

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, teknologi semakin banyak berkembang dan semakin canggih dalam membantu atau mempermudah aktivitas manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang terasa adalah munculnya berbagai *platform* belanja *online* yang memberikan kemudahan kepada banyak orang dalam melakukan transaksi jual beli. Perkembangan teknologi ini tentu turut mempengaruhi perubahan pada gaya hidup masyarakat, salah satunya dari gaya berbelanja dan berjualan. Adanya kemajuan teknologi yang ditandai dengan munculnya berbagai *platform* belanja *online*, orang-orang jadi lebih mudah dalam berbelanja dan menghemat lebih banyak waktu. Perubahan pada gaya hidup masyarakat ini juga turut dipengaruhi oleh adanya situasi pandemi atau penyebaran virus *Covid-19*, di mana situasi pandemi ini menyebabkan banyak pemerintah di berbagai negara membatasi pergerakan para warganya, bahkan beberapa negara juga memutuskan untuk melakukan *lockdown*. Hal ini juga terjadi pada Indonesia, di mana pemerintah Indonesia menerapkan PPKM yang menyebabkan pergerakan atau aktivitas dari masyarakat di Indonesia sangat dibatasi, bahkan toko-toko fisik yang ada juga harus ditutup selama beberapa waktu. Gitiyarko (Minggu, 1 Agustus 2021 diakses melalui Kompaspedia.kompas.id pada 4 Maret 2023 pukul 16.00 WIB) dalam surat

kabar Kompas Pedia menyatakan bahwa pembatasan aktivitas masyarakat di Indonesia dimulai dari bulan Maret tahun 2020, di mana pada saat itu disebut PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang meminta peliburan tempat sekolah maupun tempat kerja, hingga pembatasan kegiatan di berbagai tempat beribadah hingga fasilitas umum. Namun karena pandemi *Covid-19* masih terus berlangsung dan semakin meningkat, terutama setelah lebaran Idul Fitri di tahun 2021, Pemerintah Indonesia kemudian menerbitkan PPKM khususnya di wilayah Jawa dan Bali, di mana 100% kegiatan harus dilakukan secara WFH (*Work From Home*), pasar/mall/pusat perdagangan lainnya harus tutup terlebih dahulu karena melonjaknya kasus *Covid-19*.

Perkembangan teknologi yang kemudian ditambah dengan adanya situasi pandemi menyebabkan peningkatan pada perubahan gaya berbelanja dan juga berjualan para pelaku usaha, tidak terkecuali di Indonesia sendiri. Sebelumnya orang-orang lebih memilih untuk berbelanja secara langsung di toko-toko fisik atau konvensional karena mereka bisa melihat barang yang diinginkan secara langsung sehingga lebih yakin untuk membelinya. Namun dengan adanya kondisi pandemi yang membatasi berbagai aktivitas fisik dan dengan munculnya banyak toko-toko *online* yang dinaungi oleh berbagai *platform* belanja *online*, masyarakat kemudian mulai beralih untuk berbelanja secara *online*, dan seiring berjalannya waktu akan semakin terbiasa serta menganggap bahwa berbelanja *online* jauh lebih mudah dan menghemat lebih banyak waktu. Ulya, Fika N. (Jumat, 22 Oktober 2021 diakses melalui money.kompas.com pada 4 Maret 2023 pukul 17.15 WIB) melalui surat kabar

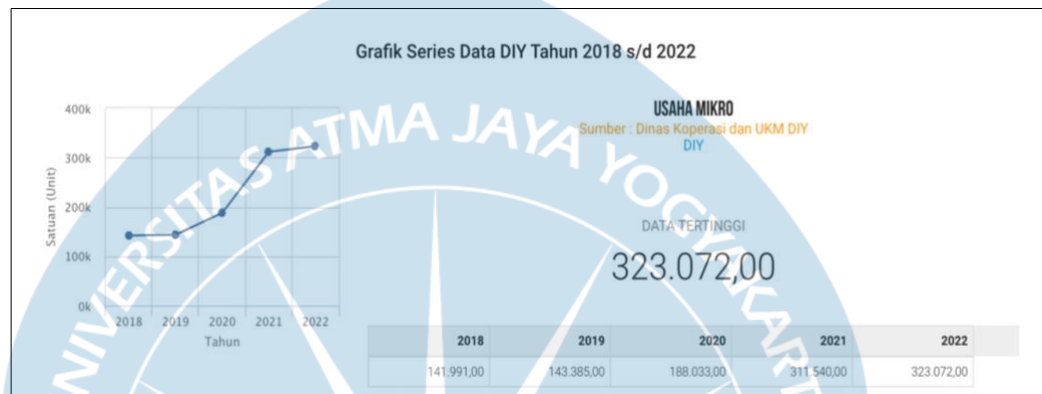
Kompas.com menyatakan bahwa pandemi *Covid-19* menjadi salah satu pemicu dalam peningkatan penggunaan *e-commerce* di Indonesia, di mana situasi pandemi menyebabkan 17,5% pelanggan *offline* mulai beralih berbelanja secara *online*.

Perubahan atau pergeseran gaya berbelanja dari masyarakat turut mempengaruhi gaya berjualan dari para pelaku usaha, karena untuk dapat bertahan dan tetap bisa mengembangkan usaha, mereka perlu untuk melihat dan mengikuti perubahan yang terjadi pada gaya berbelanja di masyarakat, tidak terkecuali bagi para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM merupakan suatu unit usaha yang berdiri sendiri yang dibangun atau dijalankan secara perorangan atau badan usaha pada semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012 dalam Halim, 2020, 161). Banyak penjual yang mulai beralih dari membuka toko fisik ke toko *online*, atau bahkan orang-orang yang baru ingin memulai usaha, mereka lebih memilih untuk membuka toko *online* terlebih dahulu, di mana banyak dari mereka yang memandang bahwa dengan membuka toko *online* selain dapat menjangkau lebih banyak pembeli, biaya yang dikeluarkan bisa lebih murah atau lebih sedikit dibandingkan jika membuka toko fisik, salah satunya dari biaya modalnya.

Terdapat banyak *platform* belanja *online* yang dapat menaungi berbagai jenis pelaku UMKM agar dapat memperluas bisnis mereka dan tidak terbatas pada suatu wilayah saja. Mereka menawarkan kemudahan pada persyaratan dalam membuka toko *online* kepada para pelaku UMKM, di mana kemudahan ini ditanggapi dengan baik oleh para pelaku UMKM yang kemudian

menyebabkan semakin banyak pertambahan jumlah UMKM yang membuka toko secara *online*. Pertambahan jumlah tersebut tentu juga akan menyebabkan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis *online*.

Gambar 1. 1 Data Jumlah UMKM di DIY periode tahun 2018 – 2022



Sumber : Dinas Koperasi dan UKM DIY

Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri, UMKM semakin meningkat dari tahun ke tahun, dan dari data yang ada terlihat bahwa jumlah UMKM di DIY meningkat drastis di tahun 2021 menjadi 311.540 usaha dibandingkan tahun 2020 yang berjumlah 188.033 usaha. Peningkatan terus terjadi hingga akhir tahun 2022, di mana jumlah UMKM di DIY mencapai 323.027 usaha. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha di kota Yogyakarta sendiri semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Pada awal tahun 2020, Indonesia mulai terdampak oleh pandemi *Covid-19* yang menyebabkan adanya berbagai pembatasan aktivitas fisik, di mana banyak toko-toko yang tutup dan usaha-usaha mengalami kerugian. Hal tersebut juga banyak dialami oleh para pelaku UMKM atau usaha-usaha kecil lainnya yang mengalami kerugian hingga kebangkrutan pada tahun 2020. Melihat permasalahan ini, Pemerintah Kota DIY mulai mendorong

masyarakatnya untuk mulai mempelajari dan membuka toko-toko *online* dengan memanfaatkan berbagai *platform* belanja *online* yang sudah ada di Indonesia. Dikutip dari Portal Berita Pemerintah Kota Yogyakarta pada warta.jogjakota.go.id bahwa Pemkot Yogyakarta mendorong para pelaku UMKM untuk mulai memasarkan produk mereka secara digital, dengan bekerja sama dengan salah satu pihak swasta yaitu PT Gojek Indonesia. Hal ini dihimbau agar para pelaku UMKM dapat bertahan di tengah situasi pandemi dan ketidakstabilan perekonomian yang ada.

Kemajuan teknologi yang diiringi pula dengan adanya pandemi Covid-19 mendorong masyarakat terutama para pelaku usaha untuk mulai beradaptasi dengan penggunaan teknologi, di mana salah satunya dengan beralihnya pemasaran menjadi *digital marketing* dengan membuka toko-toko *online*. Namun, dalam beralih dari membuka toko fisik ke membuka toko *online*, para pelaku usaha perlu memikirkan banyak hal yang harus dipertimbangkan, salah satu hal yang penting untuk dipertimbangkan adalah dari segi struktur biaya.

Biaya sendiri merupakan bentuk pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan moneter yang sudah terjadi atau mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 2018, 8). Biaya dapat diartikan sebagai nilai kas yang kemudian digunakan untuk barang atau jasa yang di masa sekarang ataupun di masa depan diharapkan akan membawa manfaat bagi perusahaan. Kriekhoff dan Riupassa (2017, 8) juga menegaskan bahwa biaya merupakan kos dari barang atau jasa yang memberikan manfaat untuk memperoleh pendapatan. Sedangkan struktur biaya merupakan serangkaian

biaya yang perlu untuk dikeluarkan karena merupakan bagian pokok dalam menjalankan suatu bisnis (Agustina *et al*, 2021, 92). Struktur biaya nantinya akan digunakan dalam melihat besarnya biaya yang dikeluarkan dalam suatu usaha. Biaya dibagi menjadi dua kategori, yaitu biaya produksi dan biaya non produksi meliputi biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum.

Walaupun banyak orang yang mungkin berpikir bahwa membuka toko *online* jauh lebih murah dibanding membuka toko fisik karena modal yang dikeluarkan tidak akan sebanyak membuka toko fisik, namun dalam membuka toko *online* pun tentu akan mengeluarkan berbagai jenis biaya yang mungkin berbeda dengan biaya pada saat membuka toko fisik, terutama pada biaya non produksi, yaitu biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum. Misalkan seperti dalam membuka toko *online*, mungkin akan jauh lebih murah dari segi modal karena tidak perlu menyewa tempat atau gedung, kemudian juga tidak perlu merekrut banyak karyawan. Namun ada biaya lain yang perlu dipertimbangkan untuk dikeluarkan, di mana salah satunya karena para calon pembeli tidak bisa melihat secara langsung produk atau jasa yang ditawarkan, dan hanya bisa melihatnya dari gambar atau foto-foto dan juga video yang ada, maka perlu untuk mempertimbangkan merekrut orang-orang yang memang profesional dalam hal mengambil gambar atau video atau membeli peralatan yang mendukung fotografi produk yang tentu hal ini juga akan mengeluarkan biaya.

Biaya-biaya inilah yang kemudian perlu untuk dipertimbangkan oleh para pelaku UMKM agar dapat lebih memperhatikan dan menganalisis biaya-

biaya apa saja yang memang perlu dikeluarkan saat hendak membuka toko *online*, dan apa saja perbedaannya dengan membuka toko fisik agar nantinya bisa membandingkan pengeluaran biaya yang diperlukan sehingga bisa mengoptimalkan pendapatan atau laba usaha mereka. Agar dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu meraih keuntungan, perlu untuk mengetahui biaya-biaya yang perlu dipertimbangkan untuk dikeluarkan dalam menjalankan suatu usaha, sehingga pihak manajemen dapat melakukan perencanaan terutama dalam hal penganggaran berdasarkan biaya-biaya yang dapat dipertimbangkan untuk dikeluarkan agar nantinya bisa mencapai target yang telah ditentukan.

Dengan adanya kemungkinan perbedaan pada struktur biaya yang dikeluarkan antara UMKM konvensional dan UMKM *online*, serta ada banyak pelaku usaha yang beralih dari awalnya membuka toko fisik menjadi membuka toko *online*, dan ditambah pula adanya himbauan dari Pemerintah Kota DIY untuk memulai membuka usaha secara *online*, maka akan dilakukan penelitian terkait pergeseran struktur biaya (*cost shifting*) non produksi dari UMKM konvensional ke UMKM *online* di wilayah DIY.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan semakin berkembangnya teknologi serta ditambah dengan adanya situasi pandemi yang kemudian mendorong adanya perubahan pada gaya hidup, terutama pada gaya berbelanja masyarakat yang turut mempengaruhi gaya berjualan para pelaku usaha, di mana yang tadinya dari membuka toko fisik kemudian beralih membuka toko *online*, maka terdapat

kemungkinan adanya perbedaan pada struktur biaya yang dikeluarkan antara toko fisik dan toko *online* yang bisa berdampak pada perencanaan terutama pada hal penganggaran biaya dan juga bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi yang dilakukan oleh pihak manajemen atau para pelaku UMKM lainnya, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pergeseran struktur biaya non produksi dari UMKM konvensional ke UMKM *online* di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah disampaikan di atas, maka permasalahan perlu untuk dibatasi agar nantinya penelitian ini dapat lebih fokus untuk menemukan suatu kesimpulan mendalam pada aspek yang diteliti. Adapun batasan masalah yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Biaya non produksi akan diukur dalam persentase dari total biaya.
- 2) UMKM yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pergeseran struktur biaya (*cost shifting*) non produksi dari UMKM konvensional ke UMKM *online* yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), di mana pergeseran struktur biaya tersebut akan dinyatakan dalam persentase (%) dari biaya non produksi terhadap total biaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan akan mampu digunakan dan memberikan informasi yang memadai kepada masyarakat terutama bagi para pelaku UMKM terkait biaya-biaya yang perlu diperhatikan dalam membuka suatu usaha agar dapat membantu mereka dalam melakukan kegiatan perencanaannya terutama pada perencanaan anggaran biaya agar nantinya bisa mencapai target yang telah ditentukan dan bisa memperoleh keuntungan yang optimal. Selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan informasi sebagai bahan evaluasi, di mana para pelaku usaha bisa melihat kembali biaya-biaya yang mereka keluarkan, terutama pada biaya non produksi, apakah sudah efektif dan efisien dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian akan disusun berdasarkan sistematika penulisan berikut ini :

Bab I dalam penelitian berisi pendahuluan, di mana di dalamnya terdapat latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

Bab II dalam penelitian berisi landasan teori yang terkait dengan penelitian, di mana di dalamnya mencakup pengertian akuntansi biaya, pengertian struktur biaya, klasifikasi biaya, pengertian UMKM, serta kriteria UMKM.

Bab III dalam penelitian berisikan metode penelitian yang digunakan, di antaranya adalah jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV dalam penelitian berisi analisis data yang akan mencakup identifikasi pergeseran jenis biaya dari toko fisik ke *online*, pengelompokan UMKM sesuai tahun dibukanya toko *online*, penghitungan proporsi biaya non produksi terhadap total biaya dalam bentuk persentase (%), grafik yang menunjukkan bagaimana pergeseran yang terjadi dari UMKM konvensional ke UMKM *online*, serta implikasi manajerial.

Bab V dalam penelitian adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang diharapkan berguna bagi para pelaku usaha dan penelitian lebih lanjut.