangan usaha Warung Ami yang berkelanjutan.

C. Manfaat Proyek Bisnis

Proyek bisnis ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Pelaksana (Mahasiswa)

- a. Proyek ini berfungsi sebagai media pemenuhan Tugas Akhir pada Program Studi Akuntansi Syariah FEBI UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, sekaligus sarana penerapan ilmu akuntansi syariah dalam konteks usaha mikro yang nyata.

- b. Mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam menganalisis permasalahan usaha, merancang sistem pencatatan persediaan dan keuangan, serta menyusun strategi pengembangan usaha yang bersifat aplikatif.

2. Manfaat bagi Akademik

- a. Proyek ini menghasilkan studi kasus empiris yang dapat memperkaya literatur akademik mengenai implementasi sistem informasi akuntansi persediaan, SAK EMKM, dan pemasaran digital pada usaha mikro.
- b. Data dan laporan proyek dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengajaran pada mata kuliah akuntansi syariah, sistem informasi akuntansi, manajemen operasional, dan kewirausahaan.

3. Manfaat bagi Praktisi Bisnis

- a. Praktisi bisnis mendapatkan rancangan sistem pencatatan keuangan dan pengelolaan stok sederhana yang dapat digunakan tanpa memerlukan investasi besar, serta rekomendasi strategis yang sesuai dengan kapasitas usaha mikro.
- b. Tersedianya data persediaan dan informasi keuangan yang akurat memberikan landasan yang lebih kuat bagi praktisi bisnis dalam mengambil keputusan operasional, serta merencanakan pengembangan usahanya.

D. Tempat Proyek Bisnis

Proyek bisnis ini dilaksanakan di Warung Ami, sebuah usaha toko kelontong yang berlokasi di Jalan Melur 3, No.11, RT.10, RW.15, Perumahan Rancaekek Kencana, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Usaha ini beroperasi di teras rumah pribadi pemilik yang berada di tengah lingkungan permukiman padat penduduk. Lokasi tersebut menjadi relevan sebagai objek pelaksanaan proyek bisnis, terutama dalam rangka implementasi sistem informasi dan pengembangan pengelolaan usaha.

E. Jadwal Waktu Proyek Bisnis

Kegiatan usaha Warung Ami telah dimulai sejak Mei 2023 dan masih berlangsung hingga saat ini. Selama periode tersebut, usaha ini terus beroperasi dalam melayani kebutuhan konsumen di lingkungan sekitar, meskipun masih menghadapi beberapa keterbatasan dalam aspek pengelolaan usaha.

Permasalahan yang muncul sejak awal operasional hingga saat ini menjadi dasar utama dalam penyusunan proyek bisnis ini. Proyek bisnis direncanakan berlangsung selama kurang lebih lima bulan, dengan tahapan pelaksanaan yang meliputi tahap persiapan, implementasi sistem, pengumpulan dan pengolahan data, hingga evaluasi hasil serta penyusunan laporan akhir. Jadwal kegiatan ini disusun secara sistematis agar setiap tahapan dapat berjalan terarah dan memungkinkan tercapainya tujuan proyek bisnis secara optimal.

Tabel 1.1 Jadwal Waktu Proyek Bisnis

No	Bulan	Desember 2025		Januari 2026				Februari 2026				Maret 2026				April 2026		
	Kegiatan	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Persetujuan Proposal Proyek Bisnis	x																
2	Tahap Perencanaan dan Persiapan		x															
3	Tahap Implementasi			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
4	Tahap Monitoring dan Evaluasi						x			x					x	x		
5	Tahap Penyusunan Laporan Proyek Bisnis															x	x	x

Sumber: data primer (diolah), 2025

Tahapan kegiatan proyek bisnis ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap Persetujuan Proposal Proyek Bisnis (Minggu Pertama)

Pada tahap ini, proposal proyek bisnis telah memperoleh persetujuan dari pihak-pihak terkait sebagai dasar pelaksanaan kegiatan proyek bisnis.

2. Perencanaan dan Persiapan Proyek Bisnis (Minggu Kedua)

Tahap ini mencakup penyiapan data awal usaha, perancangan sistem informasi akuntansi persediaan, penyusunan format pencatatan keuangan

berbasis SAK EMKM, serta persiapan media pemasaran digital yang akan digunakan.

3. Tahap Implementasi (Minggu ketiga hingga minggu keempat belas)

Pencatatan persediaan dan transaksi keuangan dilakukan secara konsisten, sementara media pemasaran digital mulai dimanfaatkan secara aktif. Implementasi ini bertujuan untuk menghasilkan data yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan pengembangan usaha.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi (Minggu minggu kelima belas)

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas penerapan sistem informasi persediaan, pencatatan keuangan, dan strategi pemasaran. Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi kendala serta merumuskan perbaikan yang diperlukan.

5. Tahap Penyusunan Laporan Proyek Bisnis (Minggu kelima belas hingga ketujuh belas)

Tahap akhir difokuskan pada penyusunan laporan proyek bisnis berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi. Laporan mencakup kondisi awal usaha, proses implementasi, capaian yang diperoleh, serta rekomendasi pengembangan usaha ke depan.

Berdasarkan jadwal waktu tersebut, pelaksanaan proyek bisnis dilaksanakan secara bertahap dan sistematis sesuai dengan tahapan pengembangan usaha yang telah dirancang. Jadwal ini berfungsi sebagai pedoman operasional dalam pelaksanaan kegiatan proyek bisnis.