

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa kita ketahui dengan sebutan UMKM merupakan salah satu wadah aktivitas perdagangan atau industri yang banyak bersaing dalam perekonomian di Indonesia. UMKM selalu dianggap menjadi peranan penting untuk sebagian besar penduduk Indonesia karena banyak yang bergantung kepada usaha yang mereka tekuni. UMKM juga banyak dianggap sebagai salah satu mata pencaharian bagi penduduk Indonesia dan sebagai usaha atau pekerjaan yang di mana akan selalu berkembang, terutama yang sudah memiliki modal usaha, walaupun akan selalu ada perkembangan naik atau turun pada tiap tahunnya. Maka dari itu, Pemerintah haruslah lebih memperhatikan perkembangan-perkembangan pada UMKM di Indonesia karena dengan adanya peran UMKM bisa berdampak baik dan akan membantu Pemerintah dalam mengurangi masalah-masalah perekonomian di Indonesia.

UMKM mempunyai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Peran UMKM tidak hanya dirasakan di negara-negara sedang berkembang melainkan juga di negara-negara maju. Di negara maju maupun berkembang, UMKM sangat penting, sebab menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar. Kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar. UMKM pun memiliki peranan atau kontribusi terhadap perekonomian Indonesia, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMK Republik Indonesia, Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada 2016 menunjukkan besarnya kontribusi UMKM yaitu :

1. UMKM menyerap hingga 89,2 persen dari total tenaga kerja.
2. UMKM menyediakan hingga 99 persen dari total tenaga kerja..
3. UMKM menyediakan 60,34 persen dari total PDB nasional.
4. UMKM menyumbang 14,17 persen dari total ekspor.
5. UMKM menyumbang 58,18 persen dari total investasi

Tabel 1.1 Kontribusi UMKM pada Perekonomian

No.	Kontribusi UMKM pada Perekonomian	Persentase %	Keterangan
1	UMKM Tenaga Kerja.	89,2%	Menyerap
2	UMKM Tenaga Kerja.	99%	Menyediakan
3	UMKM PDB Nasional.	60,34%	Menyediakan
4	UMKM Ekspor	14,17%	Menyumbang
5	UMKM Investasi	58,18%	Menyumbang

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMK Republik Indonesia, Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik (2016)

Kebangkitan sektor UMKM dapat berdampak dan mempercepat pemulihan ekonomi Indonesia. Potensi basis ekonomi Indonesia menurut pemerintah tergolong kuat dikarenakan banyaknya jumlah UMKM yang terbukti berdampak positif bahkan selama krisis ekonomi yang diakibatkan Pandemi Covid-19 di tahun 2020 (Nainggolan, 2020:2). Berada di tengah ketidakpastian ekonomi akibat pandemi Covid-19, Indonesia memiliki sektor UMKM yang bisa bergerak sebagai fondasi perekonomian nasional dan berkontribusi kepada kebangkitan ekonomi Indonesia (Abidin, 2020:3).

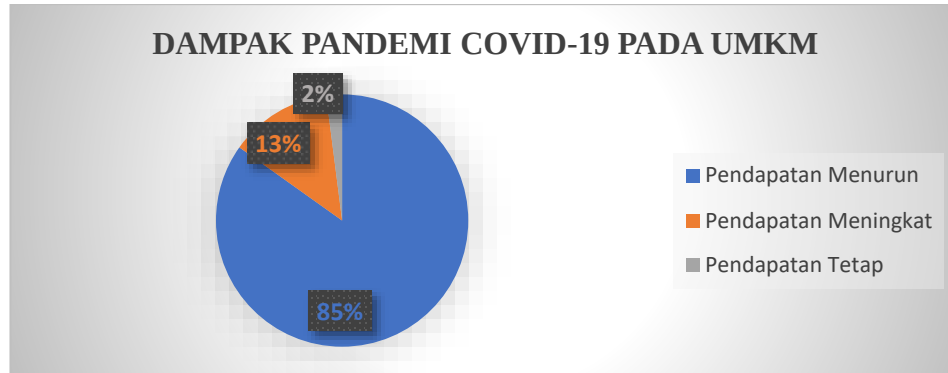
Salah satu tujuan berdirinya suatu usaha adalah untuk mendapatkan pendapatan demi meraih keuntungan yang maksimal. Pendapatan merupakan hal penting dalam dunia usaha, tak terkecuali bagi UMKM. Pendapatan yang maksimal juga dapat mempengaruhi perkembangan UMKM, yang awalnya hanya membuka di pekarangan rumah atau *home industry*, menjadi dapat menyewa atau bahkan memiliki lokasi dan tempat yang lebih strategis, sehingga semakin menarik minat pelanggan. Apalagi jika usaha yang dibuka berkembang, maka lebih banyak kemajuan lagi yang didapat seperti membuka cabang-cabang lainnya.

Tetapi di tahun 2020 sampai saat ini, Indonesia sedang menghadapi wabah yang besar dan sangat berdampak di hampir seluruh wilayah, yaitu adanya penyebaran virus yang berbahaya yang disebut virus Corona (Covid-19). Virus ini sangatlah berbahaya karena efek terburuk sampai memakan korban jiwa. Begitupun dampaknya terhadap dunia usaha, berdasarkan survei yang dilakukan oleh BPS menunjukkan bahwa penyebaran virus Corona yang kemudian disebut dengan pandemi Covid-19

begitu memukul dunia usaha dan menyebabkan penurunan pendapatan baik Usaha Mikro Kecil (UMK) maupun Usaha Mikro Besar (UMB).

BPS melakukan survei nasional kepada pelaku UMKM pada tahun 2020 , hasilnya sebanyak 84 persen UMKM mengaku pendapatannya turun selama pandemi, sedangkan 13 persen sisanya berpendapatan tetap dan 2 persen lainnya berpendapatan meningkat. Survei juga dilakukan pada pelaku UMB, hasilnya sebanyak 82 persen UMB pendapatannya cenderung menurun sejak ada pandemi, sementara 14 persen lainnya pendapatan tetap dan 2 persen sisanya berpendapatan naik. Tetapi di sisi lain ada pelaku usaha yang penghasilannya naik karena adanya Covid-19 yaitu diantaranya bidang ekspedisi, *frozen food*, *online shop*, *reseller* dan masih banyak lagi.

Gambar 1.2 Diagram Pai Dampak Pandemi Covid-19 Pada UMKM



Sumber : Badan Pusat Statistik(2020)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2021) menyatakan bahwa pandemi Covid-19 bukan hanya sekedar bencana kesehatan, virus yang dikenal sebagai Covid-19 ini sudah mulai menimbulkan berbagai masalah di sektor ekonomi. Masalah ini tidak hanya industri besar yang terdampak, tetapi pandemi virus Corona telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai menghadapi berbagai masalah yang belum pasti berakhirnya. Terlebih baru-baru ini, sebuah studi menyebut jika Covid-19 akan membuat Indonesia mengalami penurunan persentase pertumbuhan ekonomi sebesar 0.1% di tahun 2020. Begitupun hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari, *et al* (2021) yang menyatakan bahwa secara garis besar, Covid-19 menyebabkan kelumpuhan ekonomi, salah satunya di sektor UMKM. Penurunan omset pendapatan yang dialami para pelaku usaha menjadi problem yang harus segera diatasi mengingat UMKM sendiri

merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia yang banyak menyerap tenaga kerja.

UMKM yang terkena dampak pandemi Covid-19 salah satunya yaitu UMKM yang bernama Kebab BlastFood di daerah Tajur Bogor. Pandemi ini sangat berdampak kepada usaha Kebab di daerah Tajur, Kota Bogor, terutama dampak atas penghasilan atau pendapatan, menjadi cenderung menurun. Jam operasional berjualan pun terganggu karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), yang biasanya sudah buka dari jam 3 sore sampai jam 10 malam menjadi jam 4 sore sampai jam 9 malam saja, menjadikan penghasilan terus berkurang sejak ada pandemi ini. Di sisi lain yang membuat penghasilan atau pendapatan berkurang karena bertambahnya pesaing, sejak pandemi banyak perusahaan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) sehingga memaksa korban PHK untuk membuka usaha, khususnya UMKM sebagai solusi untuk bertahan hidup, dan bidang UMKM yang dipilih mayoritas adalah bidang kuliner, termasuk diantaranya adalah produk Kebab.

Usaha Kebab juga banyak diminati, menjadikan UMKM Kebab BlastFood bukan satu-satunya yang berjualan di bidang ini, karena yang berjualan kebab semakin banyak adapun yang membuat kebab versi *frozen food*, Kebab dengan banyak varian manis dan asin dan masih banyak lagi. Kebab Blastfood ini menyediakan 3 varian menu yaitu *kebab*, *hotdog* dan *burger* tetapi terkadang terkendalanya stok yang kosong atau belum siap. Banyaknya diskon harga yang di buat sebenarnya belum tentu para pelanggan pun berminat untuk membeli di Kebab Blastfood ini, Lingkungan yang cukup strategis dan nyaman pun belum dapat menarik perhatian para pelanggan karena kurangnya kebersihan di area dekat kebab ini berjualan. Membedakan Kebab BlastFood dengan para pesaing yang lain adalah Kebab BlastFood ini sama sekali tidak merubah harga tetap relatif murah kisaran Rp. 11.000-Rp. 17.000 saja sudah dapat mencicipi kebab ini, dan menu variannya terus bertambah yang baru seperti *hotdog*, *burger* dan lain-lain. Pesaing memasang harga yang relatif mahal walaupun banyak variannya juga. Tetapi walaupun harga sudah relatif murah dan varian sudah bertambah masih kurangnya minat pelanggan kepada kebab BlastFood ini.

Tabel 1.2 Daftar Harga Kebab BlastFood di Daerah Tajur

No	Menu	Harga
1	Kebab Blast Jumbo dan Mini	Rp. 15.000 sampai Rp. 11.000
2	Burger Blast	Rp. 15.000
3	Hotdog Blast	Rp. 17.000
Extra Chesse + Rp. 2000		

Sumber : Kebab BlastFood (2022)

Cara lain untuk menghadapi semakin banyaknya pesaing yang bermunculan pada saat ini Kebab BlastFood juga semakin banyak berinovasi dan berbenah diri agar tidak terlupakan di mata pelanggan, karena harga dari varian kebab sudah relatif murah. Kebab BlastFood ini melakukan berbenah gerobak menjadi lebih modern seperti banyak lampu-lampu yang membuat gerobaknya menjadi cerah dan mengundang simpatik pelanggan untuk membelinya, Kebab BlastFood sendiri belum memiliki banyak cabang hanya terdapat 9 cabang di Kota Bogor salah satunya berada di daerah Tajur.

Kebab ini bertempat di persis di depan Alfamart Tajur seberang perumahan Royal Tajur dan cukup memiliki banyak sasaran pelanggan karena berada di antara perumahan Royal Tajur dan banyak ruko, yang pastinya selalu mereka lihat dan lewati, jadi tempatnya mudah diingat. Tetapi cara ini masih belum mengangkat penjualan akibat masih adanya pandemi dan semakin banyaknya pesaing. Salah satu data penjualan kebab Daerah Tajur sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data Penjualan Sebelum dan Semasa Covid 19

Sektor	Tahun	Pendapatan		
		Harian	Mingguan	Bulanan
UMKM	2019	Rp. 300.000	Rp. 1.500.000	Rp. 5.000.000
	2020	Rp. 120.000	Rp. 600.000	Rp. 2.000.000
	2021	Rp. 150.000	Rp. 750.000	Rp. 3.000.000
	2022	Rp. 210.000	Rp. 1.050.000	Rp. 4.200.000

Sumber: Kebab Blastfood(2022)

Berdasarkan data di atas maka dapat diketahui penjualan Kebab BlastFood Cabang Tajur tertinggi dibulatkan sebanyak Rp. 300.000/hari pada tahun 2019, Omzet penjualan terendah sebanyak Rp. 120.000 pada tahun 2020. Sehingga didapat data

penjualan rata – rata omzet atau pendapatan perhari pada tahun 2019, 2020, 2021 dan 2022 adalah Rp. 195.000/hari.

Dari uraian permasalahan di atas, Kebab Blastfood ini diteliti agar mengetahui untung dan ruginya pendapatan yang didapat, jadi memudahkan ketika nanti mempunyai modal ingin membuka usaha *franchise* Kebab Blastfood ini tidak usah memperhitungkan lagi untung ruginya, dan untuk menambah pengetahuan tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pendapatan UMKM Pada Kebab BlastFood Dengan Adanya Pandemi Covid-19 Di Daerah Tajur”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Adanya pandemi membuat jam operasional Kebab Blastfood menjadi berkurang dan sangat berpengaruh terhadap pendapatannya.
2. Banyaknya peraturan PPKM saat ini menjadikan lebih banyak orang yang menjalankan usaha melalui *social media*.
3. Pandemi juga membuat orang-orang menjadi lebih pemilih dalam membeli makanan, jadi berkurang minat pembeli untuk membeli Kebab.

1.3 Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Kebab Blastfood Tajur menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup membuat pendapatan menurun apalagi di masa pandemi ini. UMKM yang diteliti ini sudah memiliki beberapa cabang dan yang diteliti salah satunya hanya yang bertempat di Daerah Tajur, UMKM ini juga memiliki data-data periode 2019-2021 yang mendukung untuk menganalisis pendapatan sebelum dan semasa pandemi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana perhitungan pendapatan dan kondisi Kebab BlastFood di Daerah Tajur sebelum dan semasa pandemi Covid 19 melanda ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian analisis pendapatan UMKM pada Kebab Blastfood sebelum dan semasa pandemi covid-19 sebagai berikut: Untuk mengetahui perhitungan pendapatan serta kondisi Kebab BlastFood sebelum dan semasa pandemi.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan ada manfaat yang dapat diambil bagi semua pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya terkait analisis pendapatan UMKM pada Kebab BlastFood dengan adanya pandemi *Covid-19* di daerah Tajur.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya terkait analisis pendapatan pada UMKM.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Memperoleh gambaran dan masukan tentang menganalisis pendapatan yang benar dan yang seharusnya diterapkan sehubungan dengan UMKM.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan mengenai analisis pendapatan khususnya pendapatan pada outlet-outlet yang sudah didirikan dan yang akan didirikan agar dapat memperhitungkan segala sesuatunya.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberi gambaran secara umum dari penelitian ini penulis membagi laporan dalam 3 bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub bagian. Penjelasan singkat mengenai isi bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan 11 manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisikan mengenai teori-teori yang menjelaskan tentang pengertian dan definisi yang diambil dari beberapa kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, pengambilan data, populasi dan sampel, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam penyusunan ini.