

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha produktif milik orang perseorangan atau badan usaha. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk tetap bertahan di masa krisis ekonomi adalah bukti bahwa sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan bagian dari sektor usaha yang cukup tangguh.

Pada kenyataannya selama ini usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) masih memiliki banyak keterbatasan dan kendala terutama kendala yang terdapat antara usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan perbankan selaku penyalur kredit bagi UMKM. Kelayakan usaha, aspek keuangan, aspek pemasaran dan aspek sumber daya manusia (tenaga kerja) merupakan permasalahan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang dirasakan selama ini oleh pihak Bank (Bank Indonesia).

Pengelolaan keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dimana didalamnya termasuk kegiatan *planning*, analisis dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan. Seluruh proses tersebut dilakukan agar mendapatkan pendapatan perusahaan dengan meminimalkan biaya, selain itu dalam penggunaan dan pengalokasian dana yang efisien dapat memaksimalkan nilai perusahaan (Evi Dewi Kusumawati, 2021).

Al Falih, dkk., menyatakan bahwa UMKM yang belum mampu mengelola dan melakukan pengembangan usahanya dengan baik, sehingga tidak jarang beberapa UMKM mengalami kegagalan dalam usahanya (Muhammad Sabiq Hilal Al-Falih, *et al.*, 2019). Pelaku UMKM sering kali merasa terkungkung dalam kemampuan menerapkan akuntansi karena belum terbiasa mempraktekkan akuntansi dalam pengelolaan keuangan usahanya.

Menurut Puspitaningtyas pengelolaan keuangan berbasis akuntansi dapat memberikan manfaat bagi pelaku UKM untuk mengetahui kondisi keuangan

secara pasti, mengatur dan mengontrol secara keseluruhan transaksi keuangan yang terjadi di sepanjang keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu pelaku UKM harus membiasakan (membudayakan) untuk menerapkan pengelolaan berbasis akuntansi (Zarah Puspitaningtyas, 2017).

Jeni Wardi mengemukakan bahwa pengelolaan keuangan sangat penting dilakukan agar UMKM mampu menunjukkan kinerjanya dalam mengelola bisnis UMKM, kondisi ini juga dilakukan demi keberlanjutan usaha kedepannya (Jeni Wardi, Gusmarila Eka Putri, & Liviawati 2022).

Di era digitaisasi sekarang berbagai bisnis dituntut untuk lebih maju dalam menjalankan bisnisnya masing-masing dan untuk tetap bertahan. Sebagai negara berkembang, Indonesia lebih memperhatikan pembangunan dan pembangunan ekonomi yang lebih baik. Proses ini secara langsung mempengaruhi berbagai bentuk bisnis di Indonesia. Seiring berjalannya waktu, Indonesia telah membentuk berbagai jenis usaha, baik kecil maupun besar. Salah satu jenis usaha di Indonesia adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Atik Nurngaeni, 2021). Sulistiyani berpendapat bahwa strategi pemasaran mempunyai peran penting bagi para UMKM, peran penting dan strategi pemasaran yang tepat akan mampu meningkatkan daya saing produk yang akan dihasilkan UMKM (Sulistiyani, & Aditya Pratama, 2021).

Adena menyatakan pemasaran perlu diperhatikan secara serius oleh UMKM, dan yang lebih penting proses penentuan strategis harus benar-benar matang. Dengan cara ini strategi pemasaran yang dipilih dapat menembus pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM (Adena Khumairoh, & Novita Nur Fitria Dewi, 2020). Hermawan mengemukakan bahwa strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas antara lain strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Strategi pemasaran harus dilakukan agar UMKM tidak berguling atau mendapat resiko kebangkrutan (Hendri Hermawan Adinugraha, *et al.*, 2022).

Febriantoro menyatakan bahwa strategi pemasaran melalui strategi *digital marketing* dengan menggunakan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri (Mohamad Trio Febriantoro, & Debby Arisandi, 2018).

Usaha Azhar Abdullah Tenun Songket merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibidang fashion. Usaha ini merupakan salah satu pendukung usaha pengembangan kepariwisataan karena tenun songket merupakan salah satu objek daya tarik wisata sebagai produk seni budaya. Yang mana tenun songket merupakan artefak dalam kebudayaan yang berperan sebagai salah satu jati diri orang melayu. Oleh karena itu perlunya kajian mengenai tenun songket agar dapat menjadi rujukan masyarakat melayu secara umum dan umumnya masyarakat Batu Bara di pandang kuat dalam mengekspresikan di kawasan Sumatera.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Azhar Abdullah selaku pemilik usaha tenun songket Azhar Abdullah mengatakan bahwa pengelolaan keuangan yang dilakukan masih menggunakan pencatatan manual (pencatatan dibuku biasa) serta strategi pemasaran yang dilakukan, konsumen mendatangi secara langsung ketempat usaha dan memang telah memiliki pelanggan tetap yang datang kerumah. Mulai dari pelanggan sekitaran daerah, pelanggan dari luar kota dan ada juga pelanggan dari luar negeri yang dipromisikan melalui saudaranya yang tinggal diluar negeri. Bapak Azhar Abdullah tidak melakukan pemasaran melalui *e-commerce* melainkan hanya dari rumah saja (Azhar Abdullah, 2022).

Masih ada pemilik UMKM yang belum mampu mengelola dan melakukan pengembang usahanya dengan baik, sehingga tidak jarang beberapa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengalami kegagalan dalam usahanya. Selain beberapa faktor kurangnya kelayakan, kegagalan ini dikarenakan masih minimnya pengetahuan pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) akan pengelolaan usaha, baik dari segi pengelolaan keuangan pribadi maupun pengembangan usaha. Pengelolaan usaha yang perlu diperhatikan adalah

pengelolaan dalam bidang keuangan dan pengembangan usaha yang dilihat dari lingkungan eksternal usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan peluang dan ancaman bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Oleh sebab itu perlunya pencatatan Akuntansi dalam pengelolaan keuangan UMKM.

Akuntansi UMKM adalah pencatatan keuangan yang dilakukan UMKM, dengan mengacu pada standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah. Akuntansi UMKM, sangat membantu dalam upaya UMKM untuk naik kelas. Dalam upaya tersebut oleh karena itu dibutuhkan pencatatan yang baik. Bukan hanya baik dalam mencatat, namun juga dalam menyimpan, apalagi dokumen keuangan.

Strategi pemasaran juga sangat perlu dilakukan karena pemasaran pada UMKM merupakan salah satu pilar penting, tanpa strategi pemasaran maka target penjualan akan sulit dicapai dan memungkinkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) beresiko kalah saing dengan pengusaha lain.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada UMKM ini masih terdapat masalah yang timbul, yaitu pengelolaan keuangan usaha dan strategi pemasaran yang dilakukan hanya berfokus kepada produktivitas saja, serta mengesampingkan pengelolaan keuangan dan pengembangan usahanya.

Pesatnya jumlah usaha kecil dan menengah khususnya pengrajin tenun songket mengharuskan pelaku usaha kecil dan menengah Azhar Abdullah tenun songket mampu bertahan dan siap bersaing dengan UMKM tenun songket lainnya. Maka dari itu perlu diperhatikan pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran yang berkualitas tinggi. Serta mengharuskan pelaku UMKM tenun songket agar lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif.

Keterbatasan pengetahuan dari pengrajin tenun songket tentang akuntansi sehingga dapat mengakibatkan pengelolaan keuangan yang kurang baik, serta strategi pemasaran yang dilakukan kurang optimal. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian **“Pengelolaan Keuangan dan Strategi Pemasaran dalam Usaha Mikro Kecil**

dan Menengah (Studi Kasus pada Azhar Abdullah Tenun Songket di Kabupaten Batu Bara”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengelolaan keuangan yang rendah pada UMKM Azhar Abdullah tenun songket di Kabupaten Batu Bara.
2. Rentan terjadinya pencampuran dana usaha dengan dana pribadi.
3. Tingkat terjadinya selisih anggaran yang tidak sesuai dengan target yang diharapkan.
4. Strategi pemasaran yang dilakukan UMKM Azhar Abdullah tenun songket di Kabupaten Batu Bara yang kurang efektif.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran ataupun penyimpangan dari pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya mencakup pada informasi seputar pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran.
2. Informasi pengelolaan keuangan yang disajikan yaitu: perencanaan, pencatatan, pelaporan dan pengendalian yang ada di Azhar Abdullah Tenun Songket.
3. Informasi terkait strategi pemasaran yang disajikan yaitu: produk, harga, tempat dan promosi yang dilakukan oleh Azhar Abdullah Tenun Songket.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari masalah yang telah dipaparkan diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh Azhar Abdullah Tenun Songket di Kabupaten Batu Bara?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Azhar Abdullah Tenun Songket di Kabupaten Batu Bara?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh Azhar Abdullah Tenun Songket di Kabupaten Batu Bara.
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Azhar Abdullah Tenun Songket di Kabupaten Batu Bara.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna dan memiliki manfaat antara lain sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan serta kesiapan agar dapat menggunakan dan mengutamakan pengelolaan keuangan yang baik dan bijak serta strategi pemasaran yang efektif jika ingin menjalankan UMKM.
- b. Bagi pembaca, dengan adanya penelitian ini diharapkan pembaca bisa memperoleh ilmu serta pengetahuan tentang pengelolaan keuangan serta strategi pemasaran yang baik dan tepat terkhusus pada sektor UMKM agar keuangan dan pemasaran pada usaha yang dijalankan dapat efisien dan efektif.
- c. Bagi UMKM, penelitian ini diharapkan menjadi masukan serta pedoman dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan untuk meningkatkan pendapatan UMKM pada Azhar Abdullah Tenun tenun songket di kabupaten Batu Bara.

- d. Bagi pihak akademik, diharapkan dapat menambah dan memperkaya ilmu serta wawasan mengenai pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran pada UMKM.

