



SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
(STKIP) PGRI BANGKALAN
PUSAT BAHASA

Jl. Soekarno Hatta No. 52 Bangkalan Telp/Fax. (031) (031) 99301078/ 3092325
e-mail: admin@stkipgri-bkl.ac.id website: www.stkipgri-bkl.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 214/B11/C/IX/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Arfiyan Ridwan, M.Pd
NIDN : 0723078802
Jabatan : Kepala Pusat Bahasa

Menerangkan bahwa artikel di bawah ini:

- a) Nama Penulis : Aldila Septiana
- b) Judul Artikel : Gambaran Pengelolaan Keuangan Para Pelaku UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Area Jembatan Suramadu Bangkalan)
- c) Nama Jurnal : JUPE (Jurnal Pendidikan Ekonomi)
- d) Vol/ No/ Tahun : 9/ 3/ 2021
- e) Tingkat Similaritas : 46%

telah diperiksa tingkat plagiasinya dengan menggunakan perangkat *Turnitin* dengan hasil yang dilampirkan bersama surat ini.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Bangkalan, 08 September 2022
Kepala Pusat Bahasa



Arfiyan Ridwan, M.Pd
NIDN. 0723078802

GAMBARAN PENGELOLAAN KEUANGAN PARA PELAKU UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Area Jembatan Suramadu Bangkalan)

by Anindita P

Submission date: 22-Aug-2022 11:19PM (UTC-0700)

Submission ID: 1885838294

File name: 10._PenelitianGanjil20212022_Sept.2021.pdf (525.09K)

Word count: 6223

Character count: 39527

GAMBARAN PENGELOLAAN KEUANGAN PARA PELAKU UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Area Jembatan Suramadu Bangkalan)

Aldila Septiana¹, Anindita Trinura Novitasari²

¹STKIP PGRI Bangkalan, aldila.septiana@stkipgri-bkl.ac.id
²STKIP PGRI Bangkalan, aninditatrinura2015@stkipgri-bkl.ac.id

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p103-113>

Article history

Received

9 July 2021

Revised

13 July 2021

Accepted

15 July 2021

How to cite

Septiana, A., & Novitasari, A. T. (2021).
Judul Artikel. *Jurnal Pendidikan
Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 103-113.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p103-113>

Kata Kunci: Pengelolaan Keuangan,
UMKM, Pandemi COVID-19

Keywords: Financial Management,
MSMEs, COVID-19

Corresponding author

Aldila Septiana

aldila.septiana@stkipgri-bkl.ac.id

Abstrak

Pengelolaan keuangan para pelaku UMKM merupakan masalah yang utama dalam pengembangan UMKM menuju kemandirian secara finansial. Tantangan di masa pandemi COVID-19 semakin lengkap seiring dengan lemahnya pengelolaan keuangan para pelaku UMKM. Tujuan penelitian ini adalah ingin mendeskripsikan dan menganalisis gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan jenis penelitian fenomenologi. Responden dalam penelitian adalah pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu, yang terdiri dari UMKM Camilan Khas Madura, UMKM Pernak Pernik Khas Madura serta UMKM Pengrajin Batik Tulis Madura. Analisa data yang digunakan analisis data kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan lebih selektif mengontrol stok penjualan, memunculkan kreativitas dan inovasi dalam aneka macam produk yang dijual, serta memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana *online marketing* di tengah pandemi COVID-19. Hal ini bertujuan agar pendapatan para pelaku UMKM tetap berputar, walaupun perputarannya tidak secepat seperti sebelum pandemi COVID-19.

Abstract

The financial management of MSME actors is a major problem in developing MSMEs towards financial independence. The challenges during the COVID-19 pandemic are getting more complete along with the weak financial management of MSME actors. The purpose of this study is to describe and analyze an overview of the financial management of MSME actors in the midst of the COVID-19 pandemic, especially the Bangkalan Suramadu Bridge area. This study uses a qualitative research method with a qualitative descriptive approach and the type of phenomenological research. Respondents in the study were MSME actors in the Suramadu Bridge Area, which consisted of Madura Typical Snacks MSMEs, Madurese Knick-knacks MSMEs and Madura Batik Crafts SMEs. Data analysis used qualitative data analysis with the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions/verification. The results show that the financial management of MSME actors in the midst of the COVID-19 pandemic, especially the Bangkalan Suramadu Bridge area, is more selective in controlling sales stock, generating creativity and innovation in various kinds of products sold, and utilizing social media as an online marketing tool in the midst of a pandemic. COVID-19. This is intended so that the income of MSME actors continues to rotate, even though the turnover is not as fast as before the COVID-19 pandemic.

PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok dalam mengatur keuangan. Secara mendasar sebagai makhluk yang dilengkapi dengan akal pikiran, setiap orang dituntut dapat bersikap rasional dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan. Terkhusus dalam mengelola keuangan mulai dari sumber pendapatan yang diperoleh, sampai dengan alokasi pendapatan untuk pengeluaran maupun tabungan dan investasi. Menurut OJK (2018) menyatakan bahwa pengelolaan keuangan adalah sebuah cara mengelola uang yang diperoleh selama masa produktif, sedemikian rupa sehingga kebutuhan dan keinginan hari ini tercukupi dan sementara itu kebutuhan serta keinginan masa depan tersiapkan.

Proses pengelolaan keuangan mengikuti empat kerangka dasar pengelolaan (Diyana, 2017; Kuswadi, 2005), yaitu antara lain: (a) Perencanaan merupakan kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan organisasi, khususnya adalah penyusunan anggaran yang terdiri dari anggaran produksi, penjualan, modal, serta laba, (b) Pencatatan merupakan kegiatan mencatat transaksi keuangan yang sudah terjadi, penulisannya secara kronologis dan sistematis, (c) Pelaporan merupakan langkah berikutnya setelah memposting ke buku besar sampai nantinya disusun laporan keuangan, serta (d) Pengendalian merupakan proses yang dilakukan untuk menjamin perusahaan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Devas (2007:279) pengelolaan keuangan mengandung makna mengurus dan mengatur keuangan dengan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan, yaitu antara lain: (a) Tanggung jawab (*accountability*); organisasi harus mempertanggungjawabkan keuangannya kepada lembaga atau orang yang berkepentingan yang sah, lembaga atau orang dan masyarakat umum, (b) Mampu memenuhi kewajiban keuangan; pengelolaan keuangan harus ditata dan dikelola sedemikian rupa sehingga mampu melunasi semua kewajiban atau ikatan keuangan baik jangka pendek, jangka panjang maupun pinjaman jangka panjang pada waktu yang telah ditentukan. (c) Kejujuran; hal-hal yang menyangkut pengelolaan keuangan pada prinsipnya harus diserahkan kepada pegawai yang betul-betul jujur dan dapat dipercaya, (d) Hasil guna (*effectiveness*) dan daya guna (*efficiency*); tata cara mengurus keuangan harus sedemikian rupa, sehingga memungkinkan program dapat direncanakan dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan dengan biaya yang serendah-rendahnya dan dalam waktu yang secepat-cepatnya, serta (e) Pengendalian; para aparat pengelola keuangan dan petugas pengawasan harus melakukan pengendalian agar semua tujuan tersebut dapat tercapai.

Pada dasarnya pengelolaan (manajemen) keuangan adalah sebuah proses memperoleh, mengelola serta menggunakan dana yang ada dalam suatu organisasi/ perusahaan.

Iyyinaturrobaniyah & Muizu (2017) menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi tumbuh kembang yang besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hal ini ditunjukkan oleh keberadaan UMKM yang telah mencerminkan wujud nyata kehidupan sosial dan ekonomi bagian terbesar dari rakyat Indonesia. Sebagai salah satu komponen dalam industri nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian nasional, penyerapan tenaga kerja, pemerataan distribusi hasil-hasil pembangunan, dan penanggulangan kemiskinan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 99% bentuk usaha di Indonesia adalah UMKM. Meskipun UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, namun pengelolaan bisnis UMKM tidak mudah (kemenkopukm.go.id). Hasil dari analisis mengenai pengelolaan keuangan UMKM menghasilkan presentasi sebesar 57,51% dan termasuk dalam kategori cukup (Rumbianingrum & Wijayangka, 2018).

LIPI (2020) menjelaskan bahwa COVID-19 berdampak ke segala sektor, salah satunya sektor ekonomi. Hal ini dirasakan secara signifikan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami krisis ekonomi. Pasalnya, menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi COVID-19 juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Krisis ekonomi yang dialami UMKM tanpa disadari dapat menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu pembinaan dan bantuan untuk pelaku UMKM di masa pandemi perlu menjadi perhatian banyak sektor terutama lembaga pemerintah. Sebagai konsekuensinya, pelaku usaha khususnya UKM mengalami permintaan berkurang (Nicola, et al., 2020).

Hasil survei Katadata Insight Center (KIC, 2020) menyatakan bahwa kondisi UMKM sebelum COVID-19 dialami cukup baik oleh hampir seluruh pelaku usaha. Namun, saat terjadi COVID-19 keadaan berbalik. 56,8% UMKM berada dalam kondisi buruk, hanya 14,1% UMKM yang masih berada kondisi baik. Mayoritas UMKM atau sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif dari pandemi ini. Hanya sebagian kecil atau 5,9% dari pelaku yang justru mengalami dampak positif. Pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet. Survei KIC 2020 tersebut juga menunjukkan para

UMKM melakukan sejumlah upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya. UMKM melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/pemasaran. Meski begitu, ada juga UMKM yang mengambil langkah sebaliknya, menambah saluran pemasaran sebagai bagian strategi bertahan.

Hasil survei ADB ini cukup untuk menggambarkan kesulitan pelaku UMKM di tengah kebijakan PSBB nasional yang baru mulai dilaksanakan pada bulan April 2020 dan simpang siur kebijakan daerah menanggapi penyebaran virus yang semakin meluas. Di lapangan, pelaku usaha kesulitan menjalankan usahanya karena penutupan pasar tradisional, pembatasan bepergian keluar wilayah tempat tinggal dan terhambatnya pasokan bahan baku usaha. Di sisi lain, lembaga pembiayaan juga mengalami kesulitan dalam menagih angsuran, menawarkan pembiayaan baru untuk model kerja dan mendampingi pelaku usaha karena faktor penyebab yang sama. Alhasil, tingkat kredit macet atau NPL meningkat tajam selama semester I tahun 2020 (Purnomo, 2021)

Tantangan di masa pandemi COVID-19 semakin lengkap seiring dengan lemahnya pengelolaan keuangan para pelaku UMKM. Hasil dari penelitian Sabrina, et al. (2018) menunjukkan bahwa karena keterbatasan waktu dan sumber daya manusia (SDM), dan kurangnya pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha, menyebabkan tidak semua indikator diterapkan dengan optimal dalam manajemen keuangan usahanya. Pemilik UMKM tersebut yang tidak memiliki dasar mengenai ilmu akuntansi banyak yang tidak paham dengan melakukan indikator tersebut (Wardi, et al., 2020). Rendahnya pemahaman dan pengetahuan UMKM tentang mengelola keuangan usaha, sehingga pelaku usaha harus meningkatkan kinerja agar dapat bersaing (Khadijah & Purba, 2020). Al Falih, et al. (2019) yang menyatakan bahwa perilaku manajemen keuangan yang diterapkan oleh UMKM masih sangat sederhana yakni hanya ada pencatatan uang masuk dan uang keluar dan masih belum menggunakan kaidah-kaidah pencatatan arus kas yang baik dan benar. Dengan dimilikinya melek keuangan pada maka UMKM tidak hanya mahir dalam pengelolaan keuangan namun juga dapat membantu UMKM dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan usahanya. Literasi keuangan memiliki peran penting dalam pengelolaan keuangan usaha pada beberapa UMKM (Yushita, 2017); Suindari & Juniariani (2020). Puspitaningtyas (2017) menegaskan bahwa UMKM cenderung melakukan pencatatan secara sederhana, namun tidak lengkap seperti pencatatan kas masuk dan keluar.

Dengan tantangan yang demikian, pelaku UMKM harusnya mampu bersaing, misalnya dengan penggunaan

teknologi sebagai media pemasaran. Patma, et al. (2020) yang menunjukkan bahwa dukungan keuangan, manfaat yang dirasakan, dan tekanan eksternal menentukan pemasaran media sosial serta memeriksa peran yang muncul dari IEBT (*Internet dan E-Business Technology*) dalam mendukung hubungan ini. Temuan menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan tekanan eksternal secara positif mempengaruhi adopsi IEBT dan pemasaran media sosial. Chatterjee & Kar (2020) menegaskan bahwa SMM (*Social Media Marketing*) adalah instrumen yang bisa diterapkan yang dapat membantu bisnis untuk menarik pelanggan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Odoom, et al. (2017) yang menegaskan bahwa melalui media sosial, sebuah perusahaan dapat dengan mudah membangun mereknya untuk meningkatkan aktivitas bisnisnya.

Berdasarkan uraian pada pendahuluan dalam penelitian ini, maka permasalahan yang diangkat yaitu tentang gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan. Hal ini karena para pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu sangat terdampak di tengah pandemi COVID-19. Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diberlakukan oleh pemerintah, sangat mempengaruhi omzet pendapatan pelaku UMKM seiring dengan berkurangnya wisatawan yang melewati Jembatan Suramadu.

METODE

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor (1992) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Hal ini karena peneliti ingin memahami dan mengungkapkan fenomena dalam gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan yang terjadi di lapangan secara alami, utuh, dan akurat. Peneliti menggunakan tiga instrumen dalam pengumpulan data, yaitu antara lain: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan data dan responden menggunakan *purposive sampling* untuk memperoleh informasi dengan sasaran tertentu (Sugiyono, 2017).

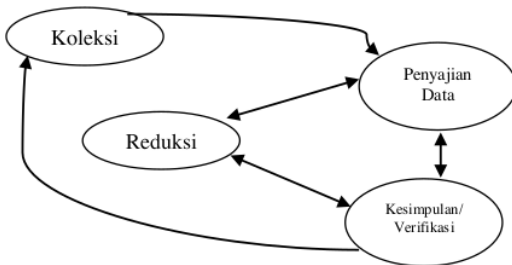
Miles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus

sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification*. Langkah-langkah analisis dalam penelitian ini dapat ditunjukkan pada Gambar 1 dan 2.

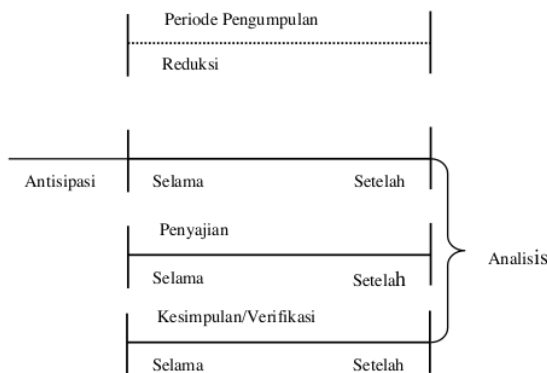
Berdasarkan pada kedua gambar di bawah ini, maka dapat dijelaskan bahwa:

- a. Reduksi Data
 Dalam penelitian ini reduksi data dilakukan untuk memfokuskan pada gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan.
- b. Penyajian Data
 Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan untuk membuat uraian singkat untuk mempermudah pemahaman pada gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan.
- c. Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi
 Dalam penelitian ini penarikan kesimpulan/ verifikasi dilakukan untuk menarik kesimpulan/ verifikasi agar konsisten antara tujuan penelitian dan temuan di lapangan pada gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan.

Gambar 1. Komponen dalam Analisis Data (*Flow Model*)
 Diadopsi dari Miles and Huberman, 1984



Gambar 2. Komponen dalam Analisis Data (*Interactive Model*)
 Diadopsi dari Miles and Huberman, 1984



Triangulasi dilakukan untuk memeriksa keabsahan temuan dengan memanfaatkan penggunaan berbagai sumber data, metode pengumpulan data, temuan penelitian terkait dan kesesuaian teori (Denzin dan Lincoln, 1994) (dalam Sugiyono, 2017).

Tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dijabarkan, yaitu antara lain:

- a. Tahap Pendahuluan
 Dalam tahapan ini, peneliti menyiapkan data yang berkenaan dengan pengelolaan keuangan, pelaku UMKM, perkembangan COVID-19, dan penetapan lokasi penelitian. Selanjutnya, mengembangkan desain penelitian berdasarkan hasil pengamatan awal di lapangan berupa fenomena yang menarik untuk penelitian dengan mengembangkan fokus penelitian dan metode penelitian yang dirancang.
- b. Tahap Pengumpulan Data
 Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara/ *interview* semi terstruktur, serta dokumentasi. Pengumpulan data difokuskan pada informan di lokasi penelitian khususnya di area Jembatan Suramadu Bangkalan.
- c. Tahap Pengolahan dan Analisis Data
 Dalam tahap ini diupayakan dilakukan koleksi data yang selanjutnya dilakukan reduksi data. Kemudian, tahap analisis data yang dilakukan pada tahap ini, yaitu antara lain: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap para responden, maka dapat disajikan klasifikasi responden seperti yang terlihat pada Tabel 1, berikut ini.

Tabel 1. Klasifikasi Responden

Nama	Alamat	Usia (Tahun)	Bidang Usaha
Bapak Salim	Jl. H. Moh. Noer	35	UMKM Camilan Khas Madura (Aneka Kripik, Petis, dsb)
Bapak Ludfi	Jl. H. Moh. Noer	27	UMKM Pernak Pernik Khas Madura (Kaos, Clurit, Jam Clurit, Pecut, dsb)
Ibu Susiyah	Jl. H. Moh. Noer	35	UMKM Pengrajin Batik Tulis Madura

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2021

Merujuk pada Tabel 1. Klasifikasi Respoden dapat dilihat bahwa pelaku UMKM berada dalam rentang usia produktif, yaitu berkisar 20-50 tahun. Untuk bidang usaha yang ada merupakan pelaku UMKM yang bergerak di bidang usaha oleh-oleh khas Madura.



Gambar 1. UMKM Camilan Khas Madura



Gambar 2. UMKM Pernak-pernik Khas Madura



Gambar 3. UMKM Pengrajin Batik Tulis Madura

Berdasarkan pada Gambar 1, 2, dan 3 dapat terlihat dengan jelas bahwa klasifikasi responden merupakan pelaku UMKM yang berjualan sepanjang jalan di Area Jembatan Suramadu. Dalam pengambilan data penelitian yang dilakukan dengan wawancara telah dilakukan kepada tiga pelaku UMKM khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan. Pengambilan data penelitian dimulai dari 18 Mei 2021 sampai 01 Juni 2021.

Hasil temuan di lapangan berdasarkan hasil wawancara dengan responden, kita akan membahas tentang gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan. Dalam hal kaitannya dengan perencanaan anggaran yang merupakan indikator

pertama di dalam pengelolaan keuangan (Diyana, 2017 dan Kuswadi, 2005). Perencanaan anggaran terdiri dari 4 sub-indikator, yaitu antara lain:

- a. Anggaran produksi;
- b. Anggaran penjualan;
- c. Anggaran modal; serta
- d. Anggaran laba.

“Bagaimana perencanaan anggaran pada usaha Bapak/ Ibu di tengah pandemi COVID-19?”

Menurut responden yang berjumlah tiga orang menjelaskan bahwa untuk anggaran produksi rata-rata pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu bukan merupakan pengrajin, tetapi mereka adalah distributor yang membeli dalam jumlah partai dan dijual secara ecer kepada pembeli yang datang ataupun singgah di Area Jembatan Suramadu. Hal ini sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa grosir adalah suatu unit usaha yang melakukan kegiatan pembelian dan penjualan kembali barang pada pihak pengecer ke pedagang lain atau pada pihak pengguna industri, pengguna lembaga, dan juga pada pengguna komersial yang tidak melakukan penjualan dengan volume yang sama pada konsumen tingkat akhir (Kotler & Armstrong, 2012). Kesimpulan ini berdasarkan pada potongan hasil wawancara dengan respon di lapangan, yaitu antara lain:

“Karena saya tidak produksi sendiri, tetapi memasok dari orang lain” (Bapak Salim, 35 Tahun)

“Karena kami hanya menjual kembali, hasil dari pengrajin ke para konsumen” (Bapak Ludfi, 27 Tahun)

“Karena saya hanya menjual kembali batik dari para pengrajin” (Ibu Susiyah, 35 Tahun)

Untuk sub-indikator yang kedua yaitu anggaran penjualan dapat terlihat dari potongan hasil wawancara berikut ini.

“Dari produsen, saya dapat harga Rp. 10.000/ bungkus (kemasan sedang) untuk kripik singkong” (Bapak Salim, 35 Tahun)

“Ada yang langsung dibayar dan ada yang dibayar setelah pernak-pernik laku. Istilahnya ngambil barang dulu, dan dibayar sesuai dengan jumlah yang laku” (Bapak Ludfi, 27 Tahun)

“Tetapi saya bisa kulakan batik sampai Rp. 50.000.000/ bulan. Namun, sekarang stok batik senilai Rp. 50.000.000/ tiga bulan” (Ibu Susiyah, 35 Tahun)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, dapat dijelaskan bahwa untuk sub-indikator anggaran penjualan merupakan harga yang berasal dari pengrajin (produsen). Harga tersebut akan dijadikan patokan dalam menentukan harga jual. Pernyataan tersebut sesuai dengan konsep harga jual (HPP + semua beban + rencana laba). Dalam membuat rencana laba, perlu terlebih dulu ditentukan atau dianggarkan target laba yang ingin dicapai, kemudian disusun harga jual yang harus dipasang (Septiana, 2020).

Untuk sub-indikator yang ketiga yaitu anggaran modal dapat terlihat dari potongan hasil wawancara berikut ini.

“Untuk pemodal yang paling besar adalah sewa tempat disini mencapai Rp. 10 Juta/ Tahun” (Bapak Salim, 35 Tahun)

“Untuk modal yang paling besar adalah harga sewa sekitar Rp. 20.000.000/ lima tahun” (Bapak Ludfi, 27 Tahun)

“Dana yang dikeluarkan sebagai modal awal bisa mencapai Rp. 150.000.000 (sewa tempat Rp. 40.000.000/ lima tahun ditambah dengan pembangunan, dll)” (Ibu Susiyah, 35 Tahun)

Dalam sub-indikator anggaran modal lebih banyak pada pos pengeluaran sewa yaitu sewa tempat di Area Jembatan Suramadu. Dalam analisis *break even point*, pos sewa termasuk pada akun biaya tetap (*fixed cost*). Biaya tetap merupakan jenis biaya yang selalu tetap dan tidak terpengaruh oleh volume penjualan melainkan dihubungkan dengan waktu (*function of time*), sehingga jenis biaya ini akan konstan selama periode tertentu. Contoh biaya sewa, depresiasi, bunga. Berproduksi atau tidaknya perusahaan biaya ini tetap dikeluarkan (Septiana, 2020).

Untuk sub-indikator yang keempat yaitu anggaran laba terlihat dari potongan hasil wawancara berikut ini.

“Untuk keuntungan pastinya tidak menentu, apalagi saat ini sudah setahun pandemi berlangsung terkadang hanya dapat keuntungan Rp. 35.000/ hari” (Bapak Salim, 35 Tahun)

“Sebelum pandemi, saya bisa mengantongi keuntungan rata-rata di atas Rp. 200.000. Kalau hari libur atau Sabtu Minggu bisa mencapai Rp. 1.000.000 ke atas” (Bapak Ludfi, 27 Tahun)

“Kalau ditanya laba, berkisar antara Rp. 25.000 s.d Rp. 50.000/ potong mbak” (Ibu Susiyah, 35 Tahun)

Septiana (2020:155) menjelaskan bahwa laba merupakan selisih antara pendapatan dengan beban, sehingga laba dapat mengukur masukan (dalam bentuk beban yang diukur dengan biaya) dan keluaran (dalam bentuk pendapatan yang diperoleh). Hal ini seperti pernyataan yang menjelaskan bahwa “laba yang dicapai merupakan pengukur penting efisien dan efektivitas organisasi”.

Secara garis besar dari sub-indikator dari perencanaan keuangan tidak diterapkan oleh para pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu. Hal ini selaras dengan penelitian Wardi, et al. (2020) yang menyatakan bahwa penerapan pengelolaan keuangan oleh UMKM di Kecamatan Tenayan Raya - Kota Pekanbaru sangat jelek banyak dari mereka yang tidak menerapkan dari 4 indikator yang ada seperti penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian. Pemilik UMKM tersebut yang tidak memiliki dasar mengenai ilmu akuntansi banyak yang tidak paham dengan melakukan indikator tersebut, ada juga yang beranggapan bahwa usaha yang mereka lakukan masih kecil, jadi tidak diperlukan adanya 4 indikator tersebut serta beranggapan bahwa melakukan 4 indikator tersebut akan merepotkan pemilik.

Indikator kedua dalam penelitian ini adalah pencatatan transaksi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu. Pencatatan adalah kegiatan mencatat transaksi keuangan yang telah terjadi, penulisannya secara kronologis dan sistematis. Pencatatan sendiri digunakan sebagai penanda bahwa telah terjadinya transaksi (Diyana, 2017). Pertanyaan yang kedua sebagai berikut.

“Bagaimana pencatatan transaksi keuangan pada usaha Bapak/ Ibu saat ini?”

“Kalau mencatat transaksi jual beli tidak pernah dilakukan. Karena usaha yang saya jalankan merupakan usaha pribadi yang saya jalankan dengan keluarga. Kami secara bergantian menjaga warung ini, Jadi, kalau dicatat tidak ada tapi kami memberikan label harga pada setiap produk yang dijual, sehingga

mempermudah pelayanan jual beli dengan konsumen” (Bapak Salim, 35 Tahun)

“Karena banyak jenisnya, saya dan keluarga tidak dapat mencatat. Pernah dulu dicatat di buku, tapi akhirnya hanya bertahan pada 6 bulan pertama usaha dibuka. Setelah itu, kami kesulitan dengan banyaknya jenis yang dijual. Saya hanya lulusan SMP mbak, setau saya pakai pembukuan (ada debit dan kredit). Saya juga dibantu oleh istri dan dua saudara saya, sehingga karena ganti-ganti dalam menjaga warung membuat kesulitan mencatat” (Bapak Ludfi, 27 Tahun)

“Jika pencatatan transaksi dilakukan dengan membuat pembukuan sederhana (pendapatan dan pengeluaran). Untuk pencatatan penjualan ini, saya dibantu oleh anak saya. Anak saya lulusan SI. Pendidikan Ekonomi, jadi semua penjualan dicatat di buku oleh anak saya. Pencatatan ini baru saya lakukan setelah tahun ke-3 warung ini dibuka, sebelumnya (2 tahun pertama), belum saya catat” (Ibu Susiyah, 35 Tahun)

Berdasarkan kutipan hasil wawancara menjelaskan bahwa kecenderungan pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu tidak melakukan pencatatan dalam usaha yang dijalankan. Responden berargumen karena usaha yang dijalankan adalah usaha perseorangan, yaitu usaha yang dimodali, dijalankan, serta dikelola sendiri. Dari tiga responden yang berperan sebagai pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu merupakan usaha keluarga. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Al Falih, et al. (2019) yang menyatakan bahwa perilaku manajemen keuangan yang diterapkan oleh UMKM masih sangat sederhana yakni hanya ada pencatatan uang masuk dan uang keluar dan masih belum menggunakan kaidah-kaidah 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 tidak terduga.

Terdapat hal yang menarik dan dapat dijadikan pembelajaran yaitu para pelaku UMKM merasa bahwa usaha keluarga (usaha perseorangan) tidak perlu melakukan pencatatan, karena hanya bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan pribadi. Hal ini sangat bertolak belakang dengan teori yang menyebutkan bahwa harus ada pemisahan antara keuangan pribadi dengan usaha. Dengan memisahkan pencatatan keuangan pribadi dan usaha, para

pemilik dapat lebih mudah dalam mengelola keuangan usahanya. Hal ini karena akurasi pencatatan keuangan usaha dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan mengevaluasi kinerja usahanya. Arus kas yang tercampur antara keuangan pribadi dan usaha dapat menyulitkan para pelaku UMKM dalam menentukan biaya operasional usaha. Salah satu tips untuk memisahkan pencatatan keuangan pribadi dengan usaha adalah pemilik dapat “menggaji” dirinya sendiri agar segala kebutuhan pribadi dicatat dari pos gaji tersebut (OJK, 2020).

Dari hasil temuan di lapangan menunjukkan hanya satu responden yang melakukan pencatatan dengan pembukuan sederhana, yaitu dengan menentukan pos pendapatan dan pengeluaran. Namun, pencatatan transaksi ini juga baru dilakukan pada tahun ke-3 setelah usaha dijalankan. Sebenarnya, pencatatan keuangan sangat penting bagi usaha apapun, namun pelaku UMKM yang masih didominasi UMKM seringkali mengabaikan hal ini. Padahal menjadi hal yang sangat mendasar untuk mencatat segala pemasukan dan pengeluaran bisnis setiap harinya agar dapat terkontrol dengan baik (OJK, 2020).

Selanjutnya, pertanyaan yang ketiga berkaitan dengan indikator tentang pelaporan dalam gambaran pengelolaan keuangan para pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 khususnya area Jembatan Suramadu Bangkalan. Pertanyaan yang ketiga adalah sebagai berikut.

“Bagaimana pelaporan berkenaan dengan keuangan pada usaha Bapak/ Ibu saat ini?”

“Yang membangun warung ya saya dengan istri, jadi kami secara bergantian menjaga. Uang yang diperoleh seperti biasa masuk kotak uang dan ini kami sudah kompak. Jadi setiap hari kami atur, kalau ada keperluan kami tutup warung atau minta bantuan sanak saudara. Intinya tidak ada pelaporan karena usaha milik individu” (Bapak Salim, 35 Tahun)

“Terus untuk dilaporkan hasil penjualan ya tidak perlu mbak, karena ini usaha milik saya sendiri milik keluarga dan untuk memenuhi kebutuhan keluarga ya tidak perlu dilaporkan” (Bapak Ludfi, 27 Tahun)

“Berkaitan pelaporan keuangan pada usaha saya sendiri mbak, memang tidak ada pelaporan. Tetapi, bisanya tiap minggu anak saya mengobrol memberitahukan hasil penjualan baik itu banyak maupun sedikit. Sembari saya dan

anak saya berdiskusi tentang seminggu penjualan batik di warung kami. Namun, disini seperti memberikan informasi tentang kabar penjualan baik itu sepi maupun ramai” (Ibu Susiyah, 35 Tahun)

Berdasarkan kutipan hasil wawancara menjelaskan bahwa kecenderungan pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu tidak melakukan pelaporan berkenaan dengan keuangan atas usaha yang dimiliki. Dengan anggapan bahwa usaha yang dimiliki adalah usaha pribadi, sehingga tidak akan ada pertanggungjawaban. Tentunya, kesadaran pelaku UMKM sangat minim tentang pertanggungjawaban keuangan yang merupakan usaha perseorangan. Hal ini juga selaras dengan hasil penelitian Khadijah & Purba (2020) yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman dan pengetahuan UMKM tentang mengelola keuangan usaha, sehingga pelaku usaha harus meningkatkan kinerja agar dapat bersaing. Padahal, Otoritas Jasa Keuangan (2020) menegaskan bahwa ketika keuangan usaha sudah tercatat dan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik dan laba dapat terukur dengan akurat, sisihkan sebagian laba ditahan untuk melindungi usaha kamu dalam bentuk dana darurat dan asuransi. Dana darurat merupakan cadangan dana yang hanya dapat digunakan apabila kita mengalami bencana, musibah, dan hal-hal lain di luar rencana yang dapat mengganggu kinerja dan operasional usaha. Sedangkan, asuransi merupakan pengalihan risiko agar usaha kamu tidak menanggung biaya besar apabila ada hal-hal tak terduga yang terjadi dalam usahamu.

Selaras dengan indikator yang kedua, maka responden atas nama Ibu Susiyah, 35 Tahun sebagai pelaku UMKM batik di Area Jembatan Suramadu melakukan pelaporan keuangan atas usaha yang ia jalankan. Walaupun pelaporan keuangan yang dimaksud bukanlah seformal seperti usaha-usaha yang memiliki badan hukum. Pelaporan keuangan yang dimaksud adalah melihat perkembangan naik turunnya penjualan batik dari usaha yang dijalankan juga merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban. Hal ini selaras dengan penelitian [Sumbianingrum & Wijayangka \(2018\)](#) yang menyatakan bahwa literasi keuangan pada UMKM anggota binaan KSU Misykat DPU DT di Bandung termasuk dalam kategori rendah dengan nilai rata-rata 47. Hasil dari analisis mengenai pengelolaan keuangan UMKM menghasilkan presentasi sebesar 57,51% dan termasuk dalam kategori cukup. Jadi berdasarkan hasil pada penelitian ini bahwa literasi keuangan berpengaruh positif pada pengelolaan keuangan UMKM dan literasi keuangan berpengaruh sebesar 32,4% terhadap pengelolaan keuangan. Pelaku UMKM harus mampu menyusun laporan keuangan sederhana seperti laporan laba rugi dan

[laporan arus kas di sektor usaha yang dijalani oleh masyarakat](#) (Layyinaturrobaniyah & Muizu, 2017; Yushita, 2017).

Indikator terakhir dalam pengelolaan keuangan para pelaku UMKM adalah pengendalian (kontrol). Untuk pertanyaan yang keempat adalah sebagai berikut.

“Bagaimana pengendalian (kontrol) pada usaha bapak/Ibu di tengah pandemi COVID-19?”

“Kalau sekarang bisa seminggu, ngontrol persediaan camilan di saat corona datang. Saya tidak terlalu banyak menyetek persediaan mbak, karena kasian juga sama produsen kalau barangnya terlalu lama di saya, syukur kalau laku, kalau tidak laku saya juga kasian mbak. Kita sama-sama memikirkan rejeki bagi orang lain, di zaman sulit seperti saat ini. Sudah bisa memenuhi kebutuhan makan keluarga, sudah Alhamdulillah mbak” (Bapak Salim, 35 Tahun)

“Jadi untuk menutupi sepinya jualan saya mbak, saya alternatif jualan masker dan minuman dingin. Walaupun sekarang yang bantu saya untuk jualan hanya istri, karena saya sudah tidak meminta bantuan saudara saya karena sepinya penjualan. Kalau saya tidak inisiatif jualan masker dan minuman dingin, kebutuhan dapur keluarga saya tidak dapat dipenuhi. Ya langkah itu yang saya ambil, usaha tetap jalan walau sudah dengan alternatif jualan produk lain, yang penting halal bagi saya dan keluarga mbak” (Bapak Ludfi, 27 Tahun)

“Biasanya anak saya akan berdiskusi tentang naik turunnya penjualan batik. Nah, itu merupakan salah satu bentuk kontrol apakah akan menambah atau mengurangi stok persediaan batik? Ya jadi kontrol itu sangat erat kaitannya dengan laporan perkembangan penjualan dievaluasi setiap minggunya. Dari pelaporan harus jujur, sehingga kita sebagai penjual mampu mengambil langkah dalam perkembangan usaha kita. Langkah yang diambil anak saya adalah memasarkan batik jualan saya dengan cara online. Jadi anak saya memfotokan batik, kemudian dia

jual melalui media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram.

Jadi saya menyimpulkan, dulu sebelum pandemi saya hanya jualan di warung dan menunggu pembeli datang. Pas di tengah pandemi ini, menunggu pembeli dari HP melalui pemberitahuan dari WA. Memang di satu sisi keadaan pandemi ini membuat kerugian, namun di sisi lain perkembangan teknologi sangat mendukung melalui jualan online, sekarang sudah lancar membuat status di WA dengan bahasa promosi ya saya belajar dari anak saya mbak yang awalnya membantu saya dalam pencatatan” (Ibu Susiyah, 35 Tahun)

Berdasarkan kutipan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan sebagai seorang wirausaha yaitu pelaku UMKM di tengah pandemi COVID-19 mengharuskan mampu menumbuhkan kreativitas lain. Hal ini bertujuan agar tetap menghasilkan pundi-pundi Rupiah, guna pencapaian pemasukan untuk pemenuhan kebutuhan keluarga. Sesuai dengan teori dalam kewirausahaan yang menyebutkan bahwa seorang wirausaha harus memiliki kreativitas dan inovatif. Kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang berbeda, jika anda memiliki kreativitas yang tinggi maka usaha yang anda jalankan pun akan menarik minat masyarakat sehingga menimbulkan keuntungan bagi usaha anda. Sedangkan inovatif adalah sebuah terobosan baru dan seorang wirausaha harus memiliki terobosan-terobosan baru dan meninggalkan cara-cara lama dalam suatu pekerjaan (Alma, 2019).

Kreativitas dan inovatif yang dimunculkan dari para pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu diantaranya, yaitu responden yang kedua awal mulanya berjualan pernak-pernik tetapi beralih berjualan masker dan minuman dingin. Sedangkan, responden yang ketiga tetap menjual produk unggulannya tetapi dengan memanfaatkan media sosial sebagai alternatif *marketing* di tengah pandemi. Memang pandemi memberi pukulan ekonomi bagi para pelaku UMKM, namun hal tersebut menuntut ide-ide kreatif dan inovatif. Pada saat ini kunjungan wisatawan sangat menurun drastis, sehingga tidak ada pembeli pernak-pernik tetapi untuk kebutuhan minuman yang merupakan kebutuhan pokok akan tetap ada. Masker yang memang kenyataannya menjadi barang pokok setiap orang, nyaris terjadi *panic buying* di awal kemunculan pandemi. Sehingga membuat Bapak Ludfi (27 Tahun) memilih produk tersebut untuk dijual, sembari tetap mempertahankan toko pernak-pernik yang sudah berjalan enam tahun lamanya. Selain beralih produk yang dijual, Bapak Ludfi juga harus mengurangi jumlah pekerja untuk tetap menekan pengeluaran dan toko tetap *survive*.

Memang bukan hal yang mudah, apalagi pekerja yang ada merupakan keluarga yang *notabene* usaha perseorangan. Dengan mengurangi jumlah pekerja, mampu memberikan kesempatan bagi pekerja untuk mencari nafkah di tempat lain. Karena saat ini tidak hanya memikirkan untuk kebutuhan sendiri, namun rasa kemanusiaan kita harus digalakkan di tengah himpitan ekonomi yang semakin mendesak para pelaku UMKM.

Kreativitas dan inovatif yang juga menarik dari responden ketiga yaitu Ibu Susiyah adalah memilih *online marketing*. Pembelajaran dan informasi berkenaan dengan *online marketing* yang diperoleh dari anak sebagai anggota keluarga. Hal ini selaras dengan penelitian Darmawan, et al. (2021) yang menegaskan bahwa penelitian dan pengembangan prototipe desain pembelajaran kewirausahaan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan dan niat berwirausaha, layak untuk diterapkan dalam mata kuliah Pendidikan Kewirausahaan bagi mahasiswa. Novitasari & Septiana (2021) yang menegaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumsi siswa.

Pandemi memberikan pukulan ekonomi yang sangat mempengaruhi semua lapisan masyarakat. Tidak terkecuali para pelaku UMKM, yang harus lebih selektif dalam mempromosikan produknya. Sebelum pandemi hanya mengandalkan konsumen datang berkunjung ke warung, namun saat ini menuntut *online marketing* melalui media sosial, baik yang berupa *whatsapp*, *facebook*, maupun *Instagram*. Dengan terobosan seperti ini mampu tetap bertahan di tengah sepi pengunjung di Area Jembatan Suramadu. Walaupun sebenarnya tidak seperti sebelum pandemi, tetapi sudah membantu dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Siklus ekonomi tetap berputar, mulai dari pengrajin batik, pemilik warung, kurir barang kiriman sampai akhirnya sampai ke tangan konsumen.

Hal ini berbanding lurus dengan penelitian Patma, et al. (2020) yang menunjukkan bahwa dukungan keuangan, manfaat yang dirasakan, dan tekanan eksternal menentukan pemasaran sosial media serta memeriksa peran yang muncul dari IEBT (*Internet and E-Business Technology*) dalam mendukung hubungan ini. Temuan menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan tekanan eksternal secara positif mempengaruhi adopsi IEBT dan pemasaran sosial media. Chatterjee & Kar (2020) menegaskan bahwa *SMM (Social Media Marketing)* adalah instrumen yang bisa diterapkan yang dapat membantu bisnis untuk menarik pelanggan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Odoom, et al. (2017) yang menegaskan bahwa melalui media sosial, perusahaan dapat dengan mudah membangun merknya untuk meningkatkan aktivitas bisnisnya.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa secara garis besar dari sub-indikator perencanaan keuangan (produksi, penjualan, modal, serta laba) tidak diterapkan oleh para pelaku UMKM di Area Jembatan Suramadu. Dari segi pencatatan, kecenderungan tidak melakukan pencatatan dalam usaha yang dijalankan. Responden berargumen karena usaha yang dijalankan adalah usaha perseorangan. Namun, hanya satu responden dari tiga responden yang melakukan pencatatan dengan pembukuan sederhana, yaitu dengan menentukan pos pendapatan dan pengeluaran. Dari segi pelaporan, juga kecenderungan tidak melakukan pelaporan berkenaan dengan keuangan atas usaha yang dimiliki. Dengan anggapan bahwa usaha yang dimiliki adalah usaha pribadi, sehingga tidak akan ada pertanggungjawaban. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa pelaporan keuangan yang dilakukan pelaku UMKM Pengrajin batik adalah dengan melihat perkembangan naik turunnya penjualan juga merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban. Terakhir, pengendalian (kontrol) pada usaha di tengah pandemi COVID-19 guna tetap melakukan pengelolaan keuangan pelaku UMKM, yaitu dengan lebih selektif mengontrol stok penjualan, memunculkan kreativitas dan inovasi dalam aneka macam produk yang dijual, serta memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana *online marketing* di tengah pandemi COVID-19. Hal ini bertujuan agar pendapatan para pelaku UMKM tetap berputar, walaupun perputarannya tidak secepat seperti sebelum pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Falih, M. S. H., Rizqi, R. M., & Ananda, N. A. (2019). Pengelolaan Keuangan dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UMKM Madu Hutan Lestari Sumbawa). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Alma, Buchari. (2019). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Bogdan, R., dan Taylor. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, Terjemahan oleh Arief Rurchan. Surabaya: Usaha Nasional.
- Chatterjee, S., & Kar, A. (2020). Why Do Small and Medium Enterprises Use Social Media Marketing and What Is The Impact: Empirical Insights From India. *International Journal of Information Management*, 53(August 2020), 102-103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>
- Darmawan, I., Soetjipto, B. E., Djatmika, E. T., & Wahyono, H. (2021). The Development of The Entrepreneurship Learning Design Based on Caring Economics To Enhance Spirit of Entrepreneurship and Entrepreneurial Intentions. *Humanities and Social Sciences Letters, Conscientia Beam*, 9(1), (pp. 1-13). <https://ideas.repec.org/a/pkp/hassle/2021p1-13.html>
- Devas. (2007). *Keuangan Pemerintah Daerah Di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Diyana. (2017). *Analisis Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Studi Kasus Pada Asosiasi Batik Mukti Manunggal Kabupaten Sleman*. Universitas Sanata Dharma, 4, 9-15.
- Katadata Insight Center (KIC). (2020, Juni). *Digitalisasi UMKM Di Tengah Pandemi COVID-19*. Dipetik April 2021, 12 dari <https://katadata.co.id/umkm>.
- Kemenkopukm. (2020, Desember). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2019-2020*. Dipetik April, 2021, 4 dari kemenkopukm.go.id.
- Khadijah, & Purba, N. M. B. R. (2021). Analisis Pengelolaan Keuangan Pada UMKM Di Kota Batam. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 5(1) (51-59).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kuswadi. (2005). *Cara Mudah Memahami Angka dan Manajemen Keuangan bagi Orang Awam*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Layyinaturrobaniyah & Muizu, Wa Ode Z. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *Pekbis Jurnal*, 9(2) (91-103).
- LIPI. (2020, 11 November). *Membangkitkan UMKM di Masa Pandemi dengan Inovasi dan Teknologi*. Dipetik April 2021, 28 dari <http://lipi.go.id/siaranpress/membangkitkan-umkm-di-masa-pandemi-dengan-inovasi-dan-teknologi/22212>.
- Miles, M. B., & Huberman A. M. (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The Socio-Economic Implications of The Coronavirus Pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78(April), 185-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.04.018>

- Novitasari, A. T., & Septiana, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4(1) (64-73).
- Odoom, R., Anning-Dorson, T., & Acheampong, G. (2017). Antecedents of Social Media Usage and Performance Benefits in Small- and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Journal of Enterprise Information Management*, 30(3), 383-399. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2016-0088>.
- OJK. (2018). *Pengelolaan Keuangan: Seri Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- OJK. (2020). *Pengusaha UMKM Juga Perlu Pengelolaan Keuangan*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S., (2020). The Shifting of Business Activities during the COVID-19 Pandemic: Does Social Media Marketing Matter? *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12) (283–292). <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202034651879188.page>
- Poernomo, T. W. (2020). *Pandemi COVID-19, Tantangan dan Peluang Pembiayaan UMi Tahun 2021*. Jakarta: Kemenkeu. <https://djpb.kemenkeu.go.id>
- Puspitaningtyas, Z. (2017). Pembudayaan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi bagi Pelaku UKM. *Jurnal Akuntansi*, XXI(03), 361–372.
- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Almana)*, 2(3) (156-164).
- Sabrina, E. A., Zainul, M., & Mayvita, P. A. (2020). Analisis Manajemen Keuangan Pada Usaha Kecil Menengah Kacang Jaruk Hj. Ati Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah Kalimantan Selatan. Universitas Islam Kalimantan. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/2309>
- Septiana, A. (2020). *Analisis Laporan Keuangan: Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154.
- Wardi, J., Putri, G. E., & Liviawati. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(1) (56-62).
- Yushita, A. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, VI(1), (11-26).

GAMBARAN PENGELOLAAN KEUANGAN PARA PELAKU UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Area Jembatan Suramadu Bangkalan)

ORIGINALITY REPORT

46%

SIMILARITY INDEX

45%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

18%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

11%

★ media.neliti.com

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography On