



**ANALISIS STRATEGI BERTAHAN UMKM
DITENGAH PANDEMIK COVID-19
(STUDI KASUS PADA UMKM PABRIK TAHU DI
KECAMATAN SELESAD)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Pancabudi

Oleh

SERENA TASYA BR KELIAT
NPM : 1715100043

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI
MEDAN 2021**



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

PENGESAHAN SKRIPSI

N A M A : Serena Tasya Br Keliat
NPM : 1715100043
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI BERTAHAN UMKM DI
TENGAH PANDEMIK COVID-19 (STUDI KASUS.
PADA PABRIK TAHU DI KECAMATAN SELESAD)

MEDAN, 05 AGUSTUS 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(Dr. Rahima Br Purba, SE., Msi, AK, CA)

DEKAN



(Dr. Onny Medaline, SH., M.kn)

PEMBIMBING I

(Drs. Nadjib., AK, MM)

PEMBIMBING II

(Pipit Buana Sari., SE, MM)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
M E D A N**

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN SARJANA
PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

PERSETUJUAN UJIAN

N A M A : Serena Tasya Br Keliat
N.P.M : 1715100043
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI BERTAHAN UMKM DI TENGAH
PANDEMIK COVID-19 (STUDI KASUS PADA UMKM
PABRIK TAHU DI KECAMATAN SELESAI)

MEDAN, 10 Agustus 2019

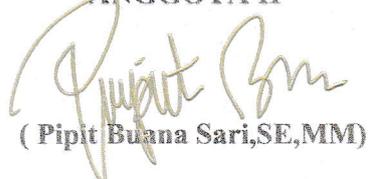
KETUA


(Miftha Rizkina, SE.,Ak.,M.Si.,CA)

ANGGOTA I


(Drs. Nadjib,AK.,MM)

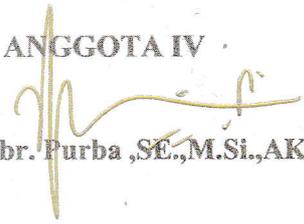
ANGGOTA II


(Pipit Buana Sari,SE,MM)

ANGGOTA III


(Dito Aditia Darma Nst, SE.,M.Si)

ANGGOTA IV


(Dr. Rahima br. Purba ,SE.,M.Si.,AK.,CA)

SURAT PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : SERENA TASYA BR KELIAT
NPM : 1715100043
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : ANALISIS STRATEGI BERTAHAN UMKM DI
TENGAH PANDEMIK COVID 19 (STUDI KASUS PASA
PABRIK TAHU DI KECAMATAN SELESAI)

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan di masa yang akan mendatang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 10 JUNI 2021



SERENA TASYA BR KELIAT

NPM: 1715100043

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : SERENA TASYA BR KELIAT

NPM : 1715100043

PROGRAM STUDI : AKUNTANSI

JENJANG : S1 (STRATA SATU)

JUDUL : ANALISIS STRATEGI BERTAHAN UMKM DI
TENGAH PANDEMIK COVID 19 (STUDI KASUS
PADA PABRIK TAHU DI KECAMATAN SELESAL)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat)
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non Eksklusif kepada Unpab untuk menyimpan, mengahli-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain lagi bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Juni 2021



SERENA TASYA BR KELIAT

NPM: 1715100043



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

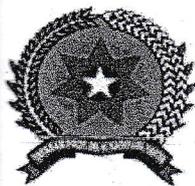
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDIJL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIAWebsite : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id**LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : SERENA TASYA BR. KELIAT
NPM : 1715100043
Program Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Drs Nadjib, Ak., MM
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada UMKM Pabrik Tahu Di Kecamatan Selesai)

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
02 Juni 2021	acc seminar proposal	Disetujui	
14 Agustus 2021	acc sidang meja hijau	Disetujui	
07 Oktober 2021	Acc pengesahan/jilid	Revisi	

Medan, 13 Oktober 2021
Dosen Pembimbing,

Drs Nadjib, Ak., MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SERENA TASYA BR. KELIAT
NPM : 1715100043
Program Studi : Akuntansi
Jenjang : Strata Satu
Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Pipit Buana Sari, SE, MM
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid 19(Studi Kasus Pada UMKM Pabrik Tahu Di Kecamatan Selesai)

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
06 April 2021	bimbingan bab 1 : 1. hal 5 perhatikan rata kanan kiri dan penulisan observasi bukan ovservasi 2.perhatikan penggunaan huruf besar di awal untuk tempat 3.halaman 4 setelah angka kalimat di baris ke 2 sejajar dengan baris 1bukan sejajar dengan angka 4. perhatikan cara mengutip langsung dan tidak ..nama sumber tidak dituliskan semua. 5.di bawah tabel dituliskan sumber dari mana 6.Perhatikan buku panduan terkait jarak alinea sub bab dengn sub sub bab	Revisi	
21 April 2021	yang harus diperbaiki: 1. ada salah ketik di kata pengantar 2>Nama negara awal kata huruf besar "Indonesia" 3.hal 3 referensi paling lama 10 tahun terakhir 2004 tidak bisa. 4.hal 7 dijelaskan apa posisi beni agus setiono sehingga layak dijadikan narasumber. 5.hal 8 ada kesalahan ketik. 6. perhatikan cara mengutip langsung dan tidak langsung tidak semua nama dituliskan. 7.tabel 2.2 no 2 dan 5 judul jangan huruf kapital semua ikuti standar penulisan 8 di latar belakang ada penekanan tetantang digital marketing tapi diteori tidak ada ditambahkan teori tentang digital marketing dan itu hal yang penting untuk bertahan di era covid . 9. hal 29 salah ketik untuk poin 3.5 10.kuesioner seleyaknya diadaptasi dengan kondisi covid sekarang biar lebih tepat. 2.	Revisi	
20 Mei 2021	Acc sempro	Disetujui	
04 Agustus 2021	1.penulisan abstrak disesuaikan dgn aturan 2.perhatikan hal 3 alinea pertama "pak darwin" jdkan kalimat tidak langsung 3..hal 66 kesimpulan diperbsiki penulisan 4.bab 5 knp ada point saran 4.1 disesuaikan dan perhatikan pemakaian huruf besar	Revisi	
13 Agustus 2021	Bimbingan ke 2 skripsi: 1.tabel 2.1 jangan terputus seperti itu. 2. 2.1.1 dst diletakkan di rata kiri sejajar dengan 2.1 3.3.1 disejajarkan dengan yg lain 4. halaman 36 spasi dirapatkan membedakan klo itu rumus 5.4.1 Jangan huruf beasar semua 6.Daftar pustaka disesuaikan dengan aturan	Revisi	
13 Agustus 2021	acc meja hijau	Disetujui	
12 Oktober 2021	1.cover diperhatikan letah tahun 2.Abstrak dipersingkat maksimal 120 kata 3 Tabel penelitian sebelumnya tabel pertama paragraf 1 saja 4.tabel 4.8- 4.9 dibuat center nilainya 5.Daftar pustaka dirapikan kembali	Disetujui	

Medan, 13 Oktober 2021
Dosen Pembimbing,



Pipit Buana Sari, SE, MM



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fakultas Ekonomi UNPAB, Jl. Jend. Gatot Subroto Km, 4,5 Medan Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : SERENA TASYA BR. KELIAT
 Tempat/Tgl. Lahir : BETENGAR / 26 Januari 2000
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100043
 Program Studi : Akuntansi
 Konsentrasi : Akuntansi Sektor Bisnis
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 127 SKS, IPK 3.37
 Nomor Hp : 081259011027

dan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

Judul

Analisis strategi bertahan UMKM di tengah masa pandemik covid-190

Halaman ini diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu



Rektor I,

(Cahyo Pramono, S.E., M.M.)

Medan, 20 November 2020

Pemohon,

(Serena Tasya Br. Keliat)

Tanggal :

Disahkan oleh :

Dekan

(Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM.)

Tanggal :

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I :

(Drs Nadjib, Ak., MM)

Tanggal :

Disetujui oleh :

Ka. Prodi Akuntansi

(Dr Rahima br Purba, SE., M.Si., Ak., CA.)

Tanggal : 23 Nov 2020

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing II :

(Pipit Buana Sari, SE, MM)

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : SERENA TASYA BR. KELIAT
NPM : 1715100043
Tanggal/Tgl. : BETENGAR / 2000-01-26
Alamat : DUSUN VIII
No HP : 081259011027
Nama Orang Tua : TUAHTA KELIAT/JUNI SRI ARTINA BR SINURAYA
Bidang : SOSIAL SAINS
Program Studi : Akuntansi
Judul : Analisis Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada UMKM Pabrik Tahu Di Kecamatan Selesai)

Dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Jika ada kesalahan data pada ijazah saya.

Sehingga surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.

Medan, 15 Agustus 2021
Surat Pernyataan



SERENA TASYA BR. KELIAT
1715100043

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa saurat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------



[blanket_cover]

Plagiarism Detector v. 1864 - Originality Report 8/16/2021 7:54:47 AM

Analyzed document: SERENA TASYA BR KELIAT_1715100043_AKUNTANSI.docx Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi_Licensed03

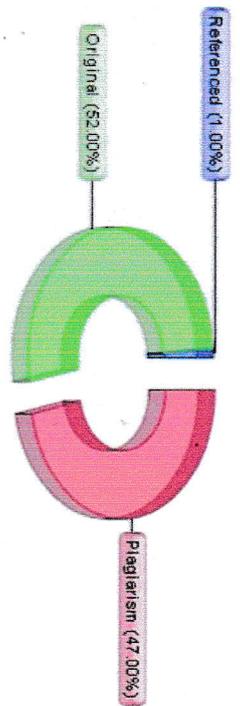
Comparison Preset: Rewrite Detected language:

Check type: Internet Check



Detailed document body analysis:

Relation chart:



Distribution graph:





YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

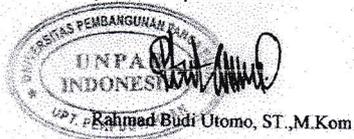
SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 284/PERP/BP/2021

Kepala Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan atas nama saudara/i:

Nama : SERENA TASYA BR. KELIAT
N.P.M. : 1715100043
Tingkat/Semester : Akhir
Fakultas : SOSIAL SAINS
Jurusan/Prodi : Akuntansi

Sahwasannya terhitung sejak tanggal 05 Agustus 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku sekaligus tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 05 Agustus 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan



No. Dokumen : FM-PERPUS-06-01
Revisi : 01
Tgl. Efektif : 04 Juni 2015



Meja Hijau 2021
**ANALISIS STRATEGI BERTAHAN UMKM
DITENGAH PANDEMIK COVID-19
(STUDI KASUS PADA UMKM PABRIK TAHU
DI KECAMATAN SELESAI)**

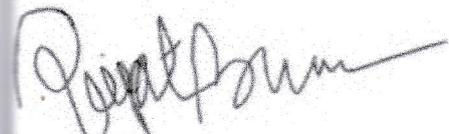


Doping I
s.Nadjib.,Ak.MM

SKRIPSI

Meja Hijau
30821

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Pancabudi



Doping II
Pipit Buana Sari.,SE.MM

Oleh

SERENA TASYA BR KELIAT
NPM: 1715100043

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI
MEDAN 2021**

Sempro, 20 Mei 2021
ring I

S. Majib, AK, MM.



ANALISIS STRATEGI BERTAHAN UMKM DITENGAH PANDEMIK COVID-19

sempro, 20 Mei 21
ring II

PROPOSAL

[Signature]

Buana Sari, SE MM

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Pancabudi

Oleh

SERENA TASYA BR KELIAT

NPM : 1715100043

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI
MEDAN 2020**

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 16 Agustus 2021
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SERENA TASYA BR. KELIAT
 Tempat/Tgl. Lahir : BETENGAR / 2000-01-26
 Nama Orang Tua : TUAHTA KELIAT
 N. P. M : 1715100043
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Akuntansi
 No. HP : 081259011027
 Alamat : DUSUN VIII

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Analisis Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada UMKM Pabrik Tahu Di Kecamatan Selesai)**, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
Total Biaya	: Rp.	2,750,000

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :

Hormat saya



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



SERENA TASYA BR. KELIAT
 1715100043

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

SURAT PERNYATAAN
PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Serena Tasya Br keliat
NPM : 1715100043
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Sektor Bisnis

menyatakan **benar** bahwa judul skripsi saya mengalami perubahan sesuai dengan arahan dari dosen pembimbing saya. Judul skripsi saya pertama yang telah disetujui adalah :
“ Analisis Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19

dan judul skripsi saat ini setelah diubah adalah :

“ Analisis Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19
(Studi Kasus Pada UMKM Pabrik Tahu Di Kecamatan Selesai)

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 26 Juli 2021

Dibuat oleh,

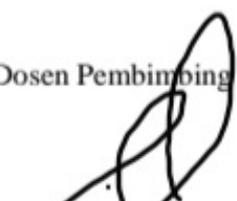


Serena Tasya Br Keliat

NPM. 1715100043

Diketahui oleh,

Dosen Pembimbing I



Drs. Nadji, AK., MM

Dosen Pembimbing II



Pigit Buana Sari, SE., MM

ABSTRAK

Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan caramenganalisis data yang diperoleh melalui proses observasi,wawancara, dan kuesioner. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan UMKM agar bisa tetap bertahan di tengah masa pandemik covid 19. Penelitian ini dilakukan pada Pabrik tahu yang ada di kec. Selesai kab. Langkat. Data yang di peroleh dari hasil wawancara dan kuisoner yang dibagian bahwa UMKM menerapkan strategi pengelolaan keuangan dengan empat indikator yang terdapat di dalamnya yang pertama yaitu indikator pengendalian sebesar 80%, dari hasil yang diperoleh bahwa UMKM telah menerapkan 80% pengendalian dimasa pandemik covid 19, ini dianggap sangat penting untuk di terapkan agar UMKM tetap bisa beroperasi dengan baik. Indikator pencatatan 77,77%, indikator pencatatan menduduki peringkat kedua dalam strategi pengelolaan keuangan, indikator pencatatan penting untuk diterapkan pada UMKM untuk melihat progresdalam proses produksi maupun penjualan yang dilakukan oleh UMKM. Selanjutnya indikator penggunaan anggaran 70%, sebagian besar dari UMKM tahu yang ada pada Kec. Selesai sudah menerapkan Indikator penggunaan anggaran mengingat bahwa pentingnya anggaran dalam memulai suatu usaha dan keberlangsungan jangka panjang untuk usaha tersebut. Dan indikator pelaporan sebesar 37%, Indikator pelaporan sangat minim di lakukan oleh pelaku UMKM di karenakan kurangnya pengetahuan dalam menyusun laporan keuangan sehingga para pelaku UMKM menganggap bahwa dalam melihat progres yang dialami oleh bisnis sudah cukup melalui pencatatan harian saja. Selain itu UMKM juga menerapkan strategi *digital marketing* sebesar 61%.

Kata kunci : UMKM, Pandemi, strategi bertahan

ABSTRACT

This research is in the form of descriptive qualitative research namely the research method carried out by analyzing the data obtained through the process of observation, interviews, and questionnaires. where this study aims to find out what strategies are carried out by UMKM in order to survive in the midst of the covid-19 pandemic. This research was conducted on tofu factories in the kec. Selesai kab. Langkat. The data obtained from the results of interviews and questionnaires were divided that UMKM implemented financial management strategies with four indicators contained in it, the first is the control indicators of 80%, from the results obtained that UMKM have implemented 80% control during the covid 19 pandemic, this is it is considered very important to apply so that UMKM can still operate well. The recording indicator is 77,77%, the recording indicator is ranked second in the financial management strategy, the recording indicator is important to be applied to UMKM to see progress in the production and sales process carried out by UMKM. Furthermore, the indicator of the use of the budget is 70%, most of the UMKM know what is in the kec. Selesai they have implemented the considering of the budget in starting a business and the long-term sustainability of the business. and reporting indicators are 37%. very minimal reporting indicators are carried out by UMKM actors due to a lack of knowledge in compiling financial reports so that UMKM actors assume that in seeing the progress experienced by businesses, it is enough just to record daily. In addition, UMKM also implement a digital marketing strategy of 61%..

Keywords : *UMKM, Pandemic, survival strategi*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiratan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul sebagai berikut “Analisis Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19.” Dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar stara satu (S-1) Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Pancabudi Medan (UNPAB).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi, penulis pasti akan kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan demikian penulis sangat berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua Bapak Tuahta Keliat dan Ibu Juni Sri Artina Br Sinuraya yang telah senantiasa memberikan dukungan, cinta, kasih sayang serta doanya sehingga dapat memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi. Penulis juga berterimakasih kepada saudara tersayang kakak Oky Br Keliat, Adik Ika Br Keliat, dan Adik Syafira Br Keliat yang sudah memberikan semangat dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Isa Indrawan, SE, MM selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi
2. Ibu Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi
3. Ibu Dr. Rahima Br Purba, SE., Msi, AK, CA selaku ketua Program Studi Akuntansi.
4. Bapak Drs. Nadjib., AK, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dalam membimbing, memberikan nasehat serta saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Pipit Buana Sari., SE., MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam membimbing, serta memberikan nasehat serta saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak selaku pemilik pabrik tahu di kecamatan selesai yang sudah memberikan kesempatan untuk saya menjalani penelitian dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh staf pengajar dan staf administrasi Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
8. Kepada semua teman-teman 2017 Program Studi Akuntansi yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, saya ucapkan terimakasih atas kebersamaannya selama perkuliahan ini. Semoga kita dapat meraih cita-cita kita masing-masing dan senantiasa dilindungi oleh-nya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis berharap adanya kritik sertasaran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi ilmu pengetahuan dan dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pembaca.

Medan, Januari 2021

SERENA TASYA BR KELIAT
NPM : 1715100043

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah Dan Batasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2 Manfaat penelitian	5
1.5 Keaslian penelitian	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Pandemi Covid 19	7
2.1.2. Pengertian UMKM.....	8
2.1.3. Pengertian Strategi	10
2.1.4. Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.5. Strategi Pemasaran	11
2.1.6. Pengelolaan Keuangan	14
2.1.7. Pengelolaan Keuangan UMKM	16
2.2. Penelitian Sebelumnya	22
2.3. Kerangka Pemikiran	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	29
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	29
3.2.2 Waktu Penelitian.....	29
3.3. Defenisi Oprasi dan Pengukuran variabel.....	30
3.4. Populasi dan Sampel.....	31
3.5. Teknik Pengumpulan data.....	31
3.6. Teknik Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil penelitian.....	36
4.1.1 Defenisi Tempat Penelitian	36

4.1.2 Visi Misi.....	37
4.1.3 proses produksi.....	37
4.1.4 karakteristik responden	40
4.2 Analisis Data	43
4.2.1 Analisis responden.....	43
4.2.2 Analisis Peritem Pernyataan Kuesioner	51
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
BIODATA	

DAFTAR TABEL

	Hal
TABEL 2.1 Kriteria UMKM	10
TABEL 2.2 Penelitian Sebelumnya	22
TABEL 3.1 Skedul Penelitian	30
TABEL 4.1 Data Pemilik UMKM	43
TABEL 4.2 Nilai Responden Indikator Penggunaan Anggaran.....	44
TABEL 4.3 Nilai Responden Indikator Pencatatan	46
TABEL 4.4 Nilai Responden Indikator Pelaporan	47
TABEL 4.5 Nilai Responden Indikator Pengendalian	49
TABEL 4.6 Nilai Responden Indikator Digital Marketing	50
TABEL 4.7 Jumlah Jawaban YA Pada Indikator Penggunaan Anggar	51
TABEL 4.8 Jumlah Jawaban YA Pada Indikator pencatatan.....	53
TABEL 4.9 Jumlah Jawaban YA Pada Indikator Pelaporan.....	55
TABEL 4.10 Jumlah Jawaban YA Pada Indikator Pengendalian.....	56
TABEL 4.11 Jumlah Jawaban YA Pada Indikator Digital Marketing.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Hal
GAMBAR 1.1	Data UMKM..... 1
GAMBAR2.1	Krangka Konseptual.....28
GAMBAR 4.1	Struktur Organisasi Pabrik Tahu.....39
GAMBAR 4.2	Diagram Alur Produksi.....42

BAB I

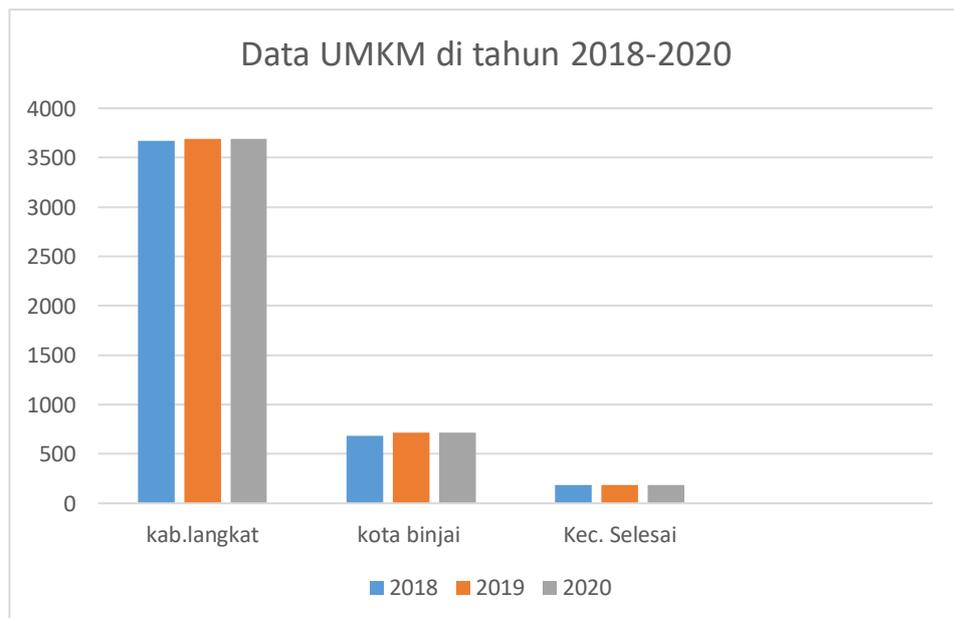
PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Masa pandemik yang sedang terjadi di seluruh dunia sangatlah berdampak kepada berbagai sektor terutama di bidang prekonomian. “Berdasarkan data terbaru per tanggal 24 desember 2020 sudah terdapat 87.225.457 kasus covid19 di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri sudah terdapat 788.402 kasus covid19” (covid19.go.id).

Di Indonesia covid-19 memiliki dampak yang signifikan terhadap perdagangan, pariwisata, industri termasuk pelaku Usaha mikro Kecil Menengah (UMKM). Dampak tersebut sudah dapat dilihat secara langsung dengan banyaknya perusahaan maupun usaha kecil yang di tutup begitu juga dengan pegawai perusahaan yang di PHK dan perkembangan UMKM baik di kota, kabupaten, dan kecamatan. Berikut data UMKM mulai dari tahun 2018 ;

Gambar 1.1
Data UMKM



Sumber: BPS kab.Langkat

Dari diagram di atas kita dapat menyimpulkan bahwa di tahun 2018 ke 2019 masih ada peningkatan pada UMKM sebesar 5% tetapi pada tahun 2019 ke 2020 sama sekali tidak ada pergerakan peningkatan pada UMKM ini diakibatkan oleh munculnya pandemik covid 19 yang melanda indonesia di awal tahun 2019.

Pada saat ekonomi terpuruk akibat virus covid19, pelaku bisnis harus benar-benar teliti dalam pengambilan keputusan. Di perlukan strategi yang tepat demi kelangsungan UMKM. Menurut Gusti (2011) masalah yang sering terjadi pada UMKM terdapat pada teknologi, sumber daya manusia, permodalan, organisasi dan pengelolaan keuangannya. maka dari itu pelaku UMKM harus lebih teliti dalam penerapan teknologi dan pengelolaan keuangan, mengingat bahwa pentingnya pengelolaan keuangan untuk di terapkan dalam UMKM. Menurut Ediraras (2010) “UMKM yang dapat mengelola keuangannya dengan transparan dan akurat maka akan memberikan dampak positif bagi UMKM itu sendiri, dampak positif dari pengelolaan keuangan yaitu dapat digunakan untuk keberlangsungan jangka panjang bagi UMKM itu sendiri”.

Selain itu di tengah kondisi pandemik covid19 ini UMKM di tuntut untuk bisa menjalankan bisnis menggunakan *digital marketing*. *Digital Marketing* membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi (Prabowo,2018).

Hasil penelitian (Hendrawan et al., 2019) menyatakan bahwa “*digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM”. Selain itu Pembisnis juga harus bisa memanfaatkan media sosial dalam menjangkau konsumen dengan begitu pembisnis bisa menekan harga promosi. Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan sosial media

(jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama Pak Darwin selaku pemilik salah satu dari pabrik tahu di Kecamatan Selesai. Beliau menegaskan bahwa ada tiga macam UMKM yang mampu bertahan di tengah pandemik covid-19. Diantaranya yaitu UMKM yang mampu terhubung ke digital marketing dan melakukan inovasi produk serta dapat menjaga kestabilan dalam keuangannya. Namun sayangnya masih banyak pelaku UMKM yang belum terhubung dengan digital marketing. Pak Darwin menjelaskan daya beli masyarakat jeblok akibat pandemik covid-19, hal ini yang membuat tingkat permintaan menjadi menurun sehingga membuat keuangan menjadi tidak stabil, bahkan sampai akses permodalan menjadi terbatas akibat perputaran dana yang tidak stabil.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan UMKM yang diterapkan guna bertahan ditengah pandemik covid 19 ini. penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pengelolaan keuangan apa saja yang dilakukan untuk keberlangsungan UMKM.

Penelitian ini dilakukan untuk membantu UMKM dalam menjawab strategi apa yang harus mereka lakukan untuk tetap bisa bertahan ditengan pandemik covid19 yang melanda dunia. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang harus dilakukan pelaku UMKM agar dapat tetap bertahan diperubahan iklim bisnis terutama pada saat pandemik covid19.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi yang menjadi pokok permasalahan adalah terdapat strategi yang kurang efektif dan efisien yang dapat mengancam ataupun menghambat perjalanan bisnis.

1.3. Batasan masalah dan rumusan masalah

1.3.1 Batasan masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini hanya pada Analisis strategi bertahan pada UMKM kec. selasai di tengah pandemik covid19 untuk mengetahui strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang harus dilakukan UMKM di tengah pandemik covid19.

1.3.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan agar dapat bertahan di tengah pandemik covid19?
2. Bagaimana pengelolaan keuangan yang dilakukan agar bisa mempertahankan bisnis di tengah pandemik covid19?

1.4. Tujuan penelitian dan manfaat penelitian

1.4.1 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk ;

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang harus dilakukan di tengah pandemik covid19 agar bisnis dapat tetap bertahan.
2. Untuk mengetahui pengelolaan keuangan yang harus dilakukan dalam mempertahankan bisnis ditengah pandemik covid19.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka adapun manfaat dari penelitian ini yaitu,

1. Bagi penulis ; untuk mengetahui strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang harus dilakukan di tengah pandemik covid19..
2. Bagi UMKM ; sebagai masukan untuk UMKM dalam penerapan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan di tengah masa pandemik covid19.
3. Bagi penulis selanjutnya ; sebagai informasi ataupun penambahan pengetahuan bagi penulis selanjutnya dalam mengembangkan ilmu akuntansi khususnya pada topik strategi bertahan UMKM.

1.5. Keaslian penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Gregorius Rio Alfian dan Endang Fitaloka (2020) yang berjudul ;“Strategi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia”. Sedangkan penelitian ini berjudul “ Analisis strategi bertahan UMKM di tengah pandemik covid19”.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yang terletak pada;

1. Metode penelitian

Pada penelitian terdahulu menggunakan metode studi literatur. Penelitian ini menggunakan metode observasi, kuesiner, dan wawancara.

2. Jumlah observasi dan sampel

Penelitian terdahulu menggunakan 10 penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan 4 pabrik sebagai sampel.

3. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian terdahulu di Tangerang Selatan. Penelitian ini di lakukan pada UMKM Pabrik pembuatan tahu di Kecamatan Selesai.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Menurut Kementrian Koprasi dan UKM Arief Rahman Hakim, yang dihimpun melalui wawancara dalam e-magazine menyebutkan bahwa gigitalisasi UMKM menjadi salah satu startegi yang diambil untuk meningkatkan performa UMKM yang telah sekaligus menggenjot permintaan yang menurut saat ini. Digitalisasi UMKM ini ditunjukkan untuk menghubungkan UMKM ke sarana pemasaran dan permodalan secara daring sehingga aktivitas usaha UMKM tetap dapat terus berjalan di tengah perubahan aktivitas sosial masyarakat akibat pandemik. Kemenkop UKM telah mempersiapkan pelaku UMKM untuk dapat beradaptasi dengan teknologi melalui berbagai pelatihan daring yang tersedia di web www.edukukm.id.

Dari penelitian Hardiwali (2020) tentang strategi bertahan UMKM di tengah pabdemik covid-19 memperoleh hasil temuan berdasarkan observasi, tidak semua UMKM merasakan penurunan omset penjualan dan harus menutup usahanya ada UMKM yang masih stabil dan mengalami penigkatan omzet penjualannya karena mereka melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi peasaran untuk bertahan. Ada beberapa hal yang dapat disesuaikan oleh UMKM termasuk memilih membuka lini produk baru atau memperbaharui sistem pemasarannya, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap berubahan lingkungan mereka. Adapun beberapa yang bisa dilakukan oleh UMKM seperti memanfaatkan penjualan e-commerece, peningkatan kualitas, digital

marketing, dan memaksimalkan penjualan mereka dengan tetap mengikuti protokol yang ada selama masa pandemik. Berikut ini data UMKM kota binjai di tahu 2020

2.1.1. Pandemi Covid19

Pada awal tahun 2020 ditemukan sebuah wabah virus baru yang bermula dari wuhan yang kemudian menyebar dengan cepat ke lebih dari 190 negara yang ada di dunia termasuk Indonesia. Wabah virus ini diberi nama *coronavirus disease 2019* atau Covid19. Menyikapi kasus ini maka berbagai kebijakan mulai dimunculkan seperti penerapan *work from home*, *social distancing*, pembatasan sosial bersekala besar (PSBB), hingga sampai pada kondisi *new normal*.

Menurut *World Health Organization (WHO) Coronaviruses (COV)* adalah sebuah virus yang mengidentifikasi system pernafasan. Infeksi virus ini disebut COVID 19. Virus corona menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV). Virus corona adalah *zoonotic* yang artinya ditularkan antara hewan manusia. Virus ini di tularkan melalui alat pernafasan manusia. Sehingga menyebabkan mudahnya penularan/ penyebaran virus ini.

Menurut Vivi (2020) Virus Covid-19 menyerang pada system pernafasan manusia. Penyakit ini dapat menular dari manusia ke manusia lain. Melalui bersin, batuk atau percikan yang keluar dari rongga mulut dan hidung. Ketika percikan itu menempel kesuatu benda, dan banyak orang yang memegang benda tersebut, lalu tangan yang memegang benda tersebut digunakan untuk makan atau memegang hidung dan mulut, maka virus tersebut akan menyerang orang-orang yang memegang benda tersebut, sehingga menyebabkan mudah dan semakin banyak terkena virus tersebut. .

Menurut Arika Fatmawati (2020) dampak virus corona telah berimbas pada semua sektor terutama sektor ekonomi. Bank dunia menilai pertumbuhan ekonomi Indonesia akan mengalami kenaikan dengan rata-rata pertumbuhan 5,4 persen pada 2021 sampai 2022 mendatang. Bank Indonesia (BI) telah memproyeksikan pertumbuhan ekonomi Indonesia akan kembali meningkat ke kisaran 5,2 persen sampai 5,6 persen Komite Stabilitas Sektor Keuangan (KSSK) mempertimbangkan pertumbuhan ekonomi Indonesia akan tertekan di level 2,3 persen dalam kemungkinan terburuknya mencapai negatif 0,4 persen.

Menurut hasil penelitian Beni Agus Setiono (2020). Pandemi Covid 19 memiliki dampak besar pada keberlangsungan bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil survei, sebanyak 90% pelaku UMKM mengaku sudah mengalami dampak negatif covid19 terhadap proses bisnisnya. Sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Tak hanya itu, 51% pelaku UMKM menyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan satu bulan hingga tiga bulan ke depan. Sebanyak 67% pelaku UMKM mengalami ketidakpastian dalam memperoleh akses dana darurat dan 75% merasa tidak mengerti bagaimana membuat kebijakan di masa krisis. Sementara, hanya 13% pelaku UMKM yakni mereka memiliki rencana penanganan krisis dan menemukan solusi untuk mempertahankan bisnis mereka.

2.1.2. Pengertian UMKM

Menurut Tambunan (2017) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh orang perorangan ataupun badan usaha yang tidak termasuk bagian dari anak perusahaan atau anak cabangnya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM terdiri dari;

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana di atur didalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai mana di atur dalam Undang-Undang ini.

Tabel 2.1
Kriteria UMKM

Kriteria			
No.	Keterangan	Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks. Rp 50 juta	Maks. Rp 300 juta
2	Usaha Kecil	>Rp 50 juta – Rp 500 juta	>Rp 500 juta – Rp 2,5 milyar
3	Usaha Menengah	>Rp 500 juta – Rp 10 milyar	>Rp 2,5 milyar – Rp 50 milyar

Sumber ; UU RI No. 28 Tentang UMKM

2.1.3 Pengertian Strategi

Strategi merupakan sebuah proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara ataupun upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Menurut KBBI strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.

Menurut Jauch Gleuck (2015) strategi adalah rencana yang disatukan, meyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk mmastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Sedangkan menurut Ismail (2012) strategi merupakan proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategi perusahaann dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang, hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Menurut David (2011) “strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Jadi strategi merupakan deklarasi maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan, dan memperhatikan alokasi sumberdaya perusahaan yang penting untuk jangka panjang dan mencocokkan sumberdaya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal. Strategi merupakan perspektif, dimana isu krisis atau faktor keberhasilan dapat dibicarakan, serta keputusan strategik bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta jangka panjang kepada perilaku dan keberhasilan organisasi.

2.1.4 Pengertian Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata pasar atau dapat diartikan sebagai konteks tradisional “tempat berjualan”. Menurut Kotler pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana suatu individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran produk dengan nilai satu sama lain. Sedangkan menurut *America Marketing Association (AMA)* yang banyak diacu oleh seluruh dunia, mengatakan bahwa pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen untuk mengelola hubungan dengan cara yang menguntungkan organisasi.

2.1.5 Strategi pemasaran

Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah

harganya, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya. Menurut wiliam J, Santoso “pemasaran adalah istilah yang dipakai untuk menjelaskan komunikasi empat besar pembentuk inti sistem pemasaran sebuah organisasi. Kempat unsur tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi”.

Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari pemasaran (*Marketing Mix*) antara lain:

a. Produk (*product*)

Pada dasarnya konsumen membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, dengan kata lain seseorang membeli suatu barang atau jasa bukan karena fisiknya semata. Oleh karena jenis manfaat dan tingkat kepuasan setiap konsumen berbeda beda maka seorang pengusaha yang menginginkan usahanya berkembang dan bertahan harus bisa kreatif dan dinamis serta dapat menemukan imajinasi yang baru untuk perkembangan produk mereka sehingga produk tersebut dapat berkembang.

Menurut Philip Kotler dan Kevin L.Keller bahwa produk merupakan segala sesuatu yang bisa di tawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk saling berhubungan dengan pemasaran karena produk merupakan titik sentral dari kegiatan marketing.

b. Harga (*price*)

Harga adalah jumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga juga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix, penentuan harga menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan karena harga menjadi salah satu faktor laku tidaknya produk yang akan di jual. Salah terhadap penempatan harga akan

berakibat terhadap tidak lakunya produk yang akan di jual di pasar. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut ;

1. Untuk bertahan hidup

Dalam hal ini tujuan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk yang di tawarkan laku dan bisa di beli oleh semua kalangan dengan catatan harga murah tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2. Untuk memaksimalkan laba

Tujuannya dengan penjualan yang meningkat sehingga dapat meningkatkan laba, penentuannya biasa dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3. Untuk memperbesar *marketshare*

Dengan penentuan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan yang meningkat dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

- c. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan kegiatan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengetahui dan tertarik akan produk yang di tawarkan oleh perusahaan. Kegiatan promosi biasanya dilakukan untuk seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa adanya promosi maka pelanggan tidak akan mengetahui produk yang akan ditawarkan. Maka dari itu promosi adalah langkah yang tepat untuk menarik pelanggan dan mempertahankannya. Tiga saran promosi utama menurut Kotler dan Asmtrong adalah sebagai berikut:

1. Promosi penjualan

Agar konsumen tertarik membeli produk yang ditawarkan maka perlu dilakukan promosi yang menarik seperti pemberian harga khusus atau discount ununtuk hari tertentu.

2. Penjualan personal

Presentasi pribadi oleh salesmen ataupun salesgril perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen.

3. Pemasaran langsung

Hubungan langsung dengan konsumen individu yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan

d. Tempat (*place*)

Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran *place* menuju pada menyediakan produk tersebut pada sebuah tempat yang nyaman bagi pelanggan. *place* hampir sama dengan distribusi, penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini dilakukan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada.

2.1.6 Digital Marketing

Apabila pandemik COVID-19 yang dialami Indonesia sangat menurunkan omzet penjualan UMKM. Berkurangnya jumlah konsumen di beberapa industri menurut pelaku UMKM untuk mampu memasarkan produknya dengan sebaik-baiknya serta kreatif dan inovatif. Pada saat terjadi pandemik COVID-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis, dan salah satu upaya untuk membuat produk yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan *digital marketing*. Di era digital yang berkembang pesat saat ini tidak bisa dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus bisa memaksimalkan manfaat perkembangan digital.

Pemasaran digital adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaringan sosial.

Menurut Dave Chaffey, *digital marketing* merupakan penerapan teknologi *digital* yang membentuk saluran online (*channel online*) ke pasar (website, email, yootobe, instagram, fecebook, dan jejaringan sosial lainnya) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Selain itu mengembangkan pendekatan yang terancam untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen (terhadap perusahaan, perilaku, nilai dan tingkat loyalitas terhadap produknya), kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dengan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu atau pelanggan yang spesifik. Jadi kesimpulannya bahwa *digital marketing* adalah mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital, khususnya internet.

Peserta UMKM dapat melakukan berbagai bentuk *digital marketing* untuk pemasaran produk, seperti dibawah ini:

1. Publikasikan vidio dan foto produk dalam jumlah besar di akun media sosial.
2. Menggunakan iklan *Facebook, Instagram, Twitter, Google Disply Network*, dll, dapat dengan mudah diakses melalui media sosial dan dapat menarik konsumen sesuai dengan standart yang telah kita tentukan sebelumnya.
3. Membiarkan konsumen berpartisipasi dalam pemilihan produk, melakukan edukasi mendalam dan pengenalan kualitas produk di akun media sosial, serta menggunakan kata dan tag yang kreatif agar konsumen lebih mudah menemukannya. Dengan cara ini akan terbentuk brand awareness dan dapat mempengaruhi keputusan pembeli.

Dalam melakukan digital marketing, para pelaku UMKM dituntut untuk selalu terbuka dan berpikir terbuka tentang teknologi yang terus berkembang. Tentunya *digital marketing* juga mempertimbangkan pengguna media yang sesuai dengan metode komunikasi yang tepat yang disesuaikan dengan segmen pasar atau pangsa pasar yang dipilih. Dengan cara ini pemasaran akan lebih efektif dan tidak ada kesalahan. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan selama pandemik COVID-19, konsumen lebih berhati-hati saat menggunakan barang dan jasa, dan kepercayaan konsumen terhadap barang dan jasa yang dijual oleh peserta komersial telah menurun. Maka dari itu selama pandemik ini, kepercayaan konsumen menjadi faktor penting dalam kelangsungan bisnis.

2.1.7 Pengelolaan keuangan (manajemen keuangan)

1. Pengertian pengelolaan keuangan (manajemen keuangan)

Menurut Handoko (2011) manajemen atau pengelolaan adalah pekerjaan secara berkelompok untuk menentukan, menginterpretasikan sehingga mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan dan kepemimpinan serta pengawasan.

Sedangkan menurut Hasibuan (2014) menjelaskan bahwa manajemen adalah suatu ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Manajemen keuangan (pengelolaan keuangan) menurut Kasmir (2010) adalah seluruh aktivitas yang berhubungan dengan pendanaan, pengelolaan, dan perolehan aktiva dengan beberapa tujuan yang menyeluruh. Menurut Hartati (2013) semua proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan laba perusahaan

dengan meminimalkan biaya, selain itu dalam penggunaan dan pengalokasian dana yang efisien dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

2. Fungsi pengelolaan keuangan (manajemen keuangan)

Menurut Hartati (2013) menjelaskan bahwa fungsi dari manajemen keuangan (pengelolaan keuangan) adalah :

1. Kegiatan mencari dana (*obtain of fund*) yang di tunjuk untuk keputusan investasi yang menghasilkan laba.
2. Kegiatan mengalokasikan dana (*allocation of fund*), kegiatan ini ditunjuk untuk mengelola penggunaan dana dalam kegiatan perusahaan.

Berbeda dengan Mishkin dan Kasmir (2010) yang membagi fungsi manajemen keuangan (pengelolaan keuangan) menjadi 4 fungsi, yaitu:

a. Meramalkan dan merencanakan keuangan

Kegiatan meramalkan kondisi yang akan terjadi di masa yang akan datang untuk melihat dampak atau tidak terdampak terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Setelah peramalan maka akan disusun perencanaan pengelolaan keuangan.

b. Keputusan permodalan, investasi dan pertumbuhan

Manajemen keuangan berfungsi untuk menghimpun dana yang dibutuhkan, baik jangka pendek maupun jangka panjang (investasi), serta dapat menentukan pertumbuhan perusahaan dalam penjualan.

c. Melakukan pengendalian

Pungsi manajemen keuangan sebagai pengendalian (*controller*) dalam operasi perusahaan, sehingga perusahaan dapat berjalan secara efisien, sesuai dengan perencanaan yang telah di buat.

d. Hubungan dengan pasar modal

Manajemen keuangan digunakan untuk sebagai penghubung perusahaan dengan pasar modal, sehingga perusahaan dapat mencari berbagai alternatif sumber dana atau modal.

3. Tujuan pengelolaan keuangan (manajemen keuangan)

Tujuan dilakukannya engelolaan keuangan (manajemen keuangan) untuk mencapai efisiensi dan efektivitas keuangan. Pengelolaan keuangan yang efisien berarti dapat dilihat dari kemampuan utntuk bisa memaksimalkan *input* dan *output*, dalam keuangan berarti pemasukan dan pengeluaran uang. Menurut hasil penelitian Agustinus (2014) pengelolaan keuangan yang efektif berarti sampai sejauh mana perusahaan mencapai tujuan yang telaha ditargetkan oleh perusahaan. Dengan melaksanakan semua program dengan tepat dan penggunaan keuangan yang tepat juga maka akan tercapai pengelolaa keuangan yang efektif dan efisien.

4. Proses pengelolaan keuangan (manajemen keuangan)

Meneur Kuswandi analisis keuangan merupakan fondasi keuangan, dapat memberikan gambaran kesehatan keuangan perusahaan baik saat ini maupun dimasa lalu, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bagi para menejer perusahaan. Terdapat empat kerangka dasar pengelolaan:

a. Perencanaan

Perencanaa merupakan kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Kuswadi “kegiatan perencanaan keuangan, salah satunya adalah menyusun sasaran keuangan tahunan dan jangka panjang serta anggaran keuangan”. Penyusunan anggaran merupakan proses untuk membantu melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian yang efektif. Menurut (Andisaputro, Anggraini, 2011)

“anggaran merupakan suatu rencana yang dibuat oleh perusahaan dan dinyatakan dalam bentuk moneter, anggaran sebagai alat pencapaian tujuan perusahaan yaitu dalam rangka dalam memperoleh laba”. Jenis-jenis anggaran penganggaran komprehensif adalah:

1. Anggran produksi
2. Anggran penjualan
3. Anggaran modal
4. Anggran laba

b. Pencatatan

Merupakan kegiatan pencatatan keuangan yang telah terjadi, penulisannya secara kronologis dan sistematis. Pencatatan sendiri dilakukan sebagai penanda bahwa telah terjadinya transaksi yang terjadi pada periode yang ditentukan oleh organisasi. Penyusunan pencatatan dilakukan mulai dari pengumpulan dokumen yang mendukung terjadinya transaksi. Contohnya nota, kuitansi, faktur, dll. Langkah selanjutnya menulis transaksi dalam jurnal, lalu di posting ke dalam buku besar. Jenis-jenis catatan adalah jurnal, buku besar, *worksheet*.

c. Pelaporan

Pelaporan merupakan langkah selanjutnya setelah selesai memosting ke buku besar, dan buku besar pembantu. Postingan dalam buku besar dan buku besar pembantu akan ditutup pada akhir bulan, setelah itu akan dipindahkan ke ikhtisar pelaporan keuangan sebagai dasar penyusunan laporan keuangan. Jenis-jenis laporan keuangan ada laporan arus kas, laporan laba rugi, laporan posisi keuangan.

d. Pengendalian

Pengendalian merupakan proses mengukur dan mengevaluasi kinerja aktual dari setiap bagian organisasi, apabila diperlukan akan dilakukan perbaikan.

Pengendalian dilakukan untuk menjamin bahwa perusahaan atau organisasi mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jenis-jenis pengendalian adalah pengendalian awal, pengendalian berjalan, dan pengendalian umpan balik.

2.1.8 Pengelolaan keuangan UMKM

1. Pengertian pengelolaan keuangan bagi UMKM

Menurut Dewi Utari (2014) manajemen keuangan ataupun pengelolaan keuangan adalah merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengendalikan pencarian dana dengan biaya yang serendah-rendahnya dan menggunakannya secara efektif dan efisien untuk kegiatan operasi organisasi. Manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan usaha, pengelolaan kas dan pengendalian kegiatan keuangan. Manajemen keuangan ini dilakukan untuk mengatur keuangan dalam usaha yang berukuran kecil, mulai dari pendanaan, manajemen kas, dan kebutuhan untuk pengembangan usahanya.

Kebutuhan internal perusahaan akan laporan keuangan sebagai evaluasi kinerja, untuk membantu pengambilan keputusan, sebagai syarat pengajuan kredit ke bank atau kreditor, sedangkan kebutuhan eksternal sebagai pertanggung jawaban perusahaan terhadap calon atau investor/kreditor, pertanggung jawaban kepada masyarakat.

2. Saran pengelolaan keuangan UMKM

Dikutip dari website berdesa.com pengelolaan berguna sebagai pengendalian dalam membelanjakan uang, maka akan menghasilkan keuntungan, sehingga mampu untuk membiayai usaha. Pengelolaan keuangan ini perlu diterapkan oleh pelaku dalam UMKM diharapkan nantinya akan mengurangi risiko kerugian usaha. Berikut saran dalam pengelolaan keuangan untuk UMKM:

a. Memisahkan uang milik pribadi dan uang usaha

Kesalahan yang sering terjadi dan paling sering dilakukan oleh pelaku UMKM adalah mencampur aung usaha dengan uang pribadi. Risiko apabila tidak ada pemisahan antara uang usaha dengan uang pribadi adalah penggunaan uang pribadi yang berlebihan.

b. Membuat perencanaan pembelanjaan uang.

Rencana penggunaan uang dengan sebaik mungkin. Jangan pernah mempergunakan uang tanpa rencana yang jelas, karena ada kemungkinan menemui keadaan kekurangan dana bila tidak ada perencanaan yang jelas. Menyesuaikan rencana pengeluaran dengan target pencapaian. Lakukan analisis *cost and benefit* untuk memastikan bahwa pengeluaran yang dilakukan memberikan keuntungan yang jelas sehingga pengeluaran yang dilakukan tidak sia-sia.

c. Membuat buku catatan

Ingat setiap orang tidak selalu kuat dan bahkan sangat terbatas, maka mengelola keuangan sebuah usaha haruslah dengan catatan yang lengkap. Jika memungkinkan dapat menggunakan sistem komputer untuk memudahkan proses pencatatan.

d. Menghitung keuntungan dengan benar

Menghitung keuntungan dengan tepat sama pentingnya dengan menghasilkan keuntungan itu sendiri. Bagian terpenting dalam menghitung keuntungan adalah dalam biaya-biaya.

e. Memutar kas

Manajemen keuangan juga meliputi bagaimana untuk mengelola hutang, piutang dan persediaan. Pemutaran kas melambat jika anda menyimpan persediaan barang dagang.

f. Melakukan pengendalian terhadap harta, utang, dan modal

Lakukan pemeriksaan persediaan yang ada di gudang secara berkala dan memastikan semuanya dalam keadaan lengkap dan baik-baik saja. Hal yang sama juga perlu dilakukan terhadap piutang-piutang kepada pembeli serta tagihantagihan dari supplier.

g. Menyisihkan keuntungan untuk penggunaan usaha

Menikmati keuntungan dari usaha tentu saja adalah hal yang wajar, namun sisihkan sebagian keuntungan yang anda miliki untuk mengembangkan usaha, atau untuk menjaga kelangsungan usaha. Semakin besar usaha maka semakin kompleks pula cara pengelolaan keuangannya. UMKM yang sudah memiliki kreditor dan investormaka semakin tinggi pula tuntutan untuk memiliki catatan keuangan yang baik.

2.2 Penelitian sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya penulis gunakan sebagai rujukan dalam penelitian ini. Tujuannya agar penulis mendapat pemahaman tentang tahapan penelitian, tahapan menganalisis data, dan mengambil kesimpulan. Beberapa penelitian sebelumnya tersebut ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 2.2. Penelitian sebelumnya

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Variabel x	Variabel y	Metode analisi	Kesimpulan
1.	Wan Laura Hardilawati (2020)	Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19	Corona Virus	Dampak pada UMKM	Kualitatif	Ada beberapa bentuk pemasaran digital yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat melakukan

		<i>The Survival Strategy Of Smes During The Covid19 Pandemic</i>				<p>pemasaran produk adalah sebagai berikut :</p> <p>(1) Publikasi video dan foto produk di akun sosial media secara intensif.</p> <p>(2) Memanfaatkan facebook ads, instagram ads, twitter ads, google display network (3) Membuat video produk pemasaran (4) Melibatkan konsumen didalam pemilihan produk,</p>
2.	Gregorius Rio Alfrian 1) , Endang Pitaloka 2) (2020)	Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia	Corona Virus	Digital Marketing	Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur.	<p>1. Mempelajari tentang <i>digital marketing</i> seperti membuat media promosi melalui media sosial</p> <p>2. Memperkuat Sumber daya manusia dengan cara menanamkan pembelajaran mengenai era globalisasi dan teknologi</p> <p>3. Inovasi kreatif untuk membuat konsumen tertarik membeli suatu produk pada masa pandemi</p> <p>4. Meningkatkan pelayanan kepada</p>

						<p>konsumen dengan lebih detail dan menjamin keberhasilan dan keamanan produk.</p> <p>5. Kebijakan pemerintah terhadap UMKM/ bantuan dari pemerintah seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dan agar UMKM tetap berjalan.</p>
3.	Efandri Agustian ^{1*} , Indah Mutiara ² , A. Rozi ³ (2020)	Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota	Strategi pemasaran	Daya saing	kuantitatif	<p>Hasil Analisis Data SWOT pada UMKM Kota Jambi berdasarkan tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:</p> <p>Kondisi Internal yang bernilai 4,00 untuk faktor kekuatan dan faktor kelemahan 2,66, sedangkan kondisi Eksternal yang bernilai 4,00 untuk faktor Peluang dan untuk faktor Ancaman 2,67.</p> <p>Hasil Analisis SWOT menunjukkan bahwa rata-rata pelaku UMKM Kota Jambi berada pada Kuadran I, hal tersebut merupakan situasi yang</p>

						sangat menguntungkan dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang sangat baik.
4.	1Muhammad Sabiq Hilal Al Falih, 2 Reza Muhammad Rizqi, 3Nova Aditya Ananda	Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Madu Hutan Lestari Sumbawa	Pengelolaan keuangan dan pengembangan	Pecatatan	Kualitatif	Perilaku manajemen keuangan yang diterapkan oleh UMKM masih sangat sederhana yakni hanya ada pencatatan uang masuk dan uang keluar dan masih belum menggunakan kaidahkaidah pencatatan arus kas yang baik dan benar, sedangkan bila dilihat dari aspek keuangannya pemilik sudah mengetahui apa itu manajemen kredit dan perilaku penyimpanan dana untuk keadaan yang terduga.
5.	Ika Fitriyani 1*, Nining Sudiyarti 2, M. Nur Fietroh 3 (2020)	Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid 19	Corona Virus	PSBB	kualitatif	Dalam mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan UMKM pasca pandemi Covid-19 diperlukan pencapaian strategi yang matang dan memberikan hasil yang baik pada penguatan manajemen

						<p>bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Optimisme pelaku usaha untuk bangkit kembali melanjutkan dan meningkatkan usaha mereka dari strategi manajemen bisnis. Salah satu cara strategi yang diterapkanyaitui mpleme ntasistrategi5Ps yaituposition, plan, perspective, project, dan prepare sebagai upaya untuk mampu menciptakan eksistensi bisnis usaha yang lebih efisien dan efektif. Tak kalah pentingnya adalah pelaku UMKM dituntut untuk memiliki manajemen pengetahuan yang baik dan absirptive capacity untuk meningkat kinerja bisnisnya.</p>
--	--	--	--	--	--	--

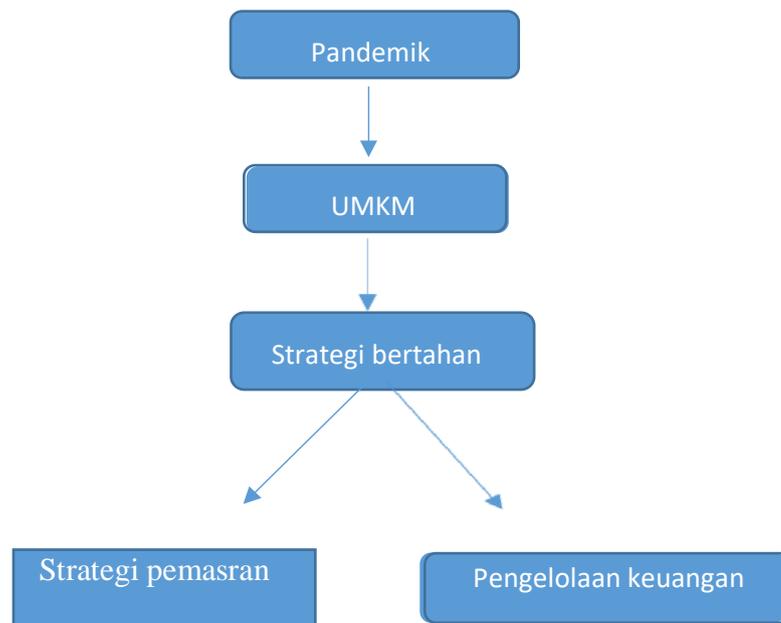
Sumber: Data yang Diolah Peneliti (2021)

2.3 Kerangka berpikir

Strategi pemasaran dilakukan agar UMKM dapat bersaing dan bertahan di tengah pandemik covid 19 yang di mulai dari strategi produk dimana UMKM di tuntut untuk bisa menciptakan inovasi-inovasi baru dengan harga yang tetap terjangkau sehingga semua kalangan konsumen dapat memproduksinya, begitu juga dengan promosi yang perlu dilakukan untuk mengatasi masa pendemik seperti saat ini dengan tetap menjaga kebersihan serta jangkauan dalam posisi tempat usaha yang bisa di jangkau oleh konsumen. Selain itu persaingan di dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien, sehingga salah satu strategi yang efektif dalam menjangkau konsumen yakni *Digital marketing* (pemasaran digital). Ini merupakan satu elemen penting yang dibutuhkan dalam UMKM saat ini.

Pengelolaan keuangan dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh pendapatan maksimal dengan mengalokasikan dana yang dimiliki perusahaan secara efisien. Pengalokasian dana dapat dilakukan dengan cara membuat perencanaan, yaitu dengan menggunakan anggaran. Pelaksanaan dari rencana akan dicatat dan disusun menjadi laporan yang dapat digunakan sebagai alat evaluasi manajer. Pengendalian dilakukan untuk mengendalikan manajer dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan perencanaan yang telah di buat. Gambar kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar 2,1. Penelitian ini dilakukan untuk melihat strategi bertahan UMKM di tengah pandemik covid 19 terkhusus pada bagian *digital marketing* dan pengelolaan keuangan pabrik pembuatan tahu di kecamatan selesai. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai evaluasi dan dapat menjadi masukan bagi UMKM baik di dalam pemasaran maupun pada pengelolaan keuangan usahanya.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kualitatif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus. Pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan strategi bertahan UMKM di tengah pandemik covid 19. Melalui pendekatan kualitatif ini dapat terjadi pelibatan secara langsung dengan objek penelitian

3.2. Tempat dan waktu penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beralamat di Jl. Binjai Kuala No.50 Kec. Selesai Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatra Utara, Indonesia.

2. Waktu penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan dimulai pada bulan Maret 2021 sampai selesai. Perencanaan tahapan pelaksanaan penelitian ditampilkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skedul Penelitian

No	Aktivitas	2020	2021						
		Des	Jan	Feb s /d April	Mei s/d Juni	Juli s/d Agst	Sep		
1	Riset awal/pengajuan Judul	■							
2	Penyusunan proposal		■						
3	Bimbingan proposal			■					
4	Seminar proposal					■			
5	Perbaikan Acc Proposal						■		
6	Pengelolaan data						■		
7	Penyusunan skripsi						■	■	
8	Bimbingan skripsi						■	■	
9	Sidang meja hijau								■

Sumber : Oleh Penulis (2021)

3.3. Defenisi Operasional dan pengukuran variabel

Menurut Sugiyono (2017) “variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan. Variabel dalam peneltian ini adalah strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan. Pemasaran adalah suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

Menurut Sedjati (2018) pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen dimana kegiatan tersebut ditunjukkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran. Sedangkan Indikator pengelolaan keuangan UMKM yang digunakan menurut Kuswandi adalah “indikator penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan dan pengendalian. Indikator-indikator tersebut di ukur dengan menggunakan skala nominal”.

Menurut Irianto (2015) skala nominal adalah skala yang paling sederhana disusun menurut jenis (kategorinya) atau fungsi bilangan. Dengan kata lain skala nominal yaitu angka yang tidak mempunyai arti hitung. Angka yang diterapkan hanya merupakan simbol/tanda dari objek yang akan dianalisis. Skala nominal membedakan antara jawaban YA dan TIDAK. Jawaban YA diberi nilai 1 dan jawaban TIDAK diberikan nilai 0. Artinya jawaban YA adalah telah menerapkan dan arti jawaban TIDAK adalah belum menerapkan.

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pabrik pembuatan tahu di kecamatan selesai. Jumlah sampel yang dipakai adalah 4 pabrik pembuatan tahu di kecamatan selesai. Kriteria yang digunakan untuk menarik sampel dalam pabrik pembuatan tahu di kecamatan selesai adalah sebagai berikut:

1. Memiliki tenaga kerja minimal 2 (dua) orang. Kriteria ini digunakan karena jumlah tenaga kerja dalam tiap UMKM memiliki 2 atau lebih tenaga kerja.
2. Jenis tahu yang di olah yaitu tahu kuning, kriteria ini digunakan peneliti karena jenis tahu ini yang diunggulkan dari kecamatan selesai.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur yang berhubungan dengan materi skripsi yang akan dianalisis.
2. Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan ke perusahaan, seperti :

- a. wawancara

Metode wawancara/*interview* adalah proses memperbolehkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka, antara pewawancara dengan *responden*/orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) (Bungin 2001:133). Narasumber yang akan diwawancarai adalah pemilik atau pengurus UMKM pabrik tahu di kecamatan selesai.

Wawancara yang dilakukan akan berkaitan dengan gambaran umum UMKM, profil lokasi UMKM, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang dilakukan UMKM guna bertahan dalam kondisi pandemik covid 19.

b. Kuesioner

Data dari penelian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan berisi identitas responden, gambaran umum UMKM, dan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Kuesioner yang digunakan berupa kuesioner semi tertutup, yaitu responden memberikan jawaban yang telah disediakan dengan menggunakan tanda cek (√) pada kolom yang telah disediakan, dan memberikan alasan atas jawaban dari pertanyaan tersebut. Kuesioner ini ditunjukkan kepada pemilik atau pengurus UMKM yang tergabung dalam pabrik pembuatan tahun di kecamatan selesai.

c. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian yang akan diteliti di lapangan. Observasi merupakan metode untuk melihat gambaran yang menyeluruh tentang kegiatan operasional perusahaan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga diperoleh data yang lengkap dan akurat dan bukan merupakan suatu perkiraan.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel independen) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan dengan variabel yang lain. Untuk menjawab rumusan masalah yang telah di paparkan pada bab sebelumnya maka akan dilakukan tahapan analisis sebagai berikut:

1. Mewawancarai pemilik atau pengelola UMKM sesuai dengan daftar pertanyaan. Jawaban wawancara akan ditulis secara poin-poin dan wawancara menggunakan alat bantu berupa alat perekam suara sehingga kegiatan wawancara dapat memberikan data yang lengkap sesuai dengan kebutuhan penelitian.
2. Hasil wawancara akan ditranskripsikan menjadi daftar pertanyaan beserta jawabannya. Transkrip wawancara digunakan sebagai survei awal mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan dalam UMKM pembuatan tahu di kecamatan selesai.
3. Membagikan kuesioner mengenai pengelolaan keuangan pada pabrik pembuatan tahu di kecamatan selesai.
4. Memberikan nilai 1 untuk jawaban YA, dan memberikan nilai 0 untuk jawaban TIDAK pada setiap kuesioner.

5. Menjumlahkan nilai YA pada setiap indikator untuk masing-masing responden.
6. Mengelompokkan responden yang memiliki jumlah nilai yang sama pada tiap indikaator.
7. Mendeskriptifkan hasil pengelompokan responden menurut nilai yang diperoleh.
8. Untuk menganalisis per intem pertanyaan untuk masing-masing indikator, dilakukan dengan cara menjumlahkan nilai responden yang menjawab YA untntuk setiap intem pertanyaaan,
9. Hasil penjumlahan jawaban YA setiap intem pertanyaan dalam indikator masing-masing di persentasekan.
10. Hasil persentase jumlah jawaban YA akan dibuat peringatan atau ranking dari jumlah jawaban YA paling besar ke kecil.
11. Setelah itu hasil persentase akan dirata-ratakan untuk melihat persentase jawaban YA seluruh responden pada masing-masing indikator. Cara menghitung rata-rata persentse jawaban YA untuk tiap indikator:

$$\frac{\text{Jumlah persentase jawaban YA}}{\text{Jumlah intem pertanyaan pada indikator}}$$

12. Hasil analisis per intem pertanyaan akan dideskripsikan.
13. Dari hasil analisis deskripsi nilai responden dan deskripsi intem pertanyaan, akan ditarik kesimpulan berlaku untuk seluruh responden.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Tempat Penelitian

Industri di kec. Selesai kab. Langkat adalah pabrik tahu yang bergerak di bidang produksi pangan khususnya memproduksi tahu. Industri ini telah mendapatkan izin dari badan pengawasan obat dan makanan (POM) yang di atur dalam undang-undang sebagai syarat pendirian industri bidang pangan. Lokasinya berada pada Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat. Industri ini telah berdiri kurang lebih selama 30 tahun sejak tahun 1990. Hampir keseluruhan dari pabrik ini merupakan turun temurun dari keluarga beliau dengan karyawan saat ini berjumlah kurang lebih 8 orang pada setiap pabrik yang ada.

Sejak berdirinya hingga saat ini industri tahu terus mengalami naik turun dalam produksinya apalagi di tengah pandemi seperti saat ini. Awalnya industri ini di bangun dalam skala kecil yang dimana karyawannya hanya dari bagian keluarga saja namun seiring waktu hingga akhirnya dapat berkembang dan menambah karyawan.

Pada saat ini, dalam setiap produksinya, industri tahu pak darwin mengalami penurunan yang di akibatkan oleh pandemik covid 19 yang pada awalnya pabrik bisa memasakan 500 kg tahu per harinya. Sedangkan saat ini pabrik hanya bisa memasarkan 450 kg per harinya . ini diakibatkan oleh adanya kendala dalam mengantar barang pesanan akibat adanya lockdown dari pemerintah.

4.1.2 Visi dan Misi

Visi

Menyadarkan manusia bahwa makanan yang paling sehat yaitu empat sehat lima sempurna, dan mengandung banyak vitamin serta protein yang semua itu terkandung didalam tahu. Maka dari itu berbangga lah kita sebagai orang Indonesia yang memiliki salah satu produk yang sangat luar biasa seperti ini.

Misi

Memperluas lagi jangkauan pemasaran tidak hanya di daerah-daerah saja melainkan juga kota-kota dan juga mepermudah para konsumen untuk mendapatkan makanan tahu original ala Indonesia.

4.1.3 Stuktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan merupakan gambaran skematis tentang hubungan kerja sama yang ada dalam perusahaan ataupun organisasi untuk mencapai sasaran. Struktur organisasi ini menggambarkan pembagia kerja, garis-garis wewenang, pembatas tugas dan tanggung jawab dari unit-unit organisasi yang ada dalam suatu perusahaan. Adapun struktur organisasi pada UMKM tahu pak Darwin yaitu terdiri dari:

1. Pemilik

Pemilik adalah pemegang saham atau pemilik modal sepenuhnya yang mempunyai kewenangan terbesar dalam pengambilan keputusan serta memiliki hak penuh untuk mengendalikan usaha tersebut.

2. Administrasi

Bertugas dalam pengelolaan keuangan UMKM serta bertugas dalam membuat laporan pengeluaran serta pendapatan dan pemasukan.

3. Bagian pemasaran

Bagian ini dapat dikatakan sebagai perantara antara produsen dengan konsumen, dimana bagian pemasaran bertugas untuk memasarkan hasil produksi ketoko-toko dan mengantar pesanan tahu yang telah jadi kepada para konsumen tetap yang ada di pasar.

4. Bagian produksi

Bagian produksi dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

a. Bagian pencucian dan perendaman

Pembuatan tahu membutuhkan bahan baku yakni kedelai. Sebelum mengelola kedelai untuk proses menjadi tahu, kedelai perlu di cuci hingga bersih dan kemudian di rendam kedalam air selama beberapa menit untuk memastikan bahwa bahan baku yang digunakan bersih yang dimana bagian ini bertanggung jawab atas kualitas kedelai yang nantinya dimasak menjadi tahu.

b. Bagian penggilingan

Bagian penggiling bertugas untuk menggiling kedelai sampai halus dengan menggunakan mesin penggilingan agar dapat diolah atau dicetak menjadi tahu.

c. Bagian perebusan dan penyaringan

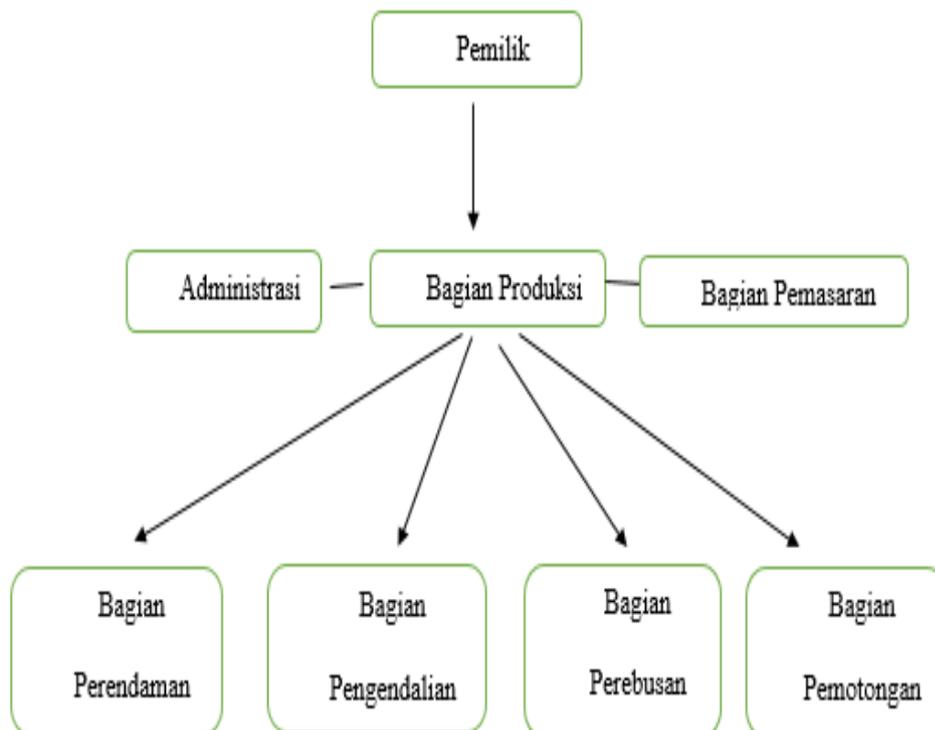
Bagian ini bertugas untuk merebus kedelai yang telah digiling hingga matang dan kemudian dilakukan penyaringan untuk memisahkan sari-sari kedelai dari ampasnya.

d. Bagian pencetakan

Bagian ini bertugas untuk mencetak adonan tahu yang telah di saring yang kemudian didiamkan selama beberapa menit hingga menjadi tahu.

- e. Bagian pemotongan
- f. Bagian ini adalah bagian dari tahap terakhir membuat tahu dimana tahu telah jadi dalam cetakan dipotong sesuai ukuran tahu yang telah ditetapkan dan lalu diletakkan dalam tong tahu untuk di jual kepada konsumen.

Gambar4.1.
Struktur Organisasi



4.1.4 Proses Produksi

Proses produksi tahu menggunakan kedelai sebagai bahan bakunya. Kedelai yang tersedia dilakukan perendaman dan pencucian hingga bersih selama beberapa jam sebelum proses penggilingan. Proses penggilinganpun dilakukan hingga kedelai tersebut benar-benar menjadi halus yang nantinya akan diletakan kedalam bak khusus untuk diuapi beberapa menit hingga masak.

Kedelai yang telah masak tadi kemudian dipindahkan kebagian penyaringan agar terpisah dari kedelai dengan ampasnya, dengan tetap menjaga kekentalan dari kedelai tersebut. Dengan proses penyaringan ampas tahu akan tersangkut didalam saringan yang nantinya akan dibuang. Sedangkan sari tahu dari kedelai akan diolah lebih lanjut lagi.

Sari tahu kemudian ditambahkan dengan biang atau bibbit (air tahu) secara terus menerus sambil terus diaduk untuk memisahkan sari kedelai dalam bak penambahan biang atau bibit (air tahu) bertujuan untuk agar sari kedelai yang ada di dalam bak dapat mengendap dengan baik yang nantinya air biasa tersebut akan disedot hingga terpisah dari kedalinya.

Setelah yang tersisa didalam hanyalah sari kedelai, maka sari-sri tersebut akan diangkat dengan menggunakan penyaringan untuk untuk seterusnya dimasukkan ke cetakan tahu. Setelah dirasa sudah cukup maka cetakan kemudian ditutup. Proses ini berfungsi untuk memberi bentuk pada produk tahu yang nantinya dihasilkan sekaligus untuk memeriksa air yang masih tertempel pada sari kedelai tersebut.

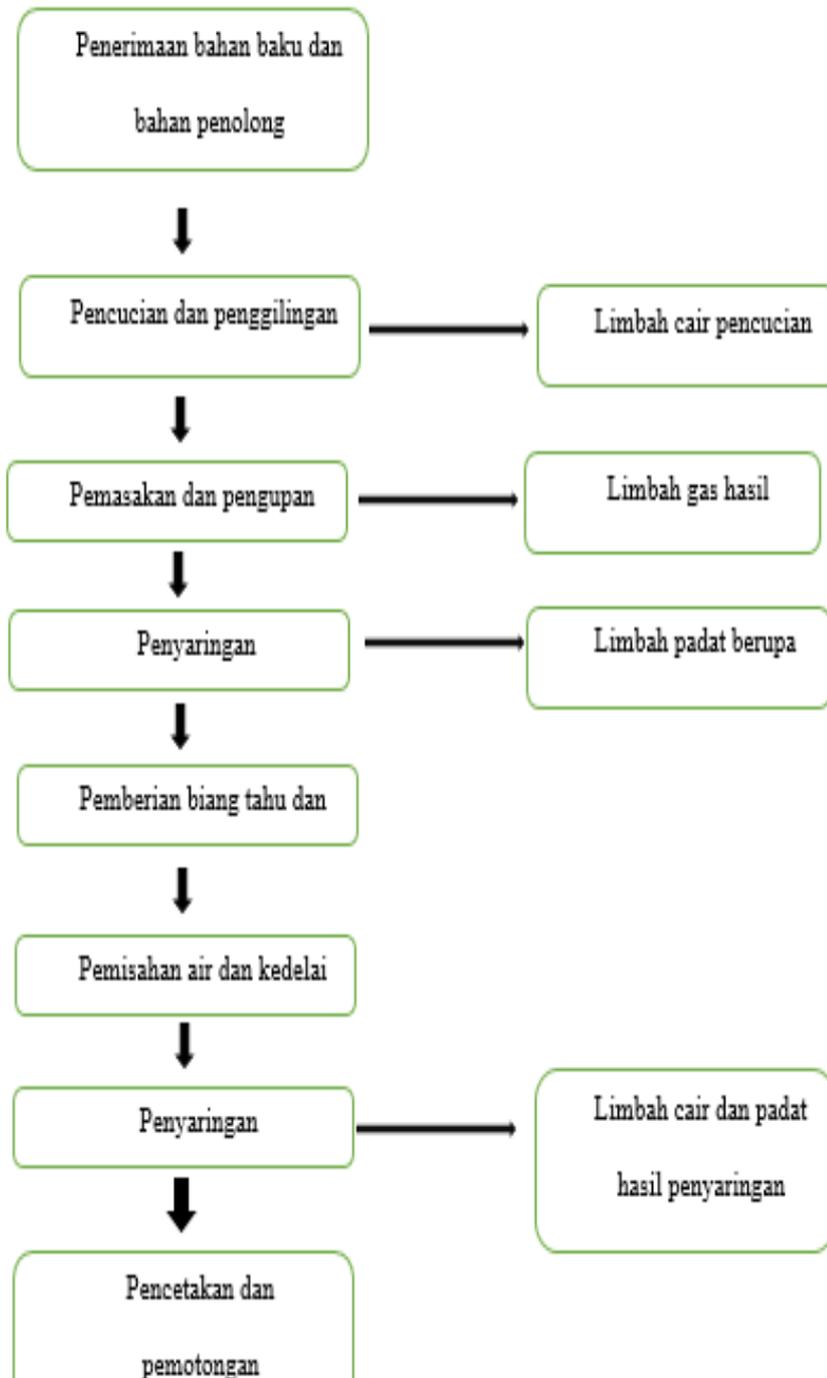
Dari hasil proses tersebut pengusaha tahu menghasilkan dua jenis limbah berupa limbah cair dan limbah padat. Dimana limbah padaat dihasilkan dari proses penyaringan kedelai yang memisahkan antara ampas dan sari-sari tahu. Mengenai

volume dari limbah padat yang dihasilkan pada usaha ini sangat fluktuatif tergantung besarnya jumlah tahu yang diproduksi, namun kira-kira pabrik tahu pak darwin mampu menghasilkan limbah padatnya kurang lebih sekisar 22kg per harinya. Ampas ini dapat didair ulang menjadi aneka macam makanan ringan maupun dapat pula digunakan sebagai pupuk dan makanan hewan.

Sedangkan limbah cair dihasilkan dari proses penyaringan tahu untuk mndapatkan endapan tahu dan pemisahan endapat tahu dengan air pun menghasilkan limbah cair yang mengandung zat kimia organik. Besarnya limbah cair yang dihasilkan oleh pabrik ini tidak dapat dihitung karena tidak ada perhitungan yang khusus.

Untuk mengatasi limbah cair yang dibuang kedalam selokan yang mengalir ke sungai, pabrik tahu sesekali dalam beberapa bulan mengeluarkan biaya untuk membersihkan selokan tersebut agar masyarakat sekitar tidak terganggu dengan bau maupun dampak negatifnya bagi ekosistem air.

Gambar 4.2
Alur pembuatan tahu



4.1.5. Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari UMKM pabrik pembuatan Tahu yang ada di kec. Selesai kabupaten langkat. Data diperoleh melalui pembagian kuerioner dan wawancara kepada seluruh pemilik pabrik tersebut, sehingga responden yang di tergetkan adalah 4 pemilik UMKM. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data pemilik UMKM KEC. SELSAI

Pemilik	Usia	Pendidikan	Jenis kelamin
Darwin	46	SMK	LK
Junaidi	50	SMA	LK
Purnomo	35	SMA	LK
Irwan	54	SMA	LK

Sumber; data diolah 2021

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa pemilik UMKM pabrik tahu di kec. Selsai merupakan laki-laki dan berusia 40 ke atas. Pendidikan yang di peroleh masing-masing pemilik UMKM merupakan SLTA .

4.2. Analisis Data

4.2.1. Analisis Nilai Responden

Nilai responden diperoleh dari pemberian nilai untuk jawaban YA pada 35 intem pertanyaan. Indikator dalam kuesioner pengelolaan keuangan terbagi menjadi 4 indikator yaitu, penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian. Berikut merupakan analisis responden menurut masing-masing indikator:

a. Penggunaan anggaran

Menurut Adisaputro (2011) Anggaran merupakan alat untuk perencanaan dan pengendalian laba, oleh karena itu analisis ini diperlukan untuk melihat penggunaan anggaran pada pengelolaan keuangan UMKM. Pada kuesioner yang dibagikan terdapat 11 item pertanyaan tentang indikator penggunaan anggaran.

Tabel 4.2
Nilai Responden pada Indikator Penggunaan Anggaran

Nilai	Jumlah Responden
11	1
7	1
5	1
8	1
Jumlah	4

Sumber : data diolah,2021

Berdasarkan tabel 4.2, terdapat 1 UMKM yang mendapatkan nilai tertinggi sebesar 11, yaitu Darwin. Berarti Darwin sudah menerapkan seluruh pernyataan dalam indikator penggunaan anggaran. Hal ini didukung dengan hasil wawancara singkat dengan Pak Darwin, bahwa beliau menerapkan perencanaan keuangan mulai dari modal pembentukan usaha hingga biaya bagian produksi.

Selain itu, terdapat 1 UMKM yang mendapat nilai 7 yang berarti 1 UMKM menjawab ya pada 7 item pernyataan dari 11 item pernyataan yang ada. Pernyataan yang di jawab ya oleh UMKM berarti sudah di terapkan pada usahanya. 1 UMKM tersebut adalah UMKM Pak Purnomo. Salah satu pernyataan yang dijawab tidak yaitu pernyataan nomor 2 tentang penjualan kredit, berarti pada UMKM Pak purnomo tidak menerima penjualan kredit, dan belum merencanakan penjualan

secara kredit. Jawaban di dukung dengan hasil wawancara yang menjelaskan bahwa beliau belum memiliki modal untuk penjualan secara kredit.

Nilai terendah adalah nilai 5, diperoleh oleh Pak Junaidi, pada penerapannya Pak Junaidi hanya menerapkan 5 intem pernyataan dari 11 intem yang ada. Kelima intem tersebut antara lain perencanaan penjualan, perencanaan produksi, pemisah uang pribadi dan modal, membuat perencanaan di masa depan, dan perencanaan keuangan di tengah pandemik. Penerapan penggunaan anggran yang dilakukan oleh Pak Junaidi memang tidak sebanyak UMKM lainnya namun penerapan ini sudah dirasa membantu di dalam pengelolaan keuangannya, dari hasil wawancara dengan pak Junaidi bahwa dengan memisahkan uang pribadi dan modal usaha sangatlah efektif untuk mengendalikan keuangan pada usahanya, selain itu memisahkan uang keperluan rumah tangga dan usahanya, sehingga beliau dapat mengatur keperluan kas pada usahanya agar tidak terjadi kekurangan modal.

b. Pencatatan

pencatatan penting untuk dilakukan karena dengan adanya pencatatan bisa membantu manajer ataupun pemilik usaha dalam mengevaluasi pengelolaan keuangan baik harian maupun bulanan begitu juga dalam membuat keputusan. Menurut Andreas (2011) pencatatan ataupun pembukuan merupakan kegiatan dalam akuntansi yaitu mencatat transaksi harian.

Selain untuk mengevaluasi pencatatan juga dilakukan manajer untuk menyusun laporan keuangan. Maka dari itu, pencatatan juga penting untuk diterapkan UMKM untuk membantu pengelolaan keuangannya, terlebih di situasi pandemik seperti saat ini pencatatan sangatlah di perlukan. Untuk mengetahui UMKM yang sudah menerapkan pencatatan dalam usahanya. Indikator pencatatan

memiliki 9 item pernyataan. Tabel 4.3 menunjukkan nilai responden mengenai indikator pencatatan.

Tabel 4.3
Nilai Responden Pada Indikator Pencatatan

Nilai	Jumlah Responden
9	2
6	1
4	1
Jumlah	4

Sumber : data diolah2021

Berdasarkan tabel 4.3 sebagian besar UMKM telah menerapkan pencatatan untuk membantu manajer dalam mengelola keuangan usahanya. Terdapat 2 UMKM yang mendapat nilai 9, ini berarti bahwa UMKM telah menerapkan seluruh item dari pernyataan pada indikator pencatatan. UMKM yang telah menerapkan pernyataan tersebut yaitu Pak Darwin dan Pak Purnomo sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan Pak Purnomo bahwa beliau mengatakan lebih banyak dilakukan pencatatan transaksi harian daripada membuat laporan keuangan, dikarenakan pencatatan dianggap lebih mudah dan praktis.

Ada 2 UMKM yang mendapatkan nilai terendah yaitu Pak Junaidi dan Pak Irawan dimana UMKM ini belum menerapkan beberapa pernyataan yang ada pada indikator pencatatan yaitu rutinitas pencatatan transaksi baik dalam penjualan maupun pembelian. Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama Pak Junaidi, beliau mengaku bahwa pihak umkm tidak memiliki cukup waktu dalam melakukan pencatatan.

c. Pelaporan

Menurut Birgham (2010;84) laporan keuangan adalah beberapa lembar kertas dengan angka –angka yang tertulis di atasnya, yang penting untuk memikirkan aset-aset nyata yang terdapat dibalik angka tersebut. Laporan keuangan dibuat untuk menyajikan informasi mengenai posisi keuangan suatu usaha, dan ditunjukkan kepada pemakai laporan keuangan. Oleh sebab itu dalam pengelolaan keuangan UMKM membutuhkan pelaporan untuk menyediakan informasi kepada pemakai laporan. Pada indikator pelaporan terdapat 10 item pernyataan. Tabel 4.4 menunjukkan nilai responden mengenai indikator pelaporan.

Tabel 4.4
Nilai Responden Pada Indikator Pelaporan

Nilai	Jumlah Responden
10	1
3	1
1	1
0	1
Jumlah	4

Sumber :data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai yang di peroleh dari 4 responden bermacam-macam. Salah satu dari keempat UMKM mendapat nilai tertinggi yaitu Pak Darwin dimana UMKM ini telah menerapkan seluruh pernyataan yang ada pada indikator pelaporan, dari hasil wawancara yang dilakukan bersama Pak Darwin, mengaku bahwa dengan menyusun laporan keuangan dengan lengkap dapat membantu memenuhi syarat untuk dapat mengajukan kredit pada lembaga keuangan atau bank, sehingga beliau dapat mengembangkan usahanya. Selain itu di posisi kedua dengan nilai 2 yang di peroleh oleh Pak Purnomo dimana beliau menganggap bahwa membuat laporan laba rugi

sangat penting dikarenakan dengan laporan laba rugi dapat di pergunakan untuk melihat ataupun menilai kemajuan usaha.

Selanjutnya terdapat UMKM yang mendapat nilai terendah dengan nilai 1 yang diperoleh oleh UMKM Pak Purnomo dan Pak Junaidi. Menurut Pak Junaidi dalam mengambil keputusan pada suatu usaha, tidak hanya bisa dilakukan berdasarkan laporan keuangan saja melainkan dengan menggunakan hasil analisis dari catatan transaksi harian, metode ini dianggap lebih mudah dan praktis oleh beliau.

Salah satu UMKM sama sekali tidak menerapkan satupun dari pernyataan yang ada yaitu UMKM Pak Irawan, beliau mengaku bahwa belum melakukan pelaporan karena minimnya karyawan sehingga tidak memiliki waktu dalam membuat laporan keuangan dan beliau mengatakan bahwa beliau menganggap laporan keuangan tidak terlalu penting dalam usaha yang sedang beliau jalani.

d. Pengendalian

Menurut Handoko (2011) pengendalian adalah peralatan untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Perencanaan yang disusun pada awal usaha, akan dievaluasi setelah pelaksanaan rencana selesai. Yaitu dengan cara membandingkan rencadengan hasil pelaksanaan. Pada UMKM pengendalian juga penting diterapkan sebagai evaluasi pemilik UMKM apakah perencanaan yang di terapkan sebagai evaluasi pemilik UMKM apakah perencanaan yang diterapkan dapat membantu pengelolaan usaha pada UMKM. Tabel 4.5 menunjukkan nilai responden mengenai indikator pengendalian.

Tabel 4.5
Nilai Responden Indikator Pengendalian

Nilai	Jumlah Ressponden
4	1
3	2
2	1
Jumlah	4

Sumber: data diolah 2021

Nilai tertinggi pada indikator pendalian diperoleh pada UMKM Pak Darwin dimana beliau sudah menerapkan hampir semua pernyataan pada indikator tersebut. Selanjutnya UMKM yang mendapat nilai tertinggi kedua yaitu Pak Junaidi memperoleh nilai 3, berarti hanya 3 item yang telah di terapkan oleh Pak Junaidi dan Pak Irawan.

Nilai terendah diperoleh oleh UMKM Pak Purnomo dimana beliau hanya menerapkan 2 pernyataan dari 5 pernyataan yang ada pada indikator pengendalian. Ini dikarenakan Pak Purnomo belum menerima penjualan secara kredit, dan belum menerapkan prosedur penarikan kas keluar, sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan bersama Pak Purnomo, belum menerima penjualan secara kredit karena belum memiliki modal dan belum merencanakan penjualan secara kredit ataupun merencanakan resiko yang akan dialami dari penjualan kredit tersebut.. prosedur penarikan kas keluar juga kurang diterapkan oleh usaha Pak Purnomo karena menurut beliau prosedur tersebut dirasa merepotkan apabila diterapkan dalam usahanya. Hal ini dikareakan pendapatan dan penggunaan dana yang cepat pada usaha beliau, maka dalam hal penarikan kas perlu dilakukan secara cepat dan tidak merepotkan untuk digunakan kembali.

e. Digital Marketing

menurut Dave Chaffey, digital marketing merupakan penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (canel online) ke pasar (website, email, yootob,instagram,fecebook,dan jejaringan sosial lainnya yang memberikan kotribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Pada UMKM digital marketing perlu untuk dilakukan sehubungan dengan masa pandemic seperti saat ini untuk UMKM dalam melakukan penjulannya. Tabel 4.6 menunjukkan nilai responden mengenai digital marketing.

Taebel 4.6
Nilai Responden Mengenai Digital Marketing

Nilai	Jumlah reponden
11	1
6	1
5	2
Jumlah	4

Sumber : data diolah,2021

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebanyak 1 responden yang menjawab YA pada 11 item pernyataan mengenai digital marketing ini berarti hampir keseluruhan pernyataan telah di terapkan di dalam UMKM. Sebagian besaresponden hanya menjawab 5 YA pada item pernyataan dimana salah satu pernyataan yang belum di terapkan adalah adanya promosi khusus yang dilakukan di tengah pandemic covid 19 ini menurut penjelasan tertulis yang di berikan oleh Pak irawan bahwa UMKM belum bisa menerapkan promosi di tengah pandemik karena melemahnya keuangan dan susahnya dalam memperoleh bahan baku sehingga membuat keuangan tidak stabil dan jika di lakukan promosi khusus di masa sekarang akan membuat resiko peneurunan dalam usaha.

4.2.2 Analisis Per Intem Pernyataan Kuesioner

Untuk menganalisis secara lebih merinci mengenai pengelolaan keuangan yang diterapkan UMKM dan menganalisis intem pernyataan yang paling banyak di jawab YA oleh UMKM.

a. Intem Pernyataan Penggunaan Anggaran

Indikator yang pertama dalam pengelolaan keuangan UMKM adalah indikator penggunaan anggaran. Dalam kuesioner, indikator penggunaan anggaran diukur menggunakan 11 intem pernyataan tertutup. Pada tabel 4.7 menunjukkan jumlah responden yang menjawab YA pada setiap intem pernyataan pada indikator penggunaan anggaran, beserta dengan presentasinya. Cara menghitung persentase dapat dilihat pada halaman 33.

Tabel 4.7
Jumlah jawaban YA tiap intem pernyataan pada indikator penggunaan anggaran

No	Pernyataan	Jawaban YA	Jawaban YA(%)
1	Apakah bapak/ibu membuat perencanaan dalam penjualan tahu selama masa pandemic?	4	100
2	Apakah bapak/ibu melayani penjualan produk secara kredit dimasa pandemic?	1	25
3	Apakah bapak/ibu membuat perencanaan laba?	2	50
4	Apakah bapak/ibu membuat perencanaan keuangan dalam produksi tahu?	3	75
5	Apakah bapak/ibu membuat perencanaan modal awal usaha?	2	50
6	Apakah bapak/ibu membuat perbandingan perencanaan yang dibuat dengan aktual atau kenyataan?	3	75
7	Apakah bapak/ibu melakukan evaluasi apabila terjadi selisih antara perencanaan dengan aktual?	3	75
8	Apakah bapak/ibu memisahkan uang pribadi dan modal usaha?	4	100

9	Apakah bapak/ibu memiliki cadangan kas untuk pengeluaran tak terduga?	3	75
10	Apakah bapak/ibu membuat perencanaan keuangan untuk masa depan?	3	75
11	Perencanaan keuangan lainnya yang dibuat oleh bapak/ibu di tengah pandemic?	3	75
Rata-rata jawaban YA			70

Sumber : data diolah, 2021

Pada tabel 4.6. terlihat rata-rata persentase penerapan penggunaan anggaran pada UMKM adalah sebesar 70%. Ini berarti 70% UMKM menjawab YA dan telah menerapkan item pernyataan untung indikator penggunaan anggaran. Jumlah YA paling kecil dari 11 item pernyataan pada indikator penggunaan anggaran yaitu 1 (25%). Item pernyataan yang memiliki jumlah YA paling kecil (25%) adalah penjualan secara kredit. Hal ini berarti hanya sedikit responden yang melayani penjualan secara kredit.

Untuk item pernyataan dengan jumlah responden tertinggi adalah perencanaan penjualan di masa pandemic dan pemisah uang pribadi. Kedua item pernyataan tersebut memiliki jumlah responden yang sama yaitu sebanyak 100% dari jumlah responden yang ada. Ini berarti bahwa seluruh responden telah menerapkan pernyataan tersebut, menurut pak irawan dan pak darwin yang menerapkan item pembuatan perencanaan penjualan di tengah pandemic ini dengan cara melihat kondisi yang terjadi di pasar pada tahun sebelumnya dimana masih di situasi yang sama yaitu masa pandemic, sehingga dari perencanaan penjualan beliau dapat memperkirakan jumlah produk yang akan terjual dan dapat memperkirakan pendapatan yang akan di peroleh. Sedangkan untuk pemisah uang pribadi dan modal sebanyak 100% ataupun keseluruhan dari responden menjawab YA ini berarti semua responden juga telah menerapkan pernyataan ini didalam

UMKM masing-masing. Menurut Pak Purnomo memisahkan kedua uang tersebut dengan cara menyimpak di tempat anggar berbeda dan modal usaha selalu dicatat apabila ada pemasukan maupun pengeluaran kas.

b. Intem Pernyataan Indikator Pencatatan

Indikator selanjutnya pada penelitian ini adalah pencatatan. Jumlah intem pernyataan yang terdapat pada indikator pencatatan ini adalah 9 pernyataan. Tabel 4.8 menyajikan jumlah responden yang menjawab tiap intem pernyataan dengan jawaban YA beserta hasil jumlah persentase untuk tiap intem pernyataan mengenai pncatatan.

Tabel 4.8
Jumlah YA tiap intem pernyataan pada indikator pencatatan

No	Pernyataan	Jawaban YA	Jawaban YA (%)
1	Apakah bapak/ibu melakukan pencatatan transaksi penjualan?	4	100
2	Apakah bapak ibu melakukan catatan pembelian ?	4	100
3	Apakah bapak/ibu rutin melakukan pencatatan transaksi penjualan?	4	100
4	Apakah dalam pencatatan transaksi penjualan maupun pembelian yang bapak/ibu lakukan dapat membantu pengelolaan keuangan di tengah pandemic?	4	100
5	Apakah bapak/ibu melakukan pencatatan penjualan secara manual?	3	75
6	Apakah bapak/ibu melakukan pencatatan transaksi pembelian secara manual?	3	75
7	Apakah bapak/ibu rutin melakukan pencatatan transaksi pembelian?	2	50
8	Apakah bapak ibu rurin melakukan rekaptulasi penerimaan kas?	2	50
9	Apakah bapak/ibu rutin melakukan rekaptulasi pengeluaran kas setiap bulannya?	2	50
Rata-rata persentase jawaban YA			77,77

Sumber: data diolah, 2021

Tabel 4.7 menampilkan hasil bahwa rata-rata persentase jumlah responden yang menjawab YA pada indikator pencatatan dalam pengelolaan keuangan sebesar 77,77% dari seluruh jumlah responden hal ini berarti sebagian besar UMKM (77,77%) telah menerapkan pencatatan kedalam pengelolaan keuangan mereka.

Jumlah responden untuk item pernyataan dengan rangking pertama sampai ke empat adalah 4 (100%), ini berarti seluruh UMKM telah menerapkan pencatatan penjualan maupun pembelian begitu juga dengan rutinitas dalam pencatatan transaksi penjualan dan pencatatan penjualan yang dilakukan dapat membantu pengelolaan keuangan khususnya di tengah pandemik Covid 19 seperti saat ini.

Jumlah responden sebanyak 3 adalah mengenai pencatatan secara manual baik pencatatan pembelian dan penjualan, hampir semua responden masih melakukan pencatatan secara manual (75%). UMKM Pak Irawan (25%) yang merupakan responden yang sudah menggunakan alat bantu dalam melakukan pencatatan baik pencatatan penjualan maupun pembelian.

Untuk rangking terendah dengan jumlah responden terkecil sebanyak 2 (50%) UMKM yaitu mengenai pernyataan rutinitas pencatatan penjualan dan pembelian, sebagian responden belum menerapkan pernyataan tersebut karena kurangnya waktu dalam proses bekerja.

c. Item Pernyataan Indikator Pelaporan

Jumlah item pernyataan terdapat pada indikator pelaporan adalah 10 pernyataan dengan jawaban tertutup. Tabel 4.9 menunjukkan jumlah responden yang menjawab YA untuk setiap item pernyataan pada indikator pelaporan.

Tabel 4.9 jumlah jawaban YA pada setiap pernyataan pada indikator pelaporan

No	Pernyataan	Jawaban YA	Jawaban YA (%)
1	Apakah bapak/ ibu membuat membuat laporan lengkap?	1	25
2	Apakah bapak/ibu membuat pelaporan keuangan yg lain di tengah pandemiv covid 19	2	50
3	Apakah bapak/ibu rutin dalam membuat laporan neraca?	1	25
4	Apakah bapak/ibu mempergunakan laporan neraca dalam menilai kemajuan usaha ?	1	25
5	Apakah bapak ibu membuat laporan laba rugi?	2	50
6	Apakah bapak/ibu rutin membuat laporan laba rugi?	2	50
7	Apakah bapak/ibu mempergunakan laporan laba rugi dalam menilai kemajuan usaha?	2	50
8	Apakah bapak ibu membuat laporan arus kas?	1	25
9	Apakah bapak ibu rutin melakukan laporan arus kas?	1	25
10	Apakah bapakk ibu mempergunakan laporan arus kas dalam menilai kemajuan usaha?	1	25
Rata-rata persentase jawaban YA			37,5

Sumber : data diolah,2021

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah responden adalah 37,5%. Hal ini berarti masih terdapat 37,5% dari seluruh responden yang telah menerapkan pelaporan untuk membantu pengelolaan keuangan pada masing-masing usahanya. Untung *ranking* 1,2,3 dan 4 sama-sama memiliki 2 responden dengan nilai 50% pada intem pembuatan laporan laba rugi dan rutinitas membuat laporan laba rugi, sebanyak 2 responden UMKM telah membuat laporan laba rugi secara rutin, dan intem yang kedua dalam pernyataan yang telah di terapkan oleh responden yaitu

dengan menggunakan laporan laba rugi sebagai penilai dalam kemajuan usaha, dan yang terakhir mengenai laporan keuangan yang di buat untuk membantu laporan keuangan di tengah pandemic covid 19 seperti saat ini.

Rangking 5-10 sama-sama memiliki 1 responden (25%) hal ini menunjukkan bahwa penyusunan laporan keuangan baik arus kas dan neraca masih sangat rendah di dalam UMKM hal ini di jelaskan oleh Pak junaidi bahwa kurangnya pemahaman dalam membuat laporan baik neraca, arus kas, dan laporan laba rugi selain itu beliau menjelaskan bahwa adanya unsur keterbatasan waktu dalam menyusun laporan keuangan.

d. Intem Pernyataan Indikator Pengendalian

Indikator keempat pada pengelolaan keuangan UMKM adalah indikator pengendalian. Pada indikator ini terdapat 5 intem pernyataan yang digunakan untuk mengukur penerapan pengendalian pada pengelolaan keuangan UMKM. Pada tabel 4.10 menunjukkan jumlah responden yang menjawab YA untuk tiap intem pernyataan pada indikator pengendalian.

Tabel 4.10
Jumlah jawaban YA tiap intem pernyataan pada indikator pengendalian

No	Pernyataan	Jawaban YA	Jawaban YA (%)
1	Apakah bapak/ibu mengarsipkan nota penjualan barang dagang?	4	100
2	Apakah bapak/ibu membuat nota penjualan dua rangkap untuk penjualan tahu?	3	75
3	Apakah bapak ibu mengarsipkan nota dari penggunaan kas yang telah dikeluarkan?	3	100
4	Apakah bapak/ibu memiliki prosedur atau tahapan dalam penarikan kas keluar?	1	25

5	Apakah ada prosedur yang dilakukan untuk penagihan secara kredit jika dimasa pandemic covid 19 ?	1	25
Rata-rata persentase jawaban YA			60

Sumber: data diolah 2021

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah responden mendapatkan persentase sebesar 60%. Hal ini berarti sebanyak 60% sudah menerapkan pengendalian pada pengelolaan keuangan UMKM. Rangking paling tinggi pada indikator pengendalian adalah penggarisan nota penggunaan kas (kas keluar) dan nota penjualan barang dagang (kas masuk). Kedua item pernyataan ini di terapkan oleh seluruh responden (100%), hal ini didukung dengan hasil wawancara singkat bersama Pak Darwin beliau menjelaskan bahwa, beliau mengarsipkan nota penjualan sebagai arsip yang nantinya akan digunakan sebagai bukti catatan yang dibuat.

Rangking ketiga adalah mengenai nota penjualan dengan rangkap dua, jumlah responden yang menjawab YA pada item pernyataan ini adalah sebesar 75% dari jumlah seluruh responden. Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Pak Purnomo, not yang dimiliki oleh usahanya adalah nota yang biasanya dijual pada toko buku, hingga UMKM memakai nota penjualan dua rangkap. Nota rangkap satu diberikan kepada pembeli, dan rangkap dua untuk pengarsipan usaha.

Selanjutnya rangking dengan nilai terendah prosedur penagihan penjualan kredit dan prosedur penarikan kas keluar. Item pernyataan dengan rangking 4 dan 5 sama-sama memiliki jumlah responden sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa kedua item pernyataan tersebut sangatlah jarang digunakan, dengan melihat ukuran usaha yang kecil dan hanya dimiliki oleh perseorangan sehingga kedua item pernyataan kurang di terapkan dalam pengelolaan keuangan UMKM. Selain

itu di tengah kondisi covid 19 seperti saat ini pelaku UMKM tidak menerima penjualan secara kredit dikarenakan besarnya resiko yang mungkin akan terjadi.

e. Indikator Pernyataan Digital Marketing

Indikator ini memiliki 11 item pernyataan. Pada tabel 4.6 menyajikan jumlah responden yang menjawab tiap item pernyataan dengan jawaban YA beserta hasil persentase jumlah responden untuk tiap item pernyataan mengenai digital marketing.

Tabel 4.11
Jumlah jawaban YA tiap item pernyataan pada indikator digital marketing

No	Pernyataan	Jawaban YA	Jawaban YA (%)
1	Apakah penjualan secara digital membantu dalam memasarkan barang ditengah pandemic covid 19 seperti saat ini?	4	100
2	Apakah ada faktor pendukung yang terjadi pada saat melakukan pemasaran digital?	3	75
3	Apakah ada faktor penghambat pada saat melakukan pemasaran digital ?	2	50
4	Apakah dengan melakukan digital marketing perusahaan melakukan kerjasama dengan pihak lain?	4	100
5	Apakah perusahaan melakukan penjualan menggunakan media sosial?	1	25
6	Adakah inovasi baru yang di ciptakan di tengah pandemic covid 19 ini?	1	25
7	Adakah promosi khusus yang dilakukan di masa pandemic ini ?	1	25
8	Apakah lokasi anda tersedia di google maps?	3	75
9	Apakah anda melakukan promosi di media sosial?	1	25
10	Apakah ada cara tertentu dalam mengirim barang di tengah pandemic ini?	3	75
11	Apakah menurut bapak/ibu dengan adanya digital marketing ini dapat mempermudah proses penjualan ?	4	100
Rata-rata persentase jawaban YA			61,36

Sumber: data diolah, 2021

Tabel 4.11 menampilkan hasil bahwa rata-rata persentase jumlah responden yang menjawab YA pada indikator digital marketing sebesar 61,36% dari seluruh jumlah responden ini berarti sebagian besar dari jumlah responden telah menerapkan digital marketing di dalam UMKM mereka.

Jumlah item dengan ranking 1-3 memiliki jumlah rata-rata persentase yang sama yaitu item melakukan kerja sama terhadap pihak lain, menggunakan digital marketing sebagai alat untuk melakukan penjualan di masa pandemic ini dan dengan adanya digital marketing membantu dalam pelaksanaan penjualan khususnya di UMKM. Dari penjelasan tertulis yang di paparkan oleh Pak Darwin bahwa dengan adanya penerapan digital marketing di dalam usaha sangat membantu didalam proses penjualann khususnya di masa pandemik seperti saat ini, dimana kita sama-sama mengetahui bahwa dengan adanya peraturan pemerintah tentang PSBB dan stay it home membuat para UMKM ataupun pembisnis menjadi stuck di tempat dengan tidak ada pergerakan sama sekali pada usahanya, sehingga dengan adanya digital marketing bisa mempermudah dalam proses negosiasi dan penjualan.

Item dengan nilai rata-rata persentasi 75% yaitu adanya faktor pendukung, ketersediaan lokasi UMKM di google maps serta cara tertentu di dalam pengiriman barang. Dengan adanya digital marketing makan usaha memiliki faktor pendung untuk menjalankan proses digital marketing tersebut salah satunya dengan tersediannya lokasi usaha di dalam google mas dapat menjadi faktor pendung yang signifikan dalam digital marketing, didukung dengan pernyataan oleh pak junaidi bahwa dengan adanya ketersediaan lokasi usaha di dalam maps membuat konsumen mudah dalam mencari ataupun

mengetahui lokasi usaha dan mengurangi kecurigaan dalam bisnis. Di tengah pandemic covid 19 ini sangat mempengaruhi dalam proses pengiriman barang dengan adanya PSBB yang dilakukan oleh pemerintah sehingga membuat usaha harus memiliki cara tertentu dalam pengiriman barang seperti yang dilakukan oleh Pak Purnomo, beliau menjelaskan bahwa UMKM melakukan pengiriman yang biasanya produk di jemput ke lokasi usaha oleh konsumen sekarang menjadi karyawan dari pabrik sendiri yang harus mengantar kepada konsumen.

Nilai persentase terendah ada pada item penjualan menggunakan media sosial, inovasi baru, dan melakukan promosi khusus, dari hasil penjelasan tertulis yang diberikan oleh Pak Irawan bahwa penjualan yang dilakukan menggunakan media sosial memang membantu dalam dunia perdagangan namun untuk usaha pengolahan tahu sendiri masih minim jika dilakukan menggunakan media sosial, begitu juga dengan inovasi baru yang dikeluarkan oleh pabrik tahu dimana pengelolaan tahu masih terbatas dan promosi khusus juga belum bisa dilakukan di masa pandemic seperti ini mengingat bahwakeadaan keuangan dan harga bahan baku yang tidak stabil.

4.3. Pembahasan

Pengelolaan keuangan UMKM pada pabrik tahu di kec. Selesai kab. Langkat dapat dilihat dari empat indikator yaitu penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian, serta strategi digital marketing yang diterapkan pada UMKM.

a. Penggunaan Anggaran

Rata – rata persentase penerapan penggunaan anggaran pada UMKM adalah sebesar 70%. Tabel 4.7 menunjukkan 8 item yang persentasenya di atas rata-rata

dan 3 item di bawah rata-rata. Terdapat 2 item yang diatas rata-rata, yaitu melakukan perencanaan penjualan di masa pandemic covid 19, dan memisahkan uang pribadi dan modal usaha. Item pernyataan rangking 1 dan 2 adalah penerapan perencanaan penjualan di tengah masa pandemic covid 19 dan memisahkan uang pribadi dan modal usaha. Perencanaan penjualan dapat digunakan untuk mempreiksikan jumlah barang yang terjual, pendapatan yang akan di terima dan dengan begitu kita dapat memperkirakan jumlah produksi selanjutnya, dimana kita ketahui bahwa di masa pandemic covid 19 seperti saat ini membuat kondisi pasar tidak stabil. Memisahkan uang pribadi dan modal usaha ini dianggap penting oleh responden karena dengan memisahkan uang pribadi dan modal usaha kita dapat melihat berapa besar pengeluaran pribadi dan pengeluaran usaha. Item pernyataan rangking 3-6 yaitu, perencanaan keuangan dalam produksi, membuat perbandingan antara perencanaan dengan aktual,memiliki kas cadangan untuk keperluan tak terduga,membuat perencanaan di masa depan. 75 % dari seluruh responden telah melakuan ke enam item ini daimana masing-masing item sangat dibutuhkan di kondisi pandemic saat ini contohnya padaperencanaan keuangan dalam produksi ini sangat dibutuhkan untuk memperkirakan harga bahan baku yang tidak stabil begitu halnya dengan perencanaan si masa depan ini dilakukan untuk bisa menambah modal guna mengembangkan usaha.

Item pernyataan yang persentasenya di bawah rata-rata adalah 3 item. Pernyataan yang terendah adalah perencanaan laba, perencanaan modal awal usaha dan penjualan produk secara kredit.

UMKM yang membuat perencanaan laba ada 2 UMKM, sedangkan 2 diantaranya tidak melakukan perencanaan laba, menurut beliau perencanaan laba

tidak bisa di buat di tengah pandemic covid 19 seperti saat ini karena ketidak stabilan harga bahan baku begitu juga denga jumlah permintaan dari konsumen.

Item pernyataan rangking 10 adalah membuat perencanaan modal awal usaha, ini hanya dilakukan 50% dari keseluruhan responden ada 50% respondeng yang tidak melakukan perencanaan modal awal dalam usaha. Menurut wawancara dengan salah satu pemilik UMKM yang tidak melakukan perencanaan ini di karenakan warisan dari turun temurun sehingga disaat melanjutkan usah tidak di butuhkan lagi modal awal.

Pernyataan dengan persentase terendah adalah penjualan secara kredit. Ini hanya dilakukan oleh 1 UMKM diaman 3 UMKM lainnya tidak menerapkan hal tersebut, ini dikarenakan kurangnya modal dalam melakukasn penjualan kredit selain itu di tengah pandemic covid 19 penjualan secara kredit dianggap memiliki tingkat resiko yang tinggi.

b. Pencatatan

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata persentase jawan YA pada indikator pencatatan sebesar 77,77%. Sebanyak 4 item pernyataan yang nilai persentase jawabannya diatas rata-rata. Rangking tertinggi tersebut yaitu, pencatatan penjualan, pencatatan pembelian, rutinitas melakukan pencatatan penjualan dan pencatatan yang dilakukan membantu di dalam pengelolaan keuangan. Ini berarti keseluruhan responden melakukan pencatatan penjualan dan rutinitas yang dilakukan oleh UMKM tersebut. Selanjutnya rangking 5 dan 6 yaitu pernyataan tentang pencatatan secara manual baik penjualn maupun pembelian, ada 1 dari 4 UMKM yang sudah melakukan pencatatan menggunakan alat bantu ataupun elektronik dan 3 UMKM lain masih menggunakan pencatatan manual.

Nilai persentase terendah dalam indikator ini terdapat pada 3 item yaitu, rutinitas dalam pencatatan transaksi pembelian, penerimaan kas, dan pengeluaran kas ini dikarenakan kurangnya kesadaran dari pihak pemilik usaha untuk membuat catatan rinci dari setiap transaksi yang terjadi pada usahanya. Ini berarti kurangnya kesadaran dan melakukan rekapitulasi apabila pemilik ingat.

c. Pelaporan

Pada tabel 4.9 menunjukkan 37,5% UMKM menjawab pernyataan dengan jawaban YA. Hasil rata-rata persentase ini menunjukkan bahwa penerapan pelaporan UMKM masih sangat rendah di bandingkan dengan indikator sebelumnya. Indikator pelaporan memiliki 9 item pernyataan, 5 item yang memiliki persentase di atas rata-rata persentase jawaban ya, dan 4 item lainnya yang persentasenya di bawah rata-rata. Rangkaian tertinggi ada 4 dengan nilai persentase 50% yaitu, membuat laporan keuangan di tengah pandemic, membuat laporan laba rugi baik dengan rutinitasnya dan menjadikan laporan laba rugi untuk menilai kemajuan usaha. Kedua item ini menunjukkan bahawa UMKM lebih banyak menyusun laporan laba rugi, yaitu mencatat hasil pendapatan dan mengurangi dengan banyak biaya yang di keluarkan.

Data yang diperoleh dari mengisi kuesioner khususnya indikator pelaporan bahwa masih banyak UMKM yang kurang memahami makna pelaporan sesuai dengan pernyataan Standart Akuntansi Keuangan (PSAKA). Jawaban yang di berikan oleh responden merupakan persepsi mera sendiri yang belum tentu sama dengan defenisi yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada responden yang tidak memahami laporan keuangan yang dimaksud oleh peneliti. Sesuai dengan karakteristik responden bahwa memang masih banyak pemilik

UMKM yang memiliki pendidikan SMA sehingga pengetahuan pemilik akan laporan keuangan terbatas hanya pemahaman secara logika yaitu menghitung laba dengan cara mengurangi pendapatan dengan biaya yang ada.

Intem pernyataan paling rendah adalah membuat laporan neraca dan mempergunakan laporan neraca untuk menilai kemajuan usaha yaitu sebanyak 1 UMKM. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama Pak Junaidi bahwa beliau merasa tidak membutuhkan laporan keuangan termasuk laporan neraca. Beliau menjelaskan Laporan keuangan tidak terlalu di butuhkan di tengah situasi pandemic seperti saat ini karena dalam mengambil keputusan pada suatu usaha tidak hanya bisa dilakukan berdasarakan laporan keuangan saja melainkan dengan menggunakan analisis dari catatan transaksi harian juga dapat melihat bagaimana perkembangan usaha, hal ini dianggap lebih mudah dan praktis. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran mengenai pentingnya laporan keuangan belum dirasa perlu oleh UMKM terlebih di masa pandemic seperti saat ini.

d. Pengendalian

Jumlah item pada indikator pengendalian adalah 5 item. Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata persentase jumlah YA adalah 65% data yang diperoleh menunjukkan bahwa penerapan pengendalian pada pengelolaan keuangan khususnya di masa pandemic saat ini sudah cukup tinggi bila di bandingkan dengan indikator pelaporan.

Dari 5 item yang ada terdapat 2 item yang memperoleh nilai tertinggi yaitu mengarsipkan nota baik penjualan maupun kas keluar menurut Handoko (2011) pengendalian digunakan sebagai penjamin bahwa rencana telah dilaksanakan

sesuai dengan perencanaan. Sesuai dengan ketentuan pencatatan bahwa bukti transaksi harus disimpan dengan tujuan menjadi bukti pembukuan dilakukan.

Rangking 4 dan 5 memiliki jumlah jawaban yang paling rendah pada indikator pengendalian ini, yaitu prosedur penagihan secara kredit, dan prosedur penarikan kas keluar. Sebagian besar UMKM belum menerapkan item pernyataan ini, menurut jawaban dari wawancara sebagian UMKM mengungkapkan bahwa mereka tidak melakukan penjualan secara kredit di masa pandemic seperti saat ini sehingga mereka tidak memiliki prosedur dalam penagihan secara kredit. Prosedur penarikan kas keluar juga tidak di peroleh UMKM karena pemilik merangkap tugas sebagai pengelolaan dan pemegang uang sehingga prosedur penarikan kas tidak dapat dijalankan.

e. Digital Marketing

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata-rata perentase jawaban YA pada indikator digital marketing sebesar 61,36% hasil rata-rata ini menunjukkan digital marketing bagi UMKM masih sangat rendah dibandingkan dengan pengelolaan keuangan. Padahal mengingat situasi kondisi saat ini digital marketing sangatlah di butuhkan untuk keberlangsungan UMKM. Dari hasil kuesioner yang di isi oleh responden dapat dilihat bahwa masih banyak UMKM yang tidak mengerti pentingnya digital marketing di dalam keberlangsungan UMKM.

Nilai persentase terendah ada pada item penjualan menggunakan media sosial, inovasi baru, dan melakukan promosi khusus, dari hasil penjelasan tertulis yang di berikan oleh Pak Irawan bahwa penjualan yang dilakukan menggunakan media sosial memang membantu dalam dunia perdagangan namaun untuk usah pengolahan tahu sendiri masih minim jika dilakukan menggunakan media sosial,

begitu juga dengan inovasi baru yang di keluarkan oleh pabrik tahu dimana pengelolaan tahu masih terbatas dan promosi khusus juga belum bisa di lakukan di masa pandemic seperti ini mengingat bahwak eadaan keuangan dan harga bahan baku yang tidak stabil.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Pandemik covid-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada ketidakstabilan dalam perekonomian terutama pada UMKM. Pelaku UMKM ini merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbauan pemerintah dan penerapan PSBB yang menghimbau masyarakat untuk tetap dirumah sehingga cukup banyak UMKM yang harus berhenti beroperasi untuk sementara waktu, untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemik ini dan dituntut dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi.

1. Melakukan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital (digital marketin) untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen serta mempermudah proses penjualan.
2. Menerapkan strategi pengelolaan keuangan, dengan beberapa indikator yang dapat di pergunakan oleh UMKM untuk dapat mengontrol keuangan di tengah masa pandemik seperti saat ini pada bisnisnya, yaitu penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, sehingga penelitian dapat lebih sempurna dari penelitian sebelumnya.

1. Jumlah responden yang belum sesuai dengan populasi sasaran. Data yang di tetapkan hanya sejumlah 4 responden dari 7 responden, hal ini dikarenakan 3 responden lainnya yang tidak bersedia untuk di wawancarai dan mengisi

2. kuesioner. Dari keterbatasan data tersebut mengakibatkan hasil dari penelitian ini belum mencakup seluruh pabrik yang ada di kec. Selesai ka. Langkat.
3. Keterbatasan waktu untuk bertemu dengan responden untuk memwawancarai, sehingga data yang dicari lewat wawancara tidak terkumpul sepenuhnya. Hal ini mengakibatkan data yang kurang spesifik dan handal. Kurang spesifik karena data dari jawaban wawancara belum mencakup keseluruhan dari responden, kurang handal karena responden hanya menjawab secara singkat dan tidak ada penjelasan lebih lanjut.
4. Keterbatasan karena peraturan pemerintah tentang PSBB sehingga membutuhkan waktu tertentu dalam melakukan observasi ke lapangan.

5.3.Saran

Saran dan masukan yang dapat diberikan oleh penulis bagi beberapa pihak adalah sebagai berikut

1. Bagi UMKM pabrik tahu di kec. Selesai ka. Langkat di dalam masa pandemic covid 19 seperti saat ini sangatlah dibutuhkan strategi yang kuat dalam mempertahankan kestabilan UMKM maka akan lebih baik jika dalam pelaporan dan pengendalian lebih di tingkatkan penerapannya. Cara untuk meningkatkannya adalah dengan melengkapi laporan keuangan yang belum dimiliki seperti laporan neraca, dan untuk pengendalian bagi UMKM yang melayani penjualan secara kredit sebaiknya membuat prosedur penagihan penjualan, karena dari meningkatkan penerapan pelaporan dan pengendalian dapat mengetahui informasi usahanya. Begitu juga dengan digital marketing, strategi ini sangatlah di butuhkan di masa-masa seperti

2. sekarang dimana dengan digital marketing kita dapat memperluas jaringan dalam melakukan pemasaran.
3. Bagi departemen perindustrian dan perdagangan atau lembaga keuangan agar mengadakan pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan dan penerapan digital marketing secara merata agar anggota UMKM dapat menambah pengetahuan dan dapat menyusun laporan keuangan dengan lengkap begitu juga dengan penerapan digitat marketing.
4. Bagi peneliti selanjutnya agar peneliti selnjutnya bisa memperluas wilayah penilitan begitu juga dengan penambahan responden sehingga diharapkan dapat memperoleh data yang semakin lengkap dan hasil dari penelitian akan semakin handal, detail dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Prativi Nugraheni 1, O. L. (2020). *Strategy Of Smes In The Covid-19 Pandemic Period. Jurnal Akuntansi & Perpajakan, Volume 2, No. 1,* 45-52.
- Barus, M. D. B., & Azzahra, A. S. (2020). Analisis Aplikasi Dan Penerapan Matematika Pada Ilmu Ekonomi Fungsi Permintaan Dan Penawaran. *Jurnal akuntansi bisnis dan publik*, 11(1), 103-114.
- Efandri Agustian1*, I. M. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan. Jurnal Manajemen dan Sains*, 257-262.
- Gregorius Rio Alfrian1), E. P. (2020). *Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Bertahan. E-ISSN: 2621-9794, P-ISSN: 2477-2097, Vol. 6 No. 2*, 139-141.
- Hardilawati1, W. L. (2020). *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid19. Jurnal Akuntansi & Ekonomika, Vol. 10 No. 1, Juni 2020*, 90-98.
- Hawangga Dhiyaul Fadly, 2. (2020). *Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding. Volume 5 No 2*, 213-223.
- Ika Fitriyani1*, N. S. (2020). *Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, Vol. 1 No. 2*, 87-95.
- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). *UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index*. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Monika Balqis Pratiwi1, I. N. (2020). *Strategi Bertahan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10981104.
- Muhammad Sabiq Hilal Al Falih, 2. R. (2019). *Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol.2 No.1*
- Milanie, F., Sari, A. K., & Saputra, H. (2020). *An Effect of Empowerment Organizational Structure and Job Design Employee Effectiveness Work in the Office Directors of PTPN II Tanjung Morawa. International Journal of Management*, 11(5).
- Pinilih2, I. S. (2020). *Pergeseran Fokus Usaha Sebagai Strategi Baru Umkm Dalam Menghadapi New Normal. Jurnal Pro Bisnis, Vol. 13 No. 2*, 1-10.
- Ratnaningtyas, E. M. (2021). *Dampak dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Menghadapi The "New Normal". Vol. 11, No. 1,* 63-70.
- Siregar, O. K., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Daerah Berbasis Rasio dan Pertumbuhan Ekonomi Pada Pemerintah Kabupaten dan Kota Sumatera Utara (Studi Kasus Mebidangrokat). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 11(2), 27-37.

Yunista2, F. S. (2018). *Strategi Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Jurnal OPTIMA, Volume II No2,*
14-23.