

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Penyebaran SARS-CoV-2 ke seluruh dunia dan banyaknya penularan yang disebabkan oleh penyakit Covid-19 (*Coronavirus*) mendorong *World Health Organization* (WHO) mengumumkan pandemi pada 12 Maret 2020. Hingga saat ini, dunia telah membayar biaya yang cukup besar dalam pandemi ini seperti hilangnya nyawa manusia, efek finansial dan meluasnya kemiskinan.

Meningkatnya jumlah kasus virus corona berdampak pada perekonomian dunia, termasuk Indonesia. Pandemi Covid-19 yang telah dikendalikan oleh Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) mempengaruhi transportasi, industri perjalanan pariwisata, perdagangan, kesehatan, dan berbagai bidang. Dengan diberlakukannya kebijakan “*lock down*” yang dilakukan oleh berbagai negara untuk mencegah penyebaran Covid-19 lebih lanjut, dengan tujuan agar pergerakan moneter terhambat dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi dunia ke depan, termasuk pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Perkembangan pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini sedang memburuk. Penilaian lain oleh Soleha (2020) mengungkapkan bahwa perekonomian Indonesia sudah masuk dalam klasifikasi *downturn* dan melihat konsekuensi dari BPS atau Badan Pusat Statistik itu sendiri yang dinilai pada kuartal ketiga bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia akan minus sekitar 1,3-1,7%, penilaian ini dikemukakan oleh Tauhid Ahmad sebagai Direktur Eksekutif INDEF (*Institute for Development of Economics and Finance*).

Bisnis global memasuki fase *modern* yang menuntut tingkat persaingan yang tinggi, hal itu memberikan pengaruh besar bagi dunia bisnis di Indonesia baik dirasakan secara langsung maupun tidak langsung pada setiap pelaku usaha. Suatu kegiatan usaha ekonomi baik bergerak dibidang barang, jasa, maupun manufaktur pasti memiliki visi, misi, dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu panjang maupun jangka pendek. Dalam jangka

pendek, tentunya bertujuan untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan guna mensejahterakan usaha yang sedang berjalan. Jika dalam jangka panjang, didukung oleh berbagai hal lainnya mulai dari operasional, produksi, dan sumber daya yang dimiliki dan digunakan secara efektif dan efisien.

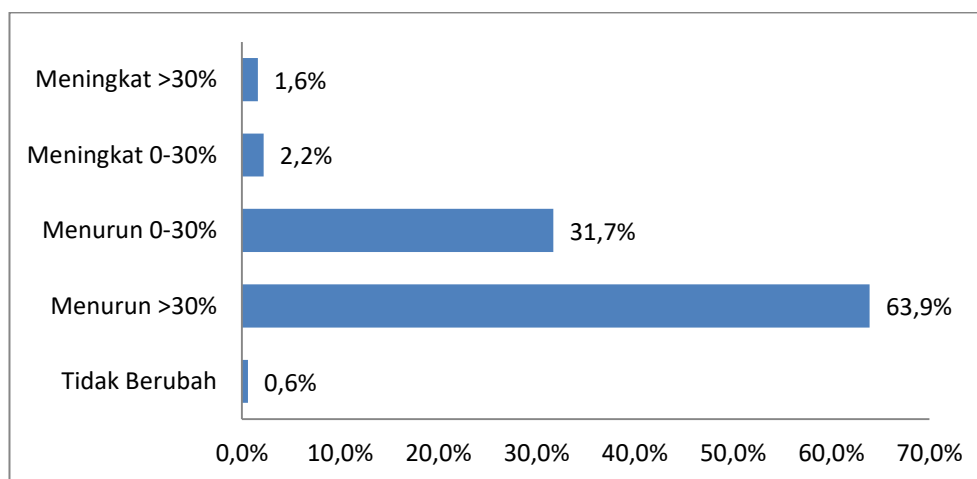
Kegiatan usaha yang berjalan efektif dan efisien apabila proses kegiatan usahanya dilakukan dengan pengelolaan yang sangat baik pada proses produksinya. Hal ini dapat memberikan pengaruh pada peningkatan juga perolehan pelanggan serta dapat menjadi *market leader* dari produk yang ditawarkan yang juga memberikan perolehan pendapatan laba yang besar. Besarnya pendapatan yang diperoleh nantinya menjadi tolak ukur untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam pengelolaan kegiatan usahanya. Pengelolaan kegiatan usaha yang dilakukan oleh pemiliknya sendiri biasanya dilakukan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah selalu menarik untuk dipertimbangkan, tidak hanya dari segi kekuatan, perspektif pembiayaan, perolehan kredit atau dari sudut administrasi bisnis. Dimasa globalisasi, khususnya dengan koordinasi moneter di Asia Tenggara, seperti unifikasi Asosiasi Keuangan (*Monetary Association*) yang menjadikan Asia Tenggara sebagai kawasan moneter lokal dengan basis kreasi yang soliter membuat UMKM harus memiliki pilihan untuk mengikuti realitas mereka di tengah lonjakan ekonomi dunia. Untuk itu, UMKM dituntut memiliki kemampuan untuk bersaing dan membuat produk yang dapat dikenal oleh pembeli dalam negeri (Indonesia) namun juga pembeli di Asia Tenggara. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) secara konsisten hadir sejak dibutuhkan. UMKM ini memiliki semua ciri sebagai salah satu bidang usaha pendukung vital yang dapat mempertahankan banyak tenaga kerja. UMKM juga merupakan salah satu yang teruji ketahanannya saat krisis, terutama ketika negara kita dilanda badai darurat krisis moneter dari tahun 1997-1998.

Saat ini UMKM sedang dicoba kembali ketahanannya ketika krisis pandemi Covid-19 sudah merebak sejak akhir tahun 2019. Beberapa pengamat memperkirakan kawasan UMKM akan kesulitan menahan dampak dari pandemi Covid-19. UMKM dipandang sebagai daerah yang paling lemah terhadap keadaan

darurat moneter akibat Covid-19. Pasalnya, bisnis semacam ini sangat bergantung pada perputaran uang dari penawaran produk. Diberbagai media, disebutkan bahwa para pelaku UMKM mulai menghadapi berbagai kesulitan bisnis sejak wabah Covid-19 menyebar di tanah air.

Pengurus Afiliasi UMKM Indonesia, Ikhsan Ingratubun, mengatakan omzet UMKM mulai menurun sejak Februari tahun ini. Kemudian, pada saat bulan Maret, ada berbagai UMKM yang tidak mendapatkan bayaran sama sekali. Bahkan beberapa UMKM memberhentikan perwakilannya karena terkendala moneter. Sektor UMKM umumnya dipengaruhi oleh penyebaran Covid-19 meliputi desain, pengerjaan yang telaten, administrasi transportasi online, dan kuliner. Kendala yang dihadapi antara lain kesulitan menjaring barang-barang UMKM. Jika masalah ini tidak segera ditangani dengan baik, diperkirakan akan berdampak pada *End of Business* (PHK) perwakilan karyawan. Pandemi Covid-19 secara signifikan mempengaruhi keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

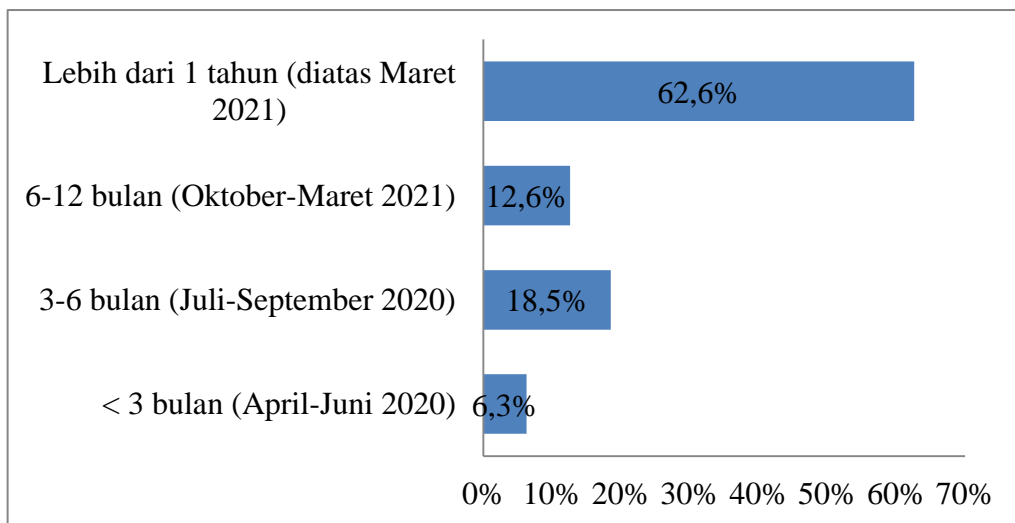


**Gambar 1.1 Grafik Omzet UMKM Saat Pandemi**

Sumber: (KIC) *Katadata Insight Center* (2020)

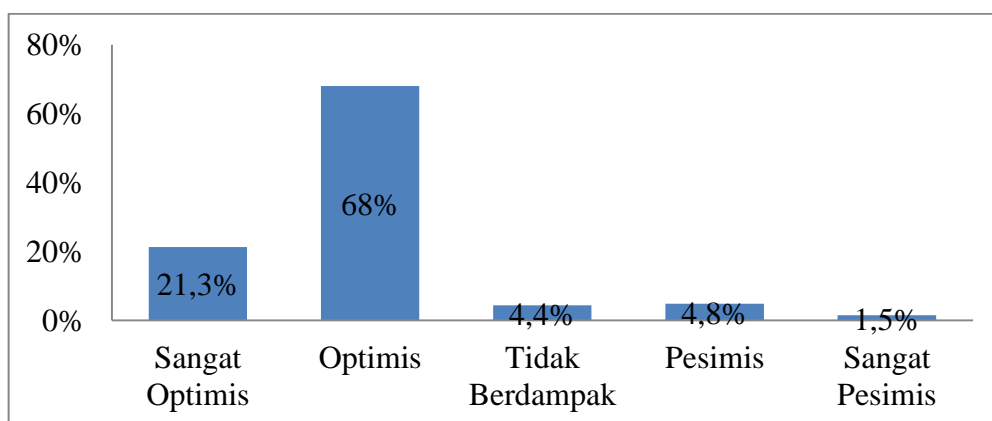
Berdasarkan gambar grafik diatas, dengan adanya pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Sedangkan hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet yaitu sebanyak 2,2% omzet meningkat antara 0-30% dan sebanyak 1,6%

omzet yang meningkat lebih dari 30% dikemukakan oleh KIC (2020). Dalam hal ketahanan dan peluang bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sejak pandemi dan saat *New Normal* terdapat beberapa pelaku UMKM yang memiliki keyakinan (optimisme) untuk bertahan dalam melewati krisis Covid-19 selama lebih dari satu tahun dengan upaya mempertahankan kondisi usahanya agar tetap berjalan jika kebijakan *New Normal* diterapkan. Dalam hal ini dapat dilihat pada gambar grafik berikut:



**Gambar 1.2 Grafik Ketahanan UMKM Sejak Pandemi**

Sumber: (KIC) *Katadata Insight Center* (2020)



**Gambar 1.3 Grafik Persepsi Kondisi Usaha Saat New Normal (PSBB)**

Sumber: (KIC) *Katadata Insight Center* (2020)

Menurut (KIC) atau *Katadata Insight Center* (2020) mencatat bahwa sebanyak 62,6% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yakin dapat bertahan lebih dari satu tahun melewati krisis akibat pandemi Covid-19 ini. Kemudian terlihat bahwa hanya sebanyak 68% pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang optimis terhadap kondisi usaha mereka jika era *New Normal* diterapkan.

Salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) penghasil batik yang terkenal dan terbesar di Jawa Barat ialah terdapat di daerah Cirebon. Tempat sentra atau pusat pembuatan batik Cirebon ini berada di Jalan Trusmi No.148, Weru Lor, Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon. Usaha batik yang ada di Cirebon ini dikenal dengan UMKM BT Batik Trusmi, karena di Cirebon hanya ada satu sentra usaha pembuatan batik yaitu di daerah Trusmi. Produk yang terkenal di BT Batik Trusmi yaitu seperti batik mega mendung, batik kecirebonan, batik sawat penganten, batik urang jejer, dan lain-lain.

Berdasarkan data primer yang diperoleh peneliti dari hasil obeservasi awal tanggal 2 November 2021 bahwa BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon adalah usaha batik terbesar dan terlengkap di Indonesia dimana output produk utamanya ialah kerajinan batik baik pakaian, aksesoris, patung atau topeng, dan kerajinan seni lainnya. Selain itu terdapat beberapa *showroom* dan berbagai fasilitas yang mendukung untuk dijadikan objek wisata seperti fasilitas umum, rumah makan, museum yang dijadikan tempat pembelajaran seputar batik dan membatik, toilet, musholla, dan berbagai fasilitas media informasi yang berupa sistem tanda berfungsi sebagai penunjuk pada setiap fasilitas yang ada di BT Batik Trusmi, serta terdapat tempat oleh-oleh khas Cirebon di dalamnya.

BT Batik Trusmi juga selain terkenal dengan batik pesisiran, batik mega mendung, dan batik kecirebonan, BT Trusmi juga memproduksi batik klasik dan batik tradisional asli Cirebon maupun daerah lainnya, yang mana warna-warna dan motif yang berkembang membuat peminat batik Trusmi selalu jadi daftar wajib bagi para penggemar batik. Saat ini BT Batik Trusmi diproduksi secara besar-besaran dan munculnya *showroom-showroom* besar di Cirebon merupakan

bukti banyak diminatinya batik Trusmi didalam negeri dan mancanegara serta penjual batiknya pun terkenal dimana-mana.

Usaha BT Batik Trusmi ini memiliki kompleks penjualan dengan memiliki tiga toko cabang yang berada di luar daerah Cirebon yaitu Jakarta, Medan, dan Bali. Namun peneliti melakukan penelitian di BT Trusmi Kabupaten Cirebon karena ini merupakan UMKM toko sentral atau pusat yang besar dan lengkap sehingga data yang didapat lengkap dan relevan karena bisa mencakup informasi data toko cabang BT Trusmi yang ada di luar Cirebon. Selain itu alasan peneliti memilih UMKM BT Batik Trusmi ini karena Kabupaten Cirebon menduduki peringkat ketiga sebagai industri batik terkenal di Indonesia setelah batik Pekalongan dan batik Solo, kemudian pangsa pasarnya pun luas ke seluruh Indonesia bahkan luar Negeri. Sehingga tidak kalah dengan daerah Solo, Yogyakarta dan lain sebagainya yang juga terkenal sebagai daerah pengrajin batik, karena Cirebon juga masuk ke wilayah perbatasan Jawa Barat dan Jawa Tengah. BT Trusmi bukan juga dikatakan sebagai *one stop shopping*, namun dapat dikatakan sebagai *one stop entertain* karena selain punya tempat *shopping*, tempat museum, dan edukasi *center* berupa tempat belajar membatik bagi siapapun.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti juga, dalam mengumpulkan sumber informasi data sekunder seperti data keuangan pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon dengan informan dalam penelitian ini yaitu pimpinan (*Leader*) dan pegawai bagian keuangan bahwa UMKM BT Batik Trusmi dengan pemilik usahawan termuda yang berhasil mencetak rekor MURI pemilik toko batik terluas dan terbesar pada tahun 2013-2014 yaitu bernama Sally Giovani dan Ibnu Riyanto, ini sudah melalui proses perkembangan usaha yang cukup panjang sekitar sudah 11 tahun berdiri hingga sekarang sudah menjadi UMKM yang besar seperti *tagline* dari BT Trusmi itu sendiri yaitu Terbesar dan Terlengkap.

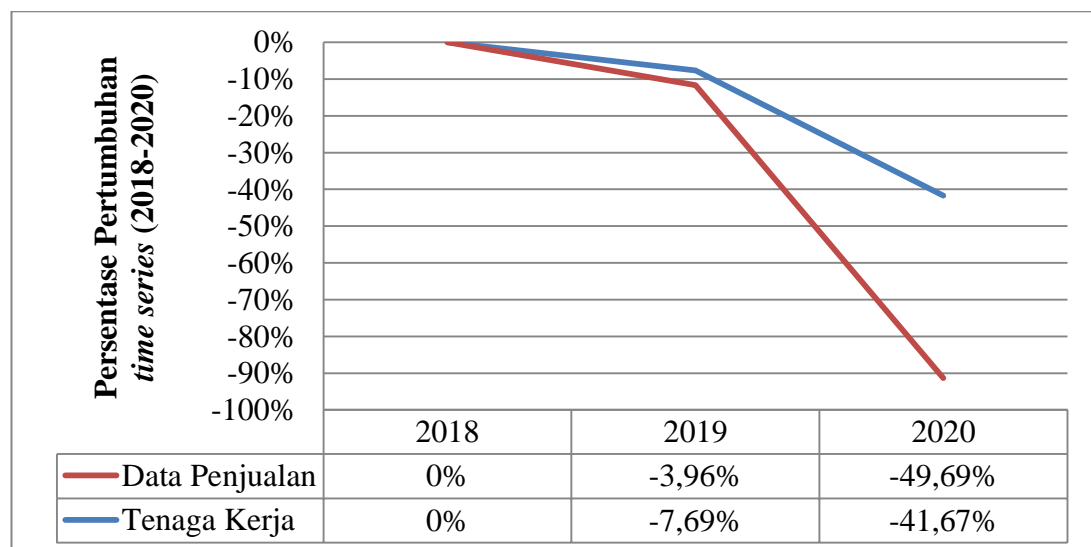
Dalam menjalankan usahanya pasti terdapat pasang surut, hal ini dapat dilihat bahwa sebelum pandemi dan saat pandemi terdapat penurunan omzet atau pendapatan yang cukup drastis, selain itu saat pandemi Covid-19 juga terjadi

pengurangan pegawai yang cukup banyak dikarenakan usaha sedang mengalami penurunan pengunjung. Berikut adalah tabel dan gambar grafik *time series* data jumlah tenaga kerja dan data penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon Tahun 2018-2020 (sebelum dan saat pandemi) yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Tenaga Kerja dan Penjualan UMKM BT Batik Trusmi**  
**Kabupaten Cirebon Tahun 2018-2020**

Tahun	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Persentase Pertumbuhan (%)	Data Penjualan	Persentase Pertumbuhan (%)
2018	130	-	Rp529.452.722.000	-
2019	120	-7,69%	Rp508.494.657.000	-3,96%
2020	70	-41,67%	Rp255.811.079.000	-49,69%

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2021



**Gambar 1.4 Grafik Time Series Data Jumlah Tenaga Kerja dan Penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon 2018-2020**

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dan gambar 1.4 grafik *time series* diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah tenaga kerja dan penjualan atau omzet yang semakin menurun setiap tahunnya. Pada kondisi sebelum pandemi yaitu tahun 2018 jumlah tenaga kerja sebanyak 130 orang dan mengalami penurunan -7,69% pada tahun 2019 menjadi 120 orang tenaga kerja karena akhir tahun 2019 sudah mulai datang pandemi. Kemudian kondisi saat pandemi sedang marak-maraknya yaitu tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar -41,67% atau menjadi 70 tenaga kerja, hal ini membuktikan saat pandemi UMKM BT Batik Trusmi mengurangi jumlah tenaga kerja atau pegawai yang cukup banyak.

Penjualan atau omzet dari UMKM BT Batik Trusmi juga mengalami penurunan setiap tahunnya dikarenakan pandemi. Tampak bahwa penjualan batik trusmi pada tahun 2018 sebelum pandemi sebesar Rp529.452.722.000 mengalami penurunan sebesar -3,96% pada tahun 2019 menjadi Rp508.494.657.000. Kemudian tahun 2020 mengalami penurunan penjualan yang drastis yaitu sebesar -49,69% sehingga penjualan tahun 2020 menjadi Rp255.811.079.000, hal ini membuktikan bahwa saat pandemi UMKM BT Batik Trusmi mengalami kemerosotan penjualan atau omzet yang sangat anjlok atau drastis dibandingkan sebelum pandemi. Maka dapat disimpulkan bahwa kondisi UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon sebelum pandemi selalu ramai pengunjung dengan mendapatkan penjualan sehari bisa mencapai kurang lebih 1 Miliar. Namun saat pandemi ini menggoncang perekonomian dunia salah satunya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia ialah UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon mengalami penurunan penjualan atau omzet dan pengurangan tenaga kerja yang drastis pada tahun 2020 dimana pada tahun tersebut sedang marak-maraknya pandemi Covid-19.

Selain UMKM BT Batik Trusmi, dalam kajian penelitian terdahulu Kusumaningrum (2020) mengemukakan bahwa, memang pada masa sebelum pandemi dan saat pandemi ini mempengaruhi kegiatan usaha salah satu contohnya pada UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang. UMKM ini sebelum masa pandemi mampu menjual produk batiknya dengan omzet penjualan yang tinggi



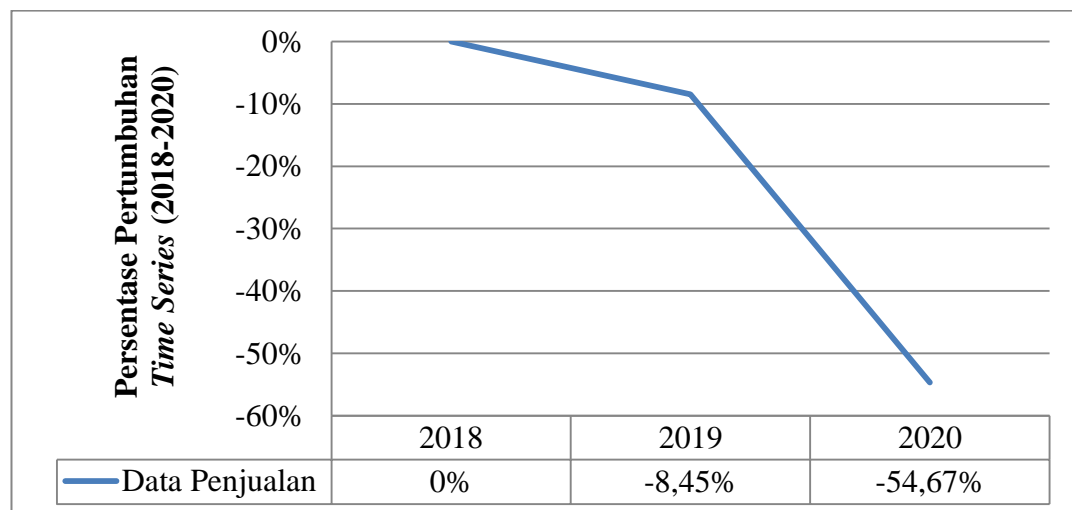
yaitu kurang lebih sekitar 10 miliar/bulan. Namun saat pandemi UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang ini mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis. Berikut adalah tabel dan gambar grafik *time series* data penjualan UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang sebelum dan saat pandemi (periode 2018-2020) yaitu:

**Tabel 1.2**

**Data Penjualan UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang Pada 2018-2020**

Tahun	Data Penjualan	Persentase Pertumbuhan (%)
2018	Rp80.623.000.000	-
2019	Rp73.810.000.000	-8,45%
2020	Rp33.455.000.000	-54,67%

Sumber: Data Sekunder UMKM Toko Batik Benang Raja dikemukakan oleh Kusumaningrum (2020)



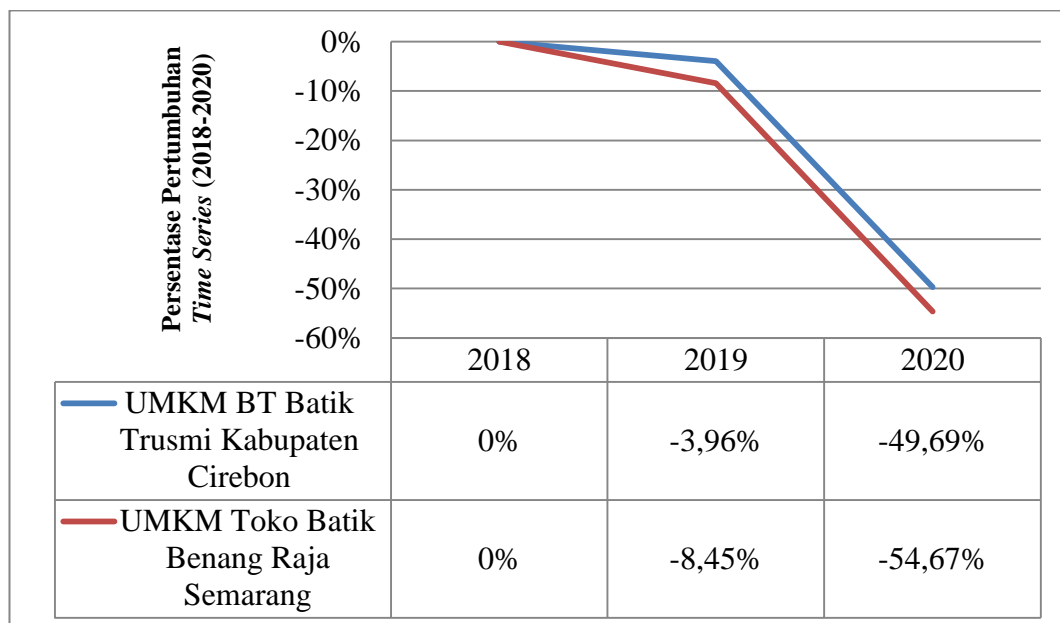
**Gambar 1. 5 Grafik *Time Series* Data Penjualan UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang Pada 2018-2020**

Sumber: Data Sekunder UMKM Toko Batik Benang Raja dikemukakan oleh Kusumaningrum (2020)

Dari tabel 1.2 dan gambar 1.5 grafik *time series* diatas menunjukkan bahwa tingkat penjualan UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang mengalami

penurunan yang sangat signifikan terlihat bahwa penjualan pada tahun 2018 sebelum pandemi sebesar Rp80.623.000.000 menurun -8,45% pada tahun 2019 menjadi Rp73.810.000.000. Kemudian saat pandemi Covid-19 sedang marak-maraknya pada tahun 2020 penjualan mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu sebesar -54,67% menjadi Rp33.455.000.000. Tingkat penjualan mengalami penurunan seperti ini selain dikarenakan pandemi Covid-19, juga dikarenakan menurunnya minat beli pelanggan.

Berdasarkan kedua data diatas yaitu data yang diperoleh peneliti pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon dan data yang diperoleh dari studi kasus penelitian terdahulu pada UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang ini terlihat bahwa tingkat penjualan keduanya sama-sama mengalami penurunan yang sangat drastis pada saat pandemi Covid-19. Berikut adalah gambar grafik *time series* perbandingan data penjualan pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon dan UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang sebelum dan saat pandemi Covid-19 yaitu:



**Gambar 1.6 Grafik *Time Series* Perbandingan Data Penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon dan UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang Pada 2018-2020**

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan gambar 1.6 grafik *time series* perbandingan data penjualan diatas menunjukkan bahwa pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon terlihat persentase pertumbuhan data penjualan pada tahun 2019 sebesar -3,96% sedangkan pada UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang pada tahun 2019 yaitu sebesar -8,45%. Kemudian persentase pertumbuhan data penjualan tahun 2020 pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon sebesar -49,69% sedangkan pada UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang sebesar -54,67%.

Dapat disimpulkan dari grafik *time series* data perbandingan diatas bahwa, disini dalam hal ketahanan dan peluang bisnis pelaku UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon walaupun saat pandemi Covid-19 mengalami penurunan yang drastis tetapi UMKM BT Batik Trusmi mampu memiliki keyakinan (optimisme) yang lebih tinggi untuk bertahan selama lebih dari satu tahun dengan upaya mempertahankan kondisi usahanya pada masa pandemi Covid-19. Dibandingkan dengan UMKM Toko Batik Benang Raja Semarang yang tidak terlalu yakin (optimis) untuk bertahan melewati pandemi Covid-19 dalam mempertahankan usahanya.

Dalam hal ini kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam melakukan kegiatan manajemen usahanya sebelum dan saat pandemi Covid-19 tentu mengalami perubahan dalam aspek produksi, operasional, sumber daya dan terdapat beberapa kendala tertentu. Dalam hal ini bisa dijadikan perbandingan manajemen usaha sebelum dan saat pandemi berlangsung. Untuk itu disini UMKM harus lebih selektif dan matang dalam menentuntukan harga jual dan unit penjualan dengan merancang batas minimal penjualan, apakah omzet yang dicapai sudah mampu menghasilkan laba yang diinginkan. Perencanaan merupakan awal dalam penentuan kegiatan usaha, dengan adanya perencanaan yang matang maka seluruh program dan kegiatan usaha lebih terarah dengan baik sehingga keuangan UMKM menjadi lebih efektif dan efisien. Hasil dari kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat diukur dengan menggunakan suatu teknik analisis biaya salah satunya ialah analisis *Contribution Margin*.

Analisis margin kontribusi (*Contribution Margin*) atau laba marginal (*Marginal Income*) adalah perbedaan selisih antara pendapatan transaksi

penjualan dan setiap biaya variabel tunggal. Margin kontribusi ditentukan dengan mengurangi biaya variabel, baik biaya pembuatan maupun non produksi dari transaksi penjualan dikemukakan oleh Carter (2009). Kemudian Supriyono (2004) mengatakan bahwa *Contribution Margin* adalah pendapatan transaksi penjualan dengan dikurangi seluruh biaya variabel. Maksudnya bahwa *Contribution Margin* ini memberikan penjelasan mengenai jumlah yang tersedia guna menutup seluruh biaya tetap, apabila biaya tetap telah tertutup maka selisihnya yaitu guna menghasilkan laba pada waktu tertentu.

Menurut Silvana (2014) mengemukakan bahwa Analisis *Contribution Margin* digunakan untuk memastikan margin kontribusi mutlak dan margin kontribusi setiap item, sehingga dengan penyelidikan ini para eksekutif dapat menemukan item mana yang memberikan keunggulan margin kontribusi paling tinggi dan mana yang memberikan keunggulan margin kontribusi paling rendah. Selain itu, investigasi margin kontribusi dapat digunakan untuk mengatur kesepakatan. Penataan lokasi ritel yang dijadikan sebagai sumber perspektif adalah BEP (*Break Event Point*), dimana BEP adalah *all out pay* yang setara dengan *all out cost* sehingga organisasi tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian, melalui biaya tetap dibagi oleh proporsi margin kontribusi. Analisis *Contribution Margin* digunakan untuk menentukan batas margin kontribusi total dan margin kontribusi setiap item. Dengan keunggulan margin kontribusi, manajemen dapat menemukan cara memberikan keunggulan margin kontribusi yang paling tinggi dan mana yang memberikan keunggulan margin kontribusi paling sedikit. Selain itu, analisis margin kontribusi juga digunakan untuk pengaturan transaksi penjualan.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Dalam situasi pandemi Covid-19, memberikan dampak pada segala bidang kehidupan dimasyarakat salah satunya memberikan dampak pada bidang ekonomi seperti terjadi guncangan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Undang-undang nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1 Ayat 1-4 menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah (UMKM) adalah substansi usaha sebagai orang atau unsur usaha yang harus dilibatkan secara lengkap dan wajar dengan membuka peluang usaha dalam mengakui perkembangan moneter, upah daerah, dan penciptaan lapangan kerja. Pada peraturan Undang-undang nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3 menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bermaksud untuk mengembangkan dan membina usaha mereka untuk menciptakan ekonomi publik tergantung pada moneter populer pemerintah yang wajar. Berdasarkan kajian dari pakar Sumarni (2020) mengatakan bahwa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bidang yang berperan penting bagi perekonomian di kemudian hari, karena UMKM secara langsung dapat mempengaruhi keberadaan individu berpenghasilan rendah untuk menyelesaikan pencatatan keuangan yang bermanfaat dalam kegiatan ekonomi produktif. Mengingat pesatnya kemajuan dunia usaha saat ini, dan sesuai dengan pendekatan pemerintah Indonesia untuk mendukung pembangunan di daerah yang sebenarnya, persaingan antar organisasi sejenis semakin meningkat. Terlepas dari persaingan dengan tujuan agar bisnis terus berkembang, pelaku bisnis diperlukan untuk merencanakan dan mengendalikan biaya dan meningkatkan keuntungan laba dengan baik.

Dalam hal ini Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) biasanya memiliki perencanaan manajemen usaha yang baik dalam pengelolaan kegiatan usahanya untuk mencapai laba yang diharapkan, namun saat pandemi Covid-19 ini mempengaruhi semua sektor UMKM seluruh Indonesia dalam menjalankan manajemen usahanya. Hal ini ditunjukkan oleh Kemenkop UKM dalam Pakpahan (2020) ada sekitar 37.000 UMKM yang melaporkan bahwa mereka benar-benar terpengaruh oleh pandemi ini, yang ditandai oleh sekitar 56% mengumumkan penurunan kesepakatan, 22% merinci masalah dalam perspektif pembiayaan, 15% menyelidiki masalah pada produk, dan sekitar 4% mengungkapkan kesulitan mendapatkan bahan mentah. Meski otoritas publik telah berupaya memberikan peningkatan untuk mengurangi dampak dari pandemi Covid-19, misalnya program insentif pengeluaran bagi UMKM dan memberikan cicilan kredit sederhana kepada UMKM yang terkena dampak, pengaturan ini belum mampu

mengatasi berbagai persoalan ekonomi pada UMKM dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19. Para pelaku UMKM juga terus berusaha mengikuti perkembangan bisnis mereka dengan berbagai sistem.

Salah satu UMKM yang terdampak dari pandemi ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) BT Batik Trusmi yang ada di Cirebon yang mana terjadi perbedaan kondisi usaha sebelum dan saat pandemi. Hal ini dapat dilihat dari adanya penurunan penjualan dan omzet yang diperoleh UMKM BT Batik Trusmi saat pandemi yang cukup drastis. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kondisi UMKM BT Batik Trusmi Cirebon sebelum dan saat pandemi dalam mempertahankan usaha dan manajemen laba.

Secara garis besar kemajuan bisnis UMKM yang menjadi aset eksplorasi telah berkembang pesat sebelum pandemi. Jangkauan penjualan UMKM juga menjangkau berbagai daerah di Indonesia. Asimilasi tenaga kerja yang digunakan juga telah berkembang sejak awal bisnis. Bagaimanapun selama pandemi, sebagian besar UMKM mengalami penurunan omzet (gaji kerja). Hanya satu UMKM yang benar-benar mengalami peningkatan omzet, khususnya UMKM yang ditekuni administrasi tingkat lanjut Tatik (2021). Konsekuensi dari tinjauan ini memverifikasi penelitian sebelumnya yang dipimpin oleh Pakpahan (2020), Budiayanti (2020), Sihaloho (2020), Hanoatubun (2020), Bahtiar & Saragih (2020), sehubungan dengan efek Covid 19 terhadap bisnis UMKM.

Dalam hal mengatasi masalah ataupun kendala dalam menjalankan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maupun untuk menentukan tarif produk maka diperlukan teknik perencanaan manajemen laba yang matang dan baik yaitu dengan menggunakan teknik analisis *Contribution Margin*. Berdasarkan kajian dari pendapat pakar Rudianto (2013) mengatakan bahwa margin kontribusi adalah selisih antara nilai kesepakatan penjualan dan biaya variabel. Jumlah ini akan digunakan untuk menghitung biaya tetap dan menghasilkan keuntungan untuk periode tersebut.

Margin kontribusi adalah kesepakatan penjualan mutlak dikurangi biaya tetap sepenuhnya dan menciptakan manfaat atau keuntungan untuk periode tersebut dikemukakan oleh Neivnieghina (2011). Dikutip dari kajian Dewi,

Wibowo & Sulistyowati (2017) mengatakan bahwa, *Contribution Margin* berfungsi untuk mengetahui seberapa besar kecepatan pengembalian modal yang diberikan perusahaan atau bisnis usaha. Selanjutnya, margin kontribusi juga adalah prosedur yang digunakan dalam pengaturan manfaat keuntungan tergantung pada volume transaksi dan ukuran biaya yang ditimbulkan oleh organisasi. Margin kontribusi merupakan perangkat yang dapat digunakan supervisor untuk membedah tingkat kemanfaatan sebuah karya. Semakin menonjol margin kontribusi yang diperoleh, semakin penting manfaat yang didapat. Pengertian margin kontribusi juga merupakan instrumen bagi para eksekutif sebagai alat penilaian internal untuk sekedar memutuskan, khususnya tentang pengaturan keuntungan perusahaan.

Pengaturan keuntungan atau manfaat secara tegas diidentifikasi dengan margin kontribusi organisasi perusahaan. Hal ini dikarenakan keunggulan komitmen diidentifikasi dengan kecepatan pengembalian uang yang telah kita peroleh dibandingkan dengan biaya yang telah kita keluarkan untuk mendapatkan keuntungan. Selanjutnya, untuk mensurvei seberapa besar kecepatan pengembalian uang yang kita peroleh dalam kegiatan fungsional organisasi, administrasi memerlukan suatu perangkat untuk pengaturan keuntungan perusahaan, khususnya pemeriksaan margin kontribusi.

Oleh karena itu berdasarkan paparan latar belakang dan identifikasi masalah diatas tentang kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebelum dan saat pandemi khususnya UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon, maka dapat dikatakan bahwa terdapat beberapa masalah atau kendala bagi UMKM mengelola usahanya untuk menghasilkan laba yang diharapkan terlebih lagi saat pandemi. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk membuat UMKM BT Batik Trusmi dapat mempertahankan usahanya saat kondisi pandemi, dengan judul **“Analisis Optimalisasi Laba UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon Melalui Pendekatan Kontribusi Margin Pada Laporan Keuangan 2018-2020”**.

### C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimanakah analisis optimalisasi laba melalui pendekatan *Contribution Margin* atau margin kontribusi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon yang mana bertujuan untuk mengatasi masalah ataupun kendala dalam menjalankan usaha dengan diperlukannya teknik perencanaan manajemen laba yang matang dan baik pada masa sebelum dan saat pandemi Covid-19 (pada periode 2018-2020)”. Permasalahan tersebut selanjutnya dijabarkan dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimanakah cara menentukan besarnya margin kontribusi total pada penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020?
- 2) Bagaimanakah cara menentukan besarnya rasio margin kontribusi untuk mengetahui titik impas secara keseluruhan pada penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020?
- 3) Bagaimanakah cara menganalisis *Break Event Point* (BEP) per unit maupun BEP dalam rupiah untuk menentukan atau menghitung volume penjualan dan hasil yang ideal pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020?
- 4) Bagaimanakah cara menganalisis tingkat keamanan (*Margin of Safety*) untuk mengetahui besaran dari penjualan bisa turun agar perusahaan tidak menderita rugi pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020?
- 5) Bagaimanakah cara menentukan target laba atau target volume penjualan yang hubungannya berkaitan dengan sasaran laba yang ingin dicapai pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020?



#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai cara menentukan besarnya margin kontribusi total pada penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020.
- 2) Untuk mengetahui dan memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai cara menentukan besarnya rasio margin kontribusi untuk mengetahui titik impas secara keseluruhan pada penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020.
- 3) Untuk mengetahui dan memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai cara menganalisis *Break Event Point* (BEP) per unit maupun BEP dalam rupiah untuk menentukan atau menghitung volume penjualan dan hasil yang ideal pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020.
- 4) Untuk mengetahui dan memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai cara menganalisis tingkat keamanan (*Margin of Safety*) untuk mengetahui besaran dari penjualan bisa turun agar perusahaan tidak menderita rugi pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020.
- 5) Untuk mengetahui dan memberikan gambaran bagi perusahaan cara menentukan target laba atau target volume penjualan yang hubungannya berkaitan dengan sasaran laba yang ingin dicapai pada UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon periode 2018-2020.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis yaitu sebagai berikut:

##### 1) Manfaat Teoritis

###### a) Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan kegunaan untuk mengimplementasikan teori dan ilmu yang sudah diperoleh masa perkuliahan serta memperoleh wawasan baru

mengenai margin kontribusi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon untuk periode 2018-2020.

b) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan serta sumber referensi belajar bagi para pembaca atau peneliti lainnya untuk menerapkan teori dan ilmu yang sudah diperoleh mengenai margin kontribusi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon untuk periode 2018-2020.

2) Manfaat Empiris (Praktis)

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkuat, mengoreksi, dan memberikan masukan dengan tujuan untuk perbaikan serta meningkatkan pertanggungjawaban terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon 2018-2020.