

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Proyek Bisnis

Pengembangan bisnis merupakan tanggung jawab bagi setiap pengusaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi, dan kreatifitas. Pada umumnya, ketika pemilik usaha akan mengembangkan usaha harus mampu melihat suatu peluang yang dimana orang lain tidak mampu melihatnya, menangkap peluang itu, memulai usaha, dan menjalankan bisnis dengan berhasil (Supriadi A., Arisontha E., & Sari T.N., 2023).

Pengembangan bisnis sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus didukung oleh adanya pencatatan keuangan yang tertib, peningkatan jumlah tenaga kerja, dan kenaikan laba secara berkelanjutan (Tambunan T., 2012). Pengembangan bisnis UMKM ialah salah satu kekuatan terdepan dalam pembangunan ekonomi karena mempunyai peran yang sangat vital untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi dan membuka lapangan pekerjaan (Istiqomah & Andriyanto I., 2017). Dalam konteks *showroom* motor bekas, idealnya *showroom* motor bekas mampu menjadi roda penggerak ekonomi yang memberikan dampak positif bagi pemilik dan lingkungan sekitarnya.

Pengembangan bisnis membutuhkan pengelolaan keuangan yang profesional dalam mendukung keberhasilan ekspansi suatu UMKM. Menurut

Rohmah (2024), “UMKM perlu menerapkan praktik akuntansi yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Penggunaan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah (SAK EMKM) dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan UMKM”. SAK EMKM adalah sebuah pedoman pencatatan keuangan bagi pelaku usaha agar mempunyai laporan keuangan yang transparan dan akuntabel (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016). Adanya SAK EMKM mengharuskan *showroom* motor bekas mencatat setiap transaksi secara rinci agar bisa memantau arus kas dan tingkat profitabilitas bisnis yang sedang dijalankan.

Pengembangan bisnis juga harus diiringi dengan sistem pemasaran produk yang efektif dan mudah dikenal luas oleh masyarakat. Ilmu pemasaran dibutuhkan untuk memotivasi, meyakinkan, dan memberitahu bahwa barang atau jasa yang ditawarkan memiliki nilai guna bagi konsumen sampai dengan melakukan pembelian barang (Khairunnisa, 2022). Di era yang terus berkembang dan banyaknya pengguna internet, sistem pemasaran banyak beralih ke pemasaran digital.

Pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan karena memiliki fungsi sebagai alat penjualan, pelayanan konsumen, alat berkomunikasi, dan alat pengembang merek/*brand* (Elida, 2019). Selain itu, pemasaran digital memiliki dampak signifikan terhadap perputaran penjualan di sebuah *e-commerce* dan terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk, menarik pelanggan baru, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan lama (Lasepa R., Bagus W., et al, 2024). Dalam konteks *showroom* motor bekas,

semakin efektif pemasaran dan cepatnya perputaran produk penjualan menunjukkan bahwa modal tidak tertanam pada aset diam melainkan kas menjadi terus bertambah mengalir yang dapat digunakan untuk ekspansi besar *showroom*.

Kondisi di *Showroom* Utama Motor menunjukkan adanya beberapa permasalahan dalam pengembangan bisnis. Masalah yang pertama terletak pada aspek administratif dan pencatatan laporan keuangan *showroom* masih manual dan belum sesuai SAK EMKM. *Showroom* belum menerapkan pencatatan transaksi yang rinci dan hanya menyusun laporan keuangan biasa dalam sebuah buku yang rentan sekali rusak dan hilang. Tanpa laporan keuangan yang standar, pengelolaan *showroom* tidak memiliki basis data yang kuat untuk mengevaluasi kinerja bisnis secara objektif. Hal ini menciptakan risiko ketidakpastian finansial yang dapat mengancam keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Masalah yang kedua, *showroom* utama motor telah melakukan pemasaran produk motor bekas secara digital melalui berbagai *platform* media sosial seperti WA, dan Facebook. Namun faktanya, tidak semua motor bekas yang sudah dipasarkan itu dapat langsung terjual laku ke tangan konsumen bahkan ada beberapa motor yang sulit terjual dan mengendap lama di *showroom*.

Masalah yang ketiga, ada beberapa stok produk motor bekas yang mengalami perputaran penjualan yang sangat lambat. Penumpukan stok motor yang sulit terjual tersebut menyebabkan modal usaha tertanam pada

aset yang belum produktif dan berisiko mengalami depresiasi harga. Kondisi tersebut secara tidak langsung berdampak langsung pada perolehan laba operasional yang belum mencapai target maksimal.

Masalah yang keempat, *Showroom* Utama Motor menunjukkan bahwa laba yang dihasilkan masih kurang maksimal yang hanya bisa digunakan untuk memutar kembali modal penjualan dan mempertahankan usaha dalam jangka waktu yang tak menentu. Bisnis jual beli motor bekas ini memiliki potensi pasar yang besar, namun ketersediaan lapangan kerja bagi warga di wilayah sekitar *showroom* masih sangat terbatas. Penyerapan tenaga kerja lokal belum menjadi prioritas utama *showroom* karena skala bisnis yang belum berkembang. Pemilik bisnis hanya menjalankan operasional *showroom* secara mandiri yang hanya dibantu oleh beberapa keluarga dan sanak saudara.

Perbedaan yang mencolok antara teori pengembangan bisnis dengan fakta nyata di lapangan ini menimbulkan hambatan serius bagi kemajuan *Showroom* Utama Motor. Perbedaan ini harus segera diatasi agar potensi pasar motor bekas yang menjanjikan dapat dikonversi menjadi keuntungan finansial yang stabil. Maka dari itu, proyek bisnis ini disusun sebagai upaya solutif untuk menyelaraskan kembali praktik bisnis dengan teori pengembangan bisnis. Perbaiki sistem pencatatan laporan keuangan, pemasaran produk secara digital, meningkatkan laba, dan upaya penyerapan tenaga kerja menjadi prioritas utama untuk mencapai keberhasilan bisnis yang kompetitif dan bermanfaat.

Proyek bisnis ini menawarkan sebuah kebaruan yaitu melakukan perubahan sistem pencatatan laporan keuangan tradisional ke sistem laporan keuangan sesuai SAK EMKM menggunakan aplikasi Excel. Langkah ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan *showroom*. Penerapan SAK EMKM akan menjadi alat ukur utama untuk mengukur arus kas bisnis yang tersimpan secara historis dan sistematis di dalam sebuah perangkat. Kebaruan lainnya terletak dalam hal sistem pemasaran digital, *Showroom* Utama Motor akan memperlebar jangkauan pemasaran dengan cara menambah *platform* online seperti Instagram dan Facebook untuk memasarkan produk motor bekas.

Proyek bisnis ini akan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran yang interaktif. Hal ini dilakukan untuk menjangkau calon konsumen secara luas di tengah banyaknya kompetitor yang membuka *showroom* di area Bandung Timur. Pemanfaatan teknologi informasi menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan industri motor bekas. Proyek bisnis ini juga menekankan pada pentingnya kelengkapan administrasi kendaraan. *Showroom* Utama Motor akan menyimpan dokumen kendaraan untuk setiap unit motor bekas yang masuk agar mempermudah pelacakan riwayat kendaraan dan masa berlaku pajak.

Keunikan dan keunggulan dari proyek bisnis ini terletak pada praktik jual beli motor bekas yang menggunakan prinsip transparansi sebagai bentuk etika bisnis syariah. *Showroom* Utama Motor memberikan berbagai informasi yang menyangkut sepeda motor dan legalitas dokumen kendaraan secara jujur

kepada konsumen. Praktik inilah yang menjadi keunggulan sekaligus membedakan *showroom* dengan penjual motor bekas perorangan yang seringkali kurang keterbukaan dalam penyampaian informasi produk. Keunggulan ini menciptakan reputasi bisnis yang kuat di tengah persaingan pasar otomotif dan meminimalisir terjadinya praktik *gharar* dalam jual beli.

Urgensi proyek bisnis dalam dunia pendidikan terletak pada penyelarasan antara teori pengembangan bisnis dengan praktik nyata bisnis di industri otomotif. Institusi pendidikan memerlukan kasus nyata yang mampu mendemonstrasikan bagaimana teori pengembangan bisnis diterapkan secara presisi. Keberhasilan proyek bisnis ini akan memberikan kontribusi berupa literatur praktis bagi mahasiswa lain yang ingin mendalami kewirausahaan di sektor perdagangan otomotif. Melalui proyek ini, dunia pendidikan bisa menghasilkan lulusan yang kompeten dalam menjalankan bisnis.

Alasan spesifik memilih proyek bisnis di bidang otomotif berupa jual beli motor bekas dikarenakan keberadaan motor bekas bisa menjadi pilihan utama bagi konsumen yang memiliki keterbatasan dana untuk memenuhi kebutuhan transportasi kesehariannya. Alasan kuat lainnya adalah adanya keinginan untuk memperbaiki sistem pencatatan laporan keuangan, sistem pemasaran produk motor bekas, membuka peluang lapangan kerjadan meningkatkan capaian laba *showroom* secara berkelanjutan.

Faktor utama yang mendasari pemilihan jenis proyek bisnis ini adalah adanya dukungan dari pemilik usaha untuk melakukan perubahan sistem pencatatan laporan keuangan dan meningkatkan perputaran penjualan produk

motor bekas sehingga memberikan ruang untuk mengaplikasikan ilmu akuntansi dan pemasaran secara leluasa. Sebuah proyek bisnis memerlukan validasi lapangan agar setiap strategi yang diusulkan bersifat aplikatif dan tidak sekedar imajinasi. Selain itu, lokasi *showroom* sangat dekat dengan lingkungan masyarakat yang menjadi faktor penting dalam upaya pemberdayaan tenaga kerja lokal di sekitarnya.

Proyek bisnis ini akan dilaksanakan dari bulan februari hingga agustus 2026 yang berlangsung di *Showroom* Utama Motor yang terletak di Jalan Raya Cibiru No.28 Desa Cibiru Wetan, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40625. Dengan demikian *Showroom* Utama Motor bukan hanya sekedar kegiatan bisnis di bidang otomotif, tetapi sebagai wujud nyata praktik kewirausahaan dengan judul **“PENGEMBANGAN BISNIS JUAL BELI MOTOR BEKAS PADA SHOWROOM UTAMA MOTOR DI CIBIRU, BANDUNG”**.

B. Tujuan Proyek Bisnis

Berdasarkan latar belakang proyek bisnis tersebut, adapun tujuan dari proyek bisnis ini diantaranya:

1. Untuk mengimplementasikan sistem pencatatan laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM).
2. Untuk mengoptimalkan sistem pemasaran digital menjadi lebih efektif supaya bisa mempercepat perputaran penjualan motor bekas

3. Untuk meningkatkan profitabilitas laba usaha *showroom* secara berkelanjutan
4. Untuk membuka peluang lapangan pekerjaan yang memadai bagi masyarakat luas

C. Manfaat Proyek Bisnis

Berdasarkan latar belakang dan tujuan dari proyek bisnis tersebut, adapun manfaat proyek bisnis yang dapat diperoleh, yaitu:

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Memperoleh pengalaman nyata dan berkesan dalam mengelola bisnis jual beli motor bekas.
 - b. Melatih kemampuan berwirausaha dan memecahkan permasalahan dalam operasional *showroom*.
 - c. Mengasah keterampilan dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan standar SAK EMKM
2. Bagi Dunia Akademik
 - a. Mendukung implementasi pembelajaran melalui pengalaman langsung di lapangan.
 - b. Membantu mengamalkan ilmu bisnis, akuntansi, dan kewirausahaan yang telah dipelajari di bangku perkuliahan.
 - c. Memberikan motivasi dan inspirasi bagi akademisi untuk mendirikan usaha di masa depan.

3. Bagi Pelaku Usaha

- a. Mendapatkan sumber pendapatan pokok dan mencari keuntungan yang maksimal secara berkelanjutan.
- b. Memiliki sistem pencatatan keuangan sesuai SAK EMKM yang lebih profesional, transparan, dan andal
- c. Membuka kesempatan lapangan pekerjaan yang memadai di wilayah sekitar *showroom*.
- d. Menjadi sarana evaluasi agar *showroom* berkembang ke arah yang lebih baik lagi.

D. Tempat Proyek Bisnis

Tempat proyek bisnis ini bernama *Showroom* Utama Motor yang terletak di Jalan Raya Cibiru No.28 Desa Cibiru Wetan, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40625. Jam Operasional dimulai pukul 08.00 -17.00 WIB pada hari senin sampai sabtu.

E. Jadwal Waktu Proyek Bisnis

Jadwal waktu proyek bisnis yang akan diselenggarakan dari bulan februari hingga agustus 2026. Adapun rincian dari jadwal waktu proyek bisnis yang akan diselenggarakan, yaitu:

Tabel 1. 1 Jadwal Waktu Proyek Bisnis

No	Kegiatan	Uraian Singkat	Timeline
1	Evaluasi Awal Bisnis Yang Telah Berjalan	Meninjau kondisi <i>Showroom</i> Utama Motor meliputi jumlah motor bekas yang tersedia,	Februari 2026

		sistem pencatatan laporan keuangan, kondisi fisik <i>showroom</i> , dan strategi pemasaran yang digunakan.	
2	Perencanaan Strategi Pengembangan Bisnis	Menyusun rencana pengembangan bisnis seperti rencana peningkatan volume penjualan motor bekas, perbaikan sistem pencatatan laporan keuangan menjadi sesuai SAK EMKM, dan strategi pemasaran produk	Februari 2026
3	Pelaksanaan Strategi Pengembangan Bisnis	Mengimplementasikan rencana yang telah disusun termasuk rencana peningkatan volume penjualan motor bekas, perbaikan sistem pencatatan laporan keuangan sesuai SAK EMKM, dan strategi pemasaran produk	Maret - Juli 2026
4	Pemantauan Dan	Melakukan pemantauan	Setiap

	Evaluasi Berkala	perkembangan volume penjualan motor bekas, laba penjualan, efektivitas sistem pencatatan laporan keuangan baru, dan strategi pemasaran produk.	Bulan (Maret – Juli 2026)
5	Evaluasi Akhir Dan Penyusunan Laporan Akhir	Menganalisis dan mengevaluasi hasil pengembangan bisnis <i>showroom</i> , dan memulai menyusun laporan akhir proyek bisnis	Juli 2026
6	Presentasi Hasil Pengembangan Bisnis	Memaparkan keseluruhan hasil proyek bisnis kepada pihak universitas	Agustus 2026