

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Going concern merupakan salah satu prinsip akuntansi dan menjadi sebuah postulat. *Going concern* merupakan salah satu asumsi dasar dalam menyusun laporan keuangan. Asumsi ini berarti perusahaan harus beroperasi secara konsisten untuk mendapatkan pendapatan sehingga perusahaan bisa mempertahankan keberlangsungan usahanya (Chalarce Totanan, 2018) . *Going concern* merupakan prinsip sebuah perusahaan tidak akan dilikuidasi atau dibubarkan.

Going concern identik dengan keberlanjutan atau *sustainable*. Suatu keinginan mendasar dari sebuah entitas bahwa ketika didirikan harus tetap bertahan dan beroperasi. Untuk mencapai hal tersebut sesuai dengan konsep akuntansi, sebuah entitas harus mampu menghasilkan laba untuk bisa berkembang. (Totanan & Paranoan, 2018).

Badan usaha atau perusahaan merupakan sebuah organisasi yang berdiri dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemiliknya guna mendapatkan keuntungan (Widayanto, 2020). Salah satu badan usaha yang ada di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam perekonomian Indonesia UMKM merupakan badan usaha dengan jumlah terbesar yaitu sebanyak 64,2 juta pada tahun 2021 (Muhammad, 2023). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting. Keberadaan UMKM yang besar dan tersebar hampir di setiap

wilayah serta mencakup hampir semua sektor perekonomian membuat UMKM sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki potensi yang besar dalam menyerap sumber daya manusia, dan juga UMKM berperan dalam PDB Indonesia. (Sarfiah et al., 2019)

UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian nasional karena kontribusinya terhadap PDB sebesar 60,51% dan mampu menyerap hampir 96,92% dari total tenaga kerja nasional. Peran penting UMKM ini, pemerintah terus mendorong berbagai upaya agar UMKM dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan naik kelas. Kontribusi UMKM terhadap kinerja ekonomi Jatim sangat tinggi, mencapai 58,36 persen, naik signifikan dibanding tahun 2020 dan di 2021 untuk Provinsi Jawa Timur

UMKM hadir karena memberikan peluang yang dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam menyediakan kebutuhan masyarakat. Namun, selain memiliki peluang usaha, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga menghadapi banyak masalah seperti, kekurangan modal, kurangnya pelanggan, kurangnya pengetahuan dan kemampuan kewirausahaan, kurangnya pengelolaan keuangan bisnis yang baik, dan kurangnya sarana. Ini tentu saja berakibat terhadap keberlangsungan usaha mereka (Tanan & Dhamayanti, 2020). Persaingan bisnis juga menjadi masalah yang harus dihadapi oleh para pelaku UMKM. Di Kabupaten Pamekasan sendiri tidak sedikit usaha mikro kecil dan menengah yang harus tutup karena tidak bisa mengatasi masalah-masalah tersebut dan tidak mampu bersaing di pasar.

Persaingan bisnis yang tiap tahunnya semakin ketat membuat para pelaku UMKM harus mampu bersaing untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah UMKM yang ada di Indonesia khususnya Kabupaten Pamekasan. Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah mencatat terdapat 47 ribu UMKM yang ada di Kabupaten Pamekasan (maduraindepth, 2022). Sebagai contoh gagalnya UMKM dalam persaingan bisnis yang ada di Kabupaten Pamekasan adalah toko oleh-oleh Dunia Cemilan yang juga tidak bisa bertahan menghadapi persaingan usaha dan harus tutup pada pertengahan 2022 kemarin. Di Pamekasan sendiri terdapat beberapa tempat yang menjadi tempat perkembangan UMKM, contohnya di Jalan Jokotole di sepanjang jalan banyak terdapat UMKM.

Strategi yang bisa digunakan UMKM pada kondisi meningkatnya persaingan usaha adalah strategi dalam mengelola biaya produksi. UMKM bisa menerapkan strategi biaya produksi. Dengan melakukan rekayasa nilai, UMKM diharapkan dapat merancang biaya produksi dengan lebih efisien sehingga harga jual produk atau jasa mereka dapat bersaing di industri (Dahlia, 2023). Bagi perusahaan manufaktur, perencanaan biaya harus strategis karena merupakan dasar untuk menentukan harga jual produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Harga jual produk yang ditetapkan harus mampu untuk menutupi semua biaya dan pengeluaran yang diperlukan untuk memproduksi produk dan menghasilkan laba yang diinginkan. (Anugerah, 2017)

Basaraya Ikan dan Cemilan merupakan salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Pamekasan berlokasi di jalan Agus Salim 12 Pamekasan

(utara Monumen Arek Lancor). Basaraya Ikan dan Cemilan dikelola oleh Ibu Sjarifah Dewi sebagai Direktur utama dan sudah berjalan dari tahun 2017. Awal mula didirikannya Basaraya Ikan dan Cemilan adalah karena kebiasaan orang madura yang selalu memberikan buah tangan kepada tamunya sehingga Ibu Sjarifah Dewi berinisiatif untuk membuka toko oleh-oleh Basaraya Ikan dan Cemilan. Basaraya Ikan dan Cemilan tidak hanya menjual produk yang mereka produksi sendiri, Basaraya Ikan dan Cemilan juga menampung 2000 produk dari 150 UMKM.

Basaraya juga memiliki sebuah koperasi yang diperuntukkan untuk membantu UMKM lain dalam segi finansial. Basaraya juga merupakan salah satu penyedia halal di Kabupaten Pamekasan. Basaraya membantu UMKM lain dalam proses sertifikasi halalnya. Hal inilah yang membuat Basaraya menjadi salah satu UMKM yang memiliki peran penting di Kabupaten Pamekasan karena memiliki peran yang penting dalam perkembangan UMKM di Kabupaten Pamekasan, Basaraya harus terus berkembang agar bisa bersaing dan menjaga keberlangsungan usahanya. Prinsip *going concern* suatu usaha dapat berjalan pada masa kini dipengaruhi oleh kemampuan bersaing dan berinovasi (Rimawati & Erwanto, 2021).

Penelitian terdahulu dari Rimawati (2021) memberikan gambaran keunikan strategi *going concern* pandai besi tokang pandhik Jokotole yang memproduksi celurit bermotif yaitu Sistem pemasaran tradisional mulut ke mulut, sistem produksi yang harus menunggu pesanan, dan penetapan harga jual yang ditetapkan oleh konsumen sehingga UMKM ini mampu bertahan bahkan sudah dijalani oleh beberapa generasi (Rimawati

& Erwanto, 2021). Hardilawati (2020) menyebutkan beberapa strategi yang digunakan UMKM dalam mempertahankan bisnisnya yaitu, penjualan melalui e-commerce, karena masyarakat sekarang banyak beralih ke belanja online. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran (digital marketing) untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Melakukan perbaikan kualitas produk dan kualitas serta jenis layanan. Melakukan pemasaran hubungan pelanggan (*customer relationship marketing*) untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas pelanggan (Hardilawati, 2020).

Yusuf (2019) menyebutkan beberapa strategi dalam mempertahankan usaha yaitu, strategi aktif merupakan strategi utama yang digunakan oleh para pedagang. Pada strategi ini pedagang memperhatikan pelayanan bagi pembelinya, menjaga kualitas dagangannya dan tempat berdagangnya selalu bersih. Strategi pasif merupakan upaya selanjutnya dari para pedagang dengan meminimalisir pengeluaran. Strategi jaringan, pada strategi ini para pedagang megutamakan meminta bantuan pinjaman uang kepada kerabat atau teman terdekat (Yusuf, 2019).

Penelitian yang berjudul “Analisis strategi bisnis dalam mempertahankan *going concern* UMKM di lingkungan persaingan yang semakin intensif” memberikan gambaran tentang strategi going concern UMKM Basaraya Ikan dan Cemilan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi UMKM Basaraya Ikan dan Cemilan dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya di lingkungan persaingan yang semakin intensif. Strategi tersebut antara lain, strategi pemasaran online yaitu, penggunaan *e-commerce* dan *digital marketing*, dalam

penelitian Hardilawati (2020) dijelaskan bahwa penggunaan *e-commerce* dan *digital marketing* dapat membantu UMKM bertahan menghadapi pandemi covid 19. Strategi pemasaran lain dari Basaraya adalah pemasaran offline, selain pemasaran Basaraya Ikan dan Cemilan juga menerapkan strategi pengelolaan keuangan yaitu, pengelolaan laba kotor dan *cost reduction*. *Cost reduction* dalam penelitian Yusuf (2019) termasuk ke dalam strategi pasif yang digunakan para pedagang dengan meminimalisir atau mengurangi pengeluaran.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawaban melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2018). Berdasarkan pembahasan di latar belakang bahwasanya UMKM harus menjaga *going concern* usahanya dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin intensif. Rumusan masalah yang peneliti sajikan adalah:

1. Bagaimana strategi yang digunakan oleh UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya di lingkungan persaingan yang semakin intensif?

1.3 tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk menganalisa strategi yang digunakan oleh UMKM dalam menjaga kelangsungan usaha mereka di lingkungan persaingan yang semakin intensif

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini sebagai penambah wawasan dan juga dijadikan sebagai sumber informasi dan acuan atau referensi

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan informasi dan wawasan tentang gambaran umum UMKM basaraya dan strategi yang dilakukan dalam menjaga keberlangsungan usahanya

Selain itu, penelitian ini juga sebagai sarana untuk mengembangkan disiplin ilmu pengetahuan yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan.