

## Pemanfaatan Akuntansi Manajemen untuk Mempertahankan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading)

IGA. Rani Indrayanthi\*, I Gede Putu Banu Astawa

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia

\* igaraniindrayanthi03@undiksha.ac.id

### Riwayat Artikel:

Tanggal diajukan:  
12 Februari 2024

Tanggal diterima:  
29 April 2024

Tanggal dipublikasi:  
30 April 2024

**Kata kunci:** akuntansi, perusahaan dupa, kelapa gading

### Pengutipan:

Indrayanthi, IGA. Rani & Astawa, I Gede Putu Banu (2024). Pemanfaatan Akuntansi Manajemen untuk Mempertahankan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 14 (1), 95-106.

**Keywords:** accounting, incense company, kelapa gading

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akuntansi yang digunakan untuk menyusun strategi bagi perusahaan Dupa Kelapa Gading di masa pandemi Covid-19. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Adapun lokasi dari penelitian ini yaitu bertempat di Desa Dauhwaru, Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana, Bali. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis yang dilakukan peneliti setelah pengumpulan data adalah mereduksi data guna mempertajam analisis, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Hasil dari penelitian ini adalah adanya peningkatan profit yang di tunjukkan pada hasil laporan keuangan, perusahaan dupa Kelapa Gading menambah modal usaha dengan melakukan KTA demi meneruskan usahanya yang semakin maju di masa COVID-19. Kemudian, perusahaan menggunakan data akuntansi dalam merancang strategi di perusahaan yaitu dengan menjalankan sistem penjual *online* dan *reseller* karena di anggap efektif di masa pandemi.

### Abstract

*This study aims to determine the accounting used to develop strategies for the Kelapa Gading Incense company during the Covid-19 pandemic. This type of research is qualitative descriptive research. The location of this research is located in Dauhwaru Village, Jembrana District, Jembrana Regency, Bali. The data collection technique that researchers used in this study was by conducting in-depth interviews, observations, and documentation. The analysis technique carried out by researchers after data collection is to reduce data to sharpen analysis, presentation of data, and drawing conclusions and verification. The result of this study is an increase in profit shown in the results of the financial statements, the Kelapa Gading incense company increased business capital by conducting KTA in order to continue its increasingly advanced business during the COVID-19 period. Then, the company uses accounting data in designing strategies in the company, namely by running an online seller and reseller system because it is considered effective during a pandemic.*

### Pendahuluan

Pada masa pandemi Covid-19 sangat berdampak terhadap berbagai sektor yang ada di Indonesia terutama pada sektor ekonomi. Dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh pendapatan domestik, namun juga berdampak pada global. Terutama pada persaingan

usaha yang semakin ketat dan tidak sedikit perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja ( PHK ). Menurut Juniar Perdamaian (2020: 28) Ketua Umum Badan Pengurus Daerah (BPD) dan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Afifuddin Suhaeli Kalla memperkirakan, pengusaha di setiap sektor telah mengalami kerugian hingga 20 persen sejak adanya kasus pertama korban positif Covid-19 ini dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Hal tersebut tentunya sangat mempengaruhi Usaha Mikro Kecil (UMK) yang ada, karena berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung di bandingkan hari – hari sebelumnya.

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018 diketahui jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Dimana, daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Hal ini menunjukkan bahwa UMK sangat mendominasi dari usaha yang ada, dengan daya serap tenaga kerja yang sangat besar. Namun, dampak dari pandemi Covid-19 menjadikan pelaku usaha mulai surut hingga gulung tikar.

Pemerintah berupaya agar UMK dapat terus mengembangkan usanya meski pada kondisi pandemi, adapun upaya yang telah dilakukan diantaranya mengurangi tarif pajak selama enam bulan, sejak April 2020 hingga September 2020, memberikan program bantuan pemerintah, seperti Kartu Prakerja dan Keluarga Harapan. Bantuan berupa relaksasi dan restrukturisasi pembayaran pinjaman bagi pelaku UMK dan koperasi oleh Kementerian Koperasi (Chaerani, Talytha & Perdana,2020).

Berdasarkan laporan Perekonomian Provinsi Bali bulan Agustus tahun 2020 tercatat ekonomi Bali menurun hingga mencapai 10,98%. Pertumbuhan yang lambat tersebut disebabkan oleh penurunan signifikan pendapatan dari sektor utama Bali yaitu pariwisata. Jumlah wisatawan mancanegara di Bali telah menurun sejak awal pandemi hingga pada Mei 2020 sebesar 99,97%. Bali mengalami kerugian sekitar 9,7 triliun Rupiah setiap bulan dari sektor pariwisata. Sehingga ini mempengaruhi penurunan pendapatan pada UMK. UKM merupakan usaha industri rumah tangga, salah satu aktivitas bisnis yang menjadi perhatian pemerintah karena kemampuan yang besar dalam menjalankan perekonomian masyarakat, sekaligus menjadi tumpuan pendapatan sebagaimana besar masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Arianty, 2017; Wibowo, 2020). Peran usaha rumah tangga sangat berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan keluarga karena dapat membantu dan menambah pendapatan (Syahdan, 2019). Saat ini usaha pada sektor produk olahan rumah tangga telah mengalami penurunan pendapatan dan menghadapi tantangan untuk tetap bertahan selama adanya peraturan pemerintah untuk pembatasan kegiatan masyarakat.

Kabupaten Jembrana terjadi perkembangan UMK pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 80 persen. Hampir semua sektor, per akhir Oktober ini mencapai 40 ribu UMK dari sebelumnya 22 ribu UMK yang ada. (balipost.com Jembrana). Salah satu faktor pendukung terjadinya peningkatan disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang terkena PHK karena pariwisata di bali mengalami penurunan. Banyak masyarakat Jembrana bertahan hidup dengan cara membuka usaha – usaha kecil untuk sementara, hingga pariwisata di Bali membaik.

Hal tersebut mengakibatkan perubahan pada operasi sehari-hari dan strategi manajemen mereka untuk bertahan di masa pembatasan kegiatan. Sementara beberapa usaha dapat beroperasi dari jarak jauh, usaha produk olahan rumah tangga seperti dupa sangat sulit di pasarkan mengingat kondisi pandemic saat ini. Oleh karena itu usaha ini menghadapi biaya operasional yang lebih tinggi untuk menyediakan pengemasan pengiriman, sanitasi, dan alat pelindung diri (Lai et al., 2020). UMK sebagai penggerak utama ekonomi di Indonesia sangat terpapar oleh adanya dampak pandemi COVID-19 (Pakpahan, 2020).

UMK belum mampu mengatasi dampak pandemi COVID-19 karena penurunan permintaan dan menurunnya nilai transaksi masih dirasakan. UMK kali ini dinyatakan tidak

bisa menjadi penolong perputaran ekonomi Indonesia seperti di krisis moneter tahun 1998 karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat maupun operasional usaha (Asmini et al., 2020). Krisis yang terjadi pada saat ini sangat berbeda dengan yang dialami pada tahun sebelumnya, karena masyarakat membatasi bepergian dan berbelanja di masa COVID-19. Pelaku UMK banyak yang memperoleh sumber bahan bakunya dari China yang berarti menyebabkan terhambatnya aktivitas usaha dan akan menyebabkan harga produk serta inflasi meningkat (Silalahi & Ginting, 2020). Masa krisis saat ini terjadi penurunan daya beli yang sangat signifikan (Santoso & Fitriani, 2016). Pengaruh krisis kesehatan yang dialami masyarakat saat ini hanya menghentikan daya beli, bukan kemampuan membeli. Hal tersebut menyebabkan krisis pada masa COVID-19 ini tidak dapat dihadapi dengan menggunakan strategi bertahan dalam menghadapi krisis pada masa lalu. Meskipun ada krisis lain yang mempengaruhi ekonomi global, ketidakpastian yang disebabkan oleh krisis COVID-19 telah menciptakan cara pandang baru dalam bisnis (Liguori & Winkler, 2020).

Salah satu UMK yang merasakan penurunan pendapatan yaitu Perusahaan Dupa Man'ku yang berada di Mendoyo. Penurunan penjualan tercatat pada grafik penjualan perusahaan Man'ku.

Di sisi lain dari produk usaha yang sama yaitu dupa, terdapat produksi rumahan dupa yang justru mengalami peningkatan penjualan di masa pandemi yaitu Perusahaan Dupa Kelapa Gading, hal ini dapat dibuktikan dengan data penjualan perusahaan pada lampiran 2. Dari data tersebut tercatat bahwa pada tahun 2020 memiliki peningkatan penjualan yang tiap bulannya. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan November tahun 2021 yaitu sebesar 15.970. Sehingga, berdampak pada pendapatan perusahaan juga penyerapan tenaga kerja pada UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading.

Keberhasilan usaha produksi rumahan dupa ini, untuk mengelola usahanya hingga mencapai keberhasilan tentu dipengaruhi oleh keputusan atau kebijakan tentang pengelolaan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Seorang pimpinan perlu mempertimbangkan alternatif kebijakan yang paling baik diantara berbagai alternatif keputusan yang tersedia, yang berarti keputusan yang diambil harus menghasilkan laba maksimal atau rugi minimal. Untuk menghasilkan keputusan yang tepat maka manajemen atau pembuat keputusan perlu berbagai informasi sebagai dasar pertimbangan. Oleh karena itu, manajemen harus mampu mengambil keputusan yang akurat. Akuntansi manajemen berperan menyediakan informasi dari data akuntansi untuk membantu manajemen dalam membuat keputusan rasional yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi perusahaan dengan tujuan mempertahankan profitabilitas perusahaan.

Dari uraian di atas penulis menyadari pentingnya peranan akuntansi manajemen bagi suatu perusahaan terutama dalam pengambilan keputusan sehingga UMK khususnya perusahaan Dupa Kelapa Gading mampu bertahan di masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahasnya melalui penelitian yang berjudul "Pemanfaatan Akuntansi Manajemen Untuk Mempertahankan Profitabilitas di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading)".

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu "Bagaimana akuntansi digunakan oleh pihak manajemen untuk menyusun strategi yang diterapkan oleh UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading dalam meningkatkan pendapatan di masa pandemi COVID-19?"

## Metode

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6). Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai

pemanfaatan akuntansi manajemen pada UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading dalam mempertahankan profitabilitas di masa pandemi. Dalam penelitian ini, peneliti akan diorientasikan untuk dapat mengungkapkan serta mendeskripsikan mengenai strategi, khususnya pemanfaatan akuntansi manajemen untuk UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading dalam mempertahankan profitabilitas di masa pandemi Covid-19.

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian yang saya lakukan bertempat di Desa Dauharu, Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana. Lokasi ini dipilih dikarenakan Pabrik Dupa Kelapa Gading relevan dengan topik yang peneliti angkat sebagai bahan kajian penelitian. UMK ini memiliki pengelolaan dan strategi bisnis yang baik terbukti dengan masih berdirinya perusahaan tersebut sampai saat ini, walaupun telah menghadapi pandemi Covid-19.

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif. Sehingga dalam penelitian ini diperlukan data sebagai bahan informasi untuk dijadikan analisis yaitu data kualitatif. Data kualitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kalimat ataupun uraian yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti, juga dari hasil observasi mengenai keadaan umum yang di hadapi UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading di masa pandemi Covid-19, serta peran akuntansi manajemen dalam mempengaruhi profitabilitas UMK tersebut, serta pengambilan foto sebagai bukti penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) yaitu data primer dan data sekunder. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah para informan dari UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading yang memberikan informasi langsung mengenai strategi UMK Perusahaan Kelapa gading untuk bertahan di masa pandemi khususnya pemanfaatan akuntansi manajemen dalam menjaga probabilitas usaha. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen, arsip-arsip, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara atau interview adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, motivasi dan sebagainya yang dilakukan oleh dua pihak. Observasi adalah teknik pengamatan dari seorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti. Dokumentasi yang diambil peneliti sebagai data berupa tulisan, gambar-gambar dan lainnya yang bersifat catatan yang berasal dari internet, dann dokumentasi langsung UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Pengumpulan data, data yang dikumpulkan peneliti dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara, observasi dan juga dokumentasi.
2. Reduksi data, meliputi berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mempertajam analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang hal yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi. Menurut Miles dan Humbermen dalam Sugiyono (2017) proses wawancara kepada informan terkadang dapat keluar dari konteks panduan wawancar yang disusun. Reduksi pada hasil wawancara ini dilakukan dengan menghilangkan jawaban-jawaban dan informasi yang bersifat *out of* konteks. Sehingga proses reduksi berkaitan dengan penelitian data dilihat dari relevansinya dengan pertanyaan penelitian. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian direduksi untuk keperluan data dalam memudahkan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan secara terus menerus selama proses penelitian berlangsung hingga diperoleh data mengenai strategi UMK Perusahaan Dupa Kelapa Gading khususnya pemanfaatan akuntansi manajemen dalam menjaga profitabilitas usaha di masa pandemi.
3. Penyajian data, setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah melakukan penyajian data. Penyajian data dilakukan terhadap data yang diperoleh melalui proses wawancara, studi dokumentasi dan juga observasi disajikan melalui penyusunan teks naratif dalam kesatuan bentuk, keteraturan, pola-pola, penjelasan, pemaknaan, konfigurasi dan alur sebab akibat. Sehingga data dapat mudah dipahami dan dimengerti.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, merupakan langkah terakhir dalam analisis data yaitu verifikasi dan penarikan kesimpulan. Verifikasi dilakukan pada penelitian sumber, mengungkapkan fakta dengan menggunakan bahasa yang bersifat komunikatif dan mudah dipahami, kemudian data yang diperoleh diuraikan serta dikembangkan berdasarkan teori yang ada. Proporsi ini dapat diuji untuk mengetahui sejauh mana dapat dipertahankan melalui bukti-bukti yang salah dalam menjawab pertanyaan penelitian. Selanjutnya hasil analisis terdapat proporsi ini dapat dimanfaatkan dalam penarikan kesimpulan penelitian yang menguraikan hal-hal yang hakiki, makna subjektif temuan konsep dan proses universal atas permasalahan yang diteliti.

### Hasil dan Pembahasan

Dupa merupakan salah satu bagian alat persembahyangan bagi umat Hindu khususnya di Bali. Secara umum dupa digunakan oleh para umat sebagai sarana melakukan pemujaan kepada Tuhan melalui suatu proses upacara keagamaan. Adapun tujuan penggunaan dupa adalah sebagai sarana bagi umat untuk memusatkan pikirannya dan keheningannya sehingga dapat menghubungkan diri dengan Tuhan. Tingginya permintaan dupa di Bali yang memotivasi lahirnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dupa di kabupaten Jembrana. Sejak 7 (tujuh) tahun yang lalu, I Gede Gunadnya merintis usaha Dupa Kelapa Gading di Desa Mendoyo. Tepatnya, perusahaan Dupa Kelapa Gading berdiri pada tahun 2016. Perusahaan dupa Kelapa Gading memiliki dua produk unggulan yaitu Dupa Harum Sari, dan Dupa Ayudya.

Meskipun menjadi produsen di daerah, Dupa Kelapa Gading memiliki visi untuk menjadi penyedia dupa terbaik. "Walaupun memproduksi di daerah kecil, saya berjuang supaya usaha Dupa Kelapa Gading dapat diterima di seluruh daerah di Bali dan menjadi penyedia dupa terbaik di Bali," kata Gede Gunadnya. Hingga saat penelitian ini dibuat, dupa Kelapa Gading telah dijual di beberapa daerah di Bali seperti: Badung, Denpasar, dan Tabanan.

Dampak merupakan sesuatu hal yang disebabkan oleh sesuatu yang dilakukan, baik berupa hal yang positif ataupun berupa hal yang negatif atau sesuatu yang sangat berpengaruh sehingga menyebabkan akibat yang positif maupun negatif. Penyakit Corona terdeteksi pertama kali di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 dan WHO secara resmi menetapkan sebagai pandemi Covid-19 pada tanggal 9 Maret 2020. Dengan penetapan penyakit Corona sebagai pandemi ini mengharuskan pemerintah untuk mengambil kebijakan-kebijakan secara cepat dalam rangka mencegah penyebaran virus yang cepat.

Salah satu kebijakan yang diambil Pemerintah adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB ini memberikan pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat karena masyarakat menjadi tidak leluasa untuk melakukan kegiatan baik sosial, pendidikan, ekonomi, kebudayaan, kesehatan, dan sebagainya. Transaksi ekonomi yang biasa dilakukan secara langsung menjadi terbatas dan ini berdampak besar bagi masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada penghasilan harian.

Di Indonesia banyak warga masyarakat yang bekerja pada sektor informal seperti ojek online, pekerja bangunan, pedagang di pasar, penjual kaki lima, dan lain-lain yang terdampak langsung akibat pembatasan ini. Tidak hanya pada sektor informal, pandemi ini juga berpengaruh terhadap industri pariwisata, industri maskapai penerbangan, industri manufaktur, dan lainnya.

Pada pandemi Covid-19 yang tengah genting, tidak sedikit perusahaan yang mengalami kerugian dan harus menghentikan kegiatan operasionalnya. Berbeda halnya dengan produksi dan penjualan pada perusahaan dupa Kelapa Gading yang tidak menurun justru situasi pandemi meningkatkan produksi dan penjualan dupa mereka, membuat profitabilitas perusahaan dupa Kelapa Gading menghasilkan laba yang tinggi. Peningkatan ini disampaikan oleh Gunadnya selaku owner dan direktur perusahaan dupa Kelapa Gading yaitu :

“Masa pandemi sebenarnya berdampak juga pada kami, sebelum terjadi PSBB saya dengan tim sudah merapatkan strategi untuk mengatasi hal yang mungkin ada saat Covid-19 kemarin, salah satunya kami merancang pemasaran melalui online, berbagai media sosial kami gerakkan ketika tantangan itu ada. Jadinya ya, yang lain mungkin usaha yang sejenis kami mengalami penurunan profit di usahanya. Kalau kami, luar biasa peningkatannya.”

Adapun penjelasan yang sama tentang dampak Covid-19 disampaikan oleh kedua informan lainnya yaitu:

“Perusahaan ini juga mengalami struggle tapi kami bisa bertahan karena telah mengantisipasi sebelumnya, jadi sebenarnya situasi pandemi kemarin membawa berkah buat kami, karena peningkatan penjualan dan membuka lapangan pekerjaan juga untuk yang lain.” kata Bapak Nata

“Sama mbak, disini berdampak sekali sebenarnya, terjadi fluktuasi juga kok keuangannya pasti. Tapi kami bisa survive disini mbak.” kata Bapak Komang Yogi.

Pada tahun 2017 modal kerja bersih pada UMK perusahaan Dupa Kelapa Gading mengalami fluktuasi. Hasil kerja yang diperoleh yaitu dari aktiva lancar di kurangi dengan hutang lancar. Pada triwulan pertama di tahun 2017 modal kerja sebesar Rp 9.745.700. Pada triwulan kedua di tahun yang sama modal kerja mengalami peningkatan sebesar Rp 4.115.900 sehingga menjadi Rp 13.861.600. Pada triwulan ketiga di tahun 2017 modal kerja mengalami penurunan sebesar Rp 1.015.900 sehingga menjadi Rp 12.845.700. Pada triwulan terakhir di tahun yang sama modal kerja kembali mengalami peningkatan sebesar Rp 14.375.800 sehingga menjadi Rp 27.221.500.

Pada tahun 2018 modal kerja yang terdapat pada UMK perusahaan dupa Kelapa Gading kembali mengalami fluktuasi, dimana di awal triwulan di tahun 2018 modal kerja sebesar Rp 19.040.550. Pada triwulan kedua di tahun yang sama modal kerja mengalami penurunan sebesar Rp 1.170.570 sehingga menjadi Rp 17.869.980. Pada triwulan ketiga di tahun 2018 modal kerja mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar Rp 6.740.980 sehingga menjadi Rp 11.129.000. Pada triwulan terakhir di tahun yang sama modal kerja mengalami peningkatan sebesar Rp 3.354.720 sehingga menjadi sebesar Rp 14.483.720.

Pada tahun 2019 modal kerja yang terdapat di UMK perusahaan dupa Kelapa Gading mengalami penurunan yang signifikan yaitu dimana di awal triwulan di tahun 2019 modal kerjanya sebesar Rp 13.090.670. Pada triwulan kedua di tahun yang sama modal kerja mengalami penurunan sebesar Rp 2.765.000 sehingga menjadi Rp 10.325.670. Pada triwulan ketiga di tahun 2019 modal kerja mengalami penurunan sebesar Rp 1.750.000 sehingga menjadi Rp 8.750.000. Pada triwulan terakhir di tahun yang sama modal kerja mengalami penurunan sebesar Rp 1.106.800 sehingga menjadi Rp 7.643.200.

Pada tahun 2020 modal kerja bersih pada UMK perusahaan dupa Kelapa Gading mengalami fluktuasi. Hasil modal kerja yang diperoleh yaitu dari aktiva lancar di kurangi dengan hutang lancar. Pada awal triwulan di tahun 2020 modal kerja sebesar Rp 19.264.470. Pada triwulan kedua di tahun yang sama modal kerja mengalami peningkatan sebesar Rp 745.230 sehingga menjadi Rp 20.009.700. Pada triwulan ketiga di tahun 2020 modal kerja kembali mengalami peningkatan sebesar Rp 11.619.700 sehingga menjadi Rp 31.629.400. Pada triwulan terakhir di tahun yang sama modal kerja mengalami penurunan sebesar Rp 5.053.900 sehingga menjadi Rp 26.575.500.

Pada tahun 2021 modal kerja bersih pada UMK perusahaan dupa Kelapa Gading mengalami peningkatan yang signifikan. Hasil modal kerja yang diperoleh yaitu dari aktiva lancar di kurangi dengan hutang lancar. Pada awal triwulan di tahun 2021 modal kerja sebesar Rp 22.730.000. Pada triwulan kedua di tahun yang sama modal kerja mengalami peningkatan sebesar Rp 8.395.340 sehingga menjadi Rp 31.125.340. Pada triwulan ketiga di tahun 2021 modal kerja mengalami peningkatan sebesar Rp 3.425.410 sehingga menjadi Rp 34.550.750. Pada triwulan terakhir di tahun yang sama modal kerja mengalami peningkatan sebesar Rp 7.429.400 sehingga menjadi Rp 41.980.150.

Akuntansi yang digunakan oleh pihak manajeen untuk mempertahankan pendapatan dimasa pandemi adalah lamporan keuangan triwulan yang tersaji pada 4.1.2. Dari keterangan di atas terlihat bahwa terjadi peningkatan modal kerja pada UMK perusahaan dupa Kelapa Gading. Tentunya produksi meningkat dan bahan baku pun meningkat. Karena

produksi meningkat maka pekerja pun bertambah dari yang sebelumnya 6 orang menjadi 12 orang. Peningkatan pendapatan pada perusahaan dupa Kelapa Gading tersebut tentunya berkaitan dengan meningkatnya produksi barang. Karena pedapatan berbanding lurus dengan permintaan, maka permintaan tentu meningkat. Karena permintaan meningkat maka modal usaha pun bertambah, mengingat keadaan pandemi COVID-19 tentunya pihak perusahaan juga mengubah sistem pemasaran. Dari meningkatnya permintaan hingga mengubah sistem pemasaran tentunya memerlukan modal yang cukup banyak. Maka perusahaan dupa Kelapa Gading melakukan penambahan modal dengan cara melakukan investasi kredit ke bank.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat di lihat keterangan di atas diketahui bahwa terjadi peningkatan modal kerja pada UMK perusahaan dupa Kelapa Gading. Dari sebelum pandemi hingga setelah pandemi terutama di tahun 2021 yang mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan tiap triwulannya. Dari laporan di atas jelas terlihat peningkatan pendapatan pada perusahaan dupa Kelapa Gading selama dua tahun terakhir, khususnya pada masa COVID-19. Peningkatan pendapatan pada perusahaan dupa Kelapa Gading tersebut tentunya berkaitan dengan meningkatnya produksi barang. Karena pedapatan berbanding lurus dengan permintaan, maka permintaan tentu meningkat. Karena permintaan meningkat maka modal usaha pun bertambah, mengingat keadaan pandemi COVID-19 tentunya pihak perusahaan juga mengubah sistem pemasaran. Dari meningkatnya permintaan hingga mengubah sistem pemasaran tentunya memerlukan modal yang bertambah dari modal sebelumnya untuk memenuhi kebutuhan pasar. Maka perusahaan dupa Kelapa Gading melakukan penambahan modal dengan cara melakukan investasi kredit ke Bank.

Jenis pinjaman yang di gunakan pada perusahaan dupa Kelapa gading adalah Kredit Tanpa Agunan (KTA). KTA merupakan pinjaman yang tidak mengambil jaminan tertentu seperti surat berharga, tanah, rumah, kendaraan, atau aset lainnya. Jenis pinjaman yang satu ini memang sangat terkenal, karena bunga yang ditawarkan pun cukup kompetitif maka dari itu perusahaan dupa Kelapa Gading memilih KTA untuk menambah modal usahanya di tengah pandemi COVID-19. Untuk jenis pinjaman yang satu ini, umumnya dana yang bisa diajukan bisa mencapai Rp200 juta hingga Rp300 juta. Tentunya nominal yang terbilang cukup untuk mengembangkan usaha yang sudah ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas dari beberapa kemudahan yang ada pada sitem belanja online dibandingkan belanja konvensional. Tentunya belanja online menjadi strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan dupa Kelapa Gading di tengah pandemi COVID-19. Disamping itu dengan penjualan yang di lakukan secara online dapat memperkenalkan produk perusahaan dupa Kelapa Gading lebih luas lagi. Selain itu terobosan perusahaan dupa Kelapa Gading membuka sistem riseller juga, dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat yang kesulitan dalam mencari pekerjaan tengah pandemi COVID-19.

Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan dupa Kelapa Gading bahwa untuk mengembangkan bisnisnya yaitu bisnis dupa secara optimal. Strategi pemasaran yang digunakan di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan menggunakan media sosial, antara lain, facebook, instagram, whatsapp, serta tergabung dalam usaha online seperti shopee dan tokopedia. Dan menyebarkan sistem pemasaran dengan melakukan sistem riseller, untuk memperluas jaringan pemasaran, selain itu untuk mengenalkan produk yang di pasarkan.

Perubahan digital mengacu pada proses dan strategi teknologi digital untuk secara signifikan merubah cara berbisnis dan beroperasi dalam melayani customer secara langsung. Meskipun teknologi komputer telah ada selama beberapa dekade, namun konsep transformasi digital masih relatif baru dan bersifat memaksa para pelaku UMK salah satunya perusahaan dupa Kelapa Gading karena kondisi pandemi covid-19 saat ini. Pandemi covid-19 yang tengah melanda dunia, termasuk Indonesia dipastikan mempengaruhi kehidupan masyarakat, baik aspek kesehatan maupun sosial dan ekonomi. Pandemi covid-19 telah banyak mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbagai aktifitas, termasuk berbelanja.

Kebijakan beberapa negara untuk melakukan pembatasan sosial untuk menghambat penyebaran virus corona membuat masyarakat memilih untuk belanja online. Situasi ini

mendorong akselerasi perekonomian digital terutama pada penjualan dupa. Para UMK mau tidak mau harus mengubah strategi pemasara baru untuk mengikuti perkembangan pola konsumen di masyarakat saat ini yang mengarah ke digital dan mengubah kebiasaan masyarakat untuk belanja secara online.

Perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel. Pasar ritel yang beberapa waktu sebelumnya mencoba untuk menggosok keberadaan pasar tradisional, tetapi pada kenyataannya keberadaan pasar ritel modern dipengaruhi oleh globalisasi terlihat bahwa beberapa pasar ritel mulai menurun. Satu persatu pasar ritel modern, skala besar, mikro, hingga kecil mulai turun. Hal ini disebabkan kurangnya minat konsumen untuk berbelanja secara konvensional meskipun fasilitas fisiknya sangat nyaman dan hampir tidak ada celah. Dengan menghadirkan kemudahan berbelanja di masa pandemi COVID-19 saat itu, orang enggan dan lebih suka melakukan aktivitas belanja online atau menggunakan aplikasi media, sesuai dengan kebijakan pembatasan yang diteapkan oleh pemerintah. Ada beberapa alasan orang melakukan belanja online :

a) Meminimalkan Biaya.

Belanja online berkembang pesat, karena penghematan biaya dan waktu menjadi faktor utama orang melakukan transaksi online. Selain lebih efisiensi biaya, efisiensi yang bisa dihemat antara lain biaya transportasi, biaya parkir, dan biaya akomodasi yang merupakan satu paket untuk melaksanakan pembelian dan proses transaksi. Dari segi efisiensi waktu, pembeli tidak perlu harus meluangkan waktu khusus untuk melakukan aktifitas belanja, terlebih menghabiskan banyak waktu lagi untuk memilih dan mencari barang dari toko ke toko, sehingga menguras tenaga dan pikiran. Dengan belanja online pembeli cukup meluangkan waktu seperlunya saja.

b) Mengurangi Kelelahan

Untuk transaksi pasar online anda tidak perlu harus repot mendatangi toko, mall atau tempat makan. Sehingga kita tidak lelah dan tidak mengeluarkan tenaga ekstra untuk berbelanja, belum lagi harus mengendarai kendaraan, menghindari kemacetan, dan berbagai resiko yang muncul di jalan. Jika transaksi secara online, kita bisa berbelanja sambil melakukan aktifitas lain dirumah, atau tempat kerja, sangat praktis dan tidak melelahkan.

c) Efisiensi Daya

Penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan social distancing dikota-kota besar menimbulkan kepanikan dimasyarakatoleh karena itu Aktifitas keluar rumah dibatasi. Aturan PSBB sudah tercatat didalam peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 tahun 2020. Untuk melakukan aktifitas belanja tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk antri di depan kasir, antri dan desak- desakan dalam memilih barang terbaik, belum lagi harus menunggu untuk dilayani para penjaga toko ketika toko sedang ramai dan banyak pengunjung. Aktifitas belanja online juga efisien dari segi daya, dan tidak melelahkan. Dengan belanja mealui online yang hanya dengan satu aktifitas membuka smartphone semua aktifitas belanja mulai memilih toko, memilih barang, membandingkan harga dan kulaitas hingga proses transaksi dan pembayaran dilakukan hanya dengan satu klik. Hal ini menjadi s ebuah kemudahan tersendiri dalam era masyarakat digital.

d) Terhindar dari Masalah Kerepotan.

Himbauan untuk dirumah saja atau dikenal dengan istilah stay at home, merupakan langkah memutus penularan virus covid-19. Jika berbelanja online, saat shooper ingin berbelanja banyak tidak perlu direpotkan membawa beratnya belanjaan untuk membawa barang belanjaan kendaraan atau kerumah kita, karena semua barang pesanan langsung dikirim kerumah dengan keadaan yang aman. Tentu berbeda dengan belanja konvensional dimana kita dibuat repot untuk membawa dan bahkan mengirimnya kerumah, karena tidak semua toko menyediakan jasa pengiriman barang yang dibeli oleh konsumen.

e) Membatasi Belanja

Salah satu faktor kelemahan konsumen dalam aktifitas belanja adalah nafsu belanja terlebih saat di pusat perbelanjaan. Ketika kita ingin membeli satu barang namun

sesampai di toko malah tertarik dengan barang lain yang sebenarnya tidak begitu penting dan tidak dibutuhkan dan bukan menjadi niat awal untuk membelinya. Ketika belanja online tentu hal ini bisa diminimalisir sebab kita akan bisa fokus terbatas hanya mencari barang yang dibutuhkan.

f) Harga Bersaing

Dalam aktifitas belanja konvensional, banyak faktor yang menyebabkan kita untuk membuang waktu membandingkan harga dengan toko sekitarnya, dan itu juga membutuhkan waktu dan tenaga dari satu toko ke toko yang lain. Berbeda halnya dengan belanja online, saat ingin membandingkan beralih ketoko lain hanya dengan satu klik tanpa kita harus berpindah secara fisik. Perbedaan harga juga tidak jauh berbeda dengan belanja konvensional. Jika dibandingkan dengan banyaknya keuntungan yang di berikan tentu tidak menjadi masalah untuk memilih belanja online.

g) Diskon Menarik/Harga Spesial

Banyak diskon yang ditawarkan dengan system belanja digital. Sistem belanja online menerapkan semacam sistem tabungan, jadi semakin sering berbelanja online, penjual akan memberikan voucher, gift, poin, atau reward tertentu. Berbeda dengan toko konvensional yang hanya memberikan potongan tertentu terbatas hanya pada yang punya member saja atau pada saat-saat tertentu.

h) Efisiensi Waktu

Dengan belanja online, kita tidak menghabiskan waktu untuk perjalanan ke toko untuk belanja, kita dimudahkan untuk tidak harus keluar dengan berbagai masalah diperjalanan, macet dijalan sekaligus bahaya di perjalanan. Aktifitas belanja online hanya membutuhkan waktu beberapa menit saja, sehingga kita mengatur kegiatan secara efektif untuk kegiatan lainnya.

i) Faktor Kenyamanan

Kenyamanan bisa diartikan berbeda oleh konsumen yang berbeda. Kenyamanan adalah kemampuan melepaskan diri dari beban pekerjaan rutin, sehingga bisa memiliki waktu lebih banyak untuk melakukan hal-hal yang lebih penting. Kita dapat menikmati kebebasan berselancar internet untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja. Kita tidak perlu harus berbondong saat keluar untuk belanja, bahkan dengan bersantiaupun kita sudah bisa melakukan aktifitas belanja, bahkan belanja juga dapat dilakukan tengah malam dan waktu libur.

Beberapa keuntungan yang ditawarkan cara belanja online untuk dapat mempertahankan eksistensinya di era digital.

1) Pelanggan dan Industri

a) Selama bertahun-tahun pemikiran tradisional berfokus pada kebutuhan sosial, memenuhi kebutuhan pelanggan mendasar seperti pakaian, makanan telah menjadi landasan pemasaran selama bertahun-tahun. Revolusi sosial digital telah mengubah kebutuhan dasar menjadi keseimbangan konektivitas antara satu pelanggan dan pelanggan lainnya.

b) Membangun ekosistem dan model bisnis baru di era digital saat ini, serta keunggulan kompetitif diciptakan dari keterikatan kita bersama lingkungan industri yang secara langsung mengubah pesaing kita dan diri kita.

2) Merancang Strategi Sosial dan Digital

a) Mengembangkan strategi sosial dan digital menanggapi perubahan yang terjadi di pasar dengan menerapkan strategi digital yang tepat. Perusahaan seperti American Express, Nike dan Harvard telah berhasil mengatasi kebutuhan sosial pelanggan mereka, sehingga mengurangi retensi pelanggan dan biaya akuisisi serta mengurangi biaya produksi.

b) Memindahkan pelanggan ke pasar online serta mengembangkan strategi digital membutuhkan kesiapan integrasi sistem operasi offline dan online. Tidak hanya menembus komunikasi pemasaran terpadu saja, tetapi juga menjadi manual operasional dan harus diterapkan bersama.

- 3) Melaksanakan Strategi Digital dan Sosial  
Penetrasi pasar baru pasar digital seperti , Facebook, Google, You Tube hingga aplikasi seluler telah mengubah pasar menjadi lebih cerdas dan terinformasi dengan baik. Haal Ini merupakan penggerak perubahan yang memaksa perusahaan menjadi lebih sosial dan digital. Di sini pentingnya memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi, pemasaran keluar dan masuk untuk mencapai keunggulan kompetitif. 90% pemasaran mengatakan bahwa media sosial sangat penting bagi bisnis mereka. Media sosial membuka peluang baru untuk menghasilkan aliran pendapatan.
- 4) Mengembangkan Kapabilitas Organisasi  
Media sosial memiliki sejumlah besar data mentah (big data) yang akan mengungkapkan informasi yang penting, salah satunya adalah perilaku konsumen dalam keputusan membeli atau memperkirakan barang dan jasa apa saja yang dibutuhkan di masa depan. Identifikasi kebutuhan perusahaan akan perubahan, persiapkan diri untuk perubahan. Perusahaan harus dirancang sedemikian rupa untuk mengakomodasi kebutuhan sosial digital pelanggan. Kehadiran pasar online di era digital tidak hanya membawa dampak buruk tetapi juga banyak sisi positif lainnya yang lebih dekat dengan konsumen / pelanggan, dengan cepat mempromosikan dan memperkenalkan produk kepada khususnya bagi para UMK, karena tidak adanya batasan pasar tetapi juga menjangkau seluruh pelosok dunia yang terhubung dengan internet, kecepatan dan tepat layanan menjadi kebutuhan utama konsumen di era globalisasi. Di era digital, pebisnis harus memiliki kemitraan dengan era digital sebagai reformasi bisnis. Perkembangan komunikasi digital, masyarakat modern baik perkotaan maupun pedesaan memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kegiatan belanja. Di era digital, orang cenderung menghabiskan aktivitas belanja online dari kegiatan belanja konvensional. Dampaknya adalah jatuhnya pasar-pasar konvensional, kejayaan pasar konvensional secara bertahap mulai tergerus dan diprediksi akan mengalami penutupan secara masif di masa depan. Maka beberapa hal yang dapat dijadikan alternatif untuk dapat melakukan bisnis di pasar ritel modern dalam gelombang perkembangan komunikasi digital.

Terdapat beberapa keuntungan dari beberapa produsen atau pihak perusahaan saat menerapkan sistem belanja online khususnya bagi pelaku UMK. Seperti pada perusahaan dupa Kelapa Gading dengan cara memanfaatkan E-commerce di tengah pandemi. Selain itu memperluas jaringan pemasaran dengan membuka sistem reseller, dengan adanya reseller selain dapat memperluas jaringan pemasaran dapat menjadi peluang bisnis bagi orang yang ingin memulai bisnis. Reseller adalah salah satu usaha yang dimiliki oleh seseorang yang membeli produk pada produsen yang akan dijual kembali pada konsumen. Bisnis yang berada pada ritel ini berada di sektor yang banyak dimanfaatkan oleh kalangan masyarakat.

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa : a) peningkatan profit yang di tunjukkan pada hasil laporan keuangan dari perusahaan dupa Kelapa Gading sangat jelas memberikan peningkatan yang baik pada perusahaan dupa Kelapa Gading tersebut, Dari peningkatan tersebut perusahaan dupa Kelapa Gading menambah modal usaha dengan melakukan KTA demi meneruskan usahanya yang semakin maju di masa COVID-19. b) perusahaan menggunakan data akuntansi dalam merancang strategi di perusahaan, karena melihat perusahaan dupa Kelapa Gading yang mampu eksis dan bahkan berkembang di masa pandemi COVID-19. Strategi yang di pilih oleh perusahaan dupa kelapa gading adalah sistem penjual online dan reseller karena di anggap efektif di masa pandemi saat ini. Dengan cara berjualan di beberapa platform yang ada di e-commerce maupun media sosial.

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan simpulan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Peneliti disarankan melalui penelitian ini bisa memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan penelitian ini dengan melihat indikator

lainnya yang memengaruhi keputusan manajemen pada perusahaan dalam mempertahankan perusahaan di masa pandemi COVID-19.

2. Pihak UMK disarankan penelitian ini dapat menjadi referensi dan pertimbangan strategi yang dapat dilakukan oleh UMK dengan memanfaatkan akuntansi manajemen dalam mengambil keputusan, dengan tujuan mempertahankan hingga meningkatkan pendapatan di masa pandemi. acuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan dan lebih memperhitungkan faktor belajar dalam meningkatkan kepercayaan nasabah dalam pengambilan keputusan peminjaman kredit berbasis online.

### Daftar Rujukan

- Anonim, 2020. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Anonim, 2021. Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 1 Tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Untuk Pengendalian Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), Jakarta: Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.
- Adiningsih, S., (2001), Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. Jakarta: Fakultas Ekonomi. Unikom.
- Ariawati, Ria Ratna. (2004). Usaha Kecil dan Kesempatan Kerja. Jakarta: Fakultas Ekonomi. Unikom.
- Asmini, Utama, I. N., Haryadi, W., & Rachman, R. (2020). Manajemen Business Cycle Sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Covid-19: suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, 1(2), 121-129.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2020). Publikasi Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi Provinsi Bali Tahun 2020. BPS Provinsi Bali.
- Bali Post. 2020. Kesepakatan SPSI dan Apindo Soal UMK Jembrana. Diakses dari <https://www.balipost.com/news/2020/11/05/156067/Ini,Kesepakatan-SPSI-dan-Apindo...html> [Online]. Diakses pada tanggal 7 September 2023.
- Catherine, Marshall & Gretchen B. Rossman, Designing Qualitative Research, Newbury Park: Sage Publications, 1989.
- Kasmir. (2012), Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kelara, Bulan Nettiary, Emi Suwarni. 2020. Peran Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. Jurnal. Universitas Bina Darma. Palembang.
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator Ekonomi. Cetakan Kedua. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sofyan Syafri Harahap. (2009). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta : Rajawali Pers
- Silalahi, D. E., & Ginting, R. R. (2020). Strategi Kebijakan Fiskal Pemerintah Indonesia dalam Menghadapi Dampak Pandemi COVID-19. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 2, 163.

Syahdan, & Husnan. (2019). Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. *Manazhim: Jurnal Manajemen Dan Ilmu Pendidikan*, 1(1), 45–63.  
<https://doi.org/10.36088/manazhim.v1i1.136>