

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil Menengah atau disebut dengan UMKM merupakan salah satu unsur terpenting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022, sektor UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 96,9% dan memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,5% (Adi, 2023). Saat ini UMKM telah memberikan peran yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan daerah maupun negara. Keberadaan UMKM dapat membantu membuka lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi pengangguran di Indonesia. Sektor UMKM juga dapat mengembangkan perdagangan dan membangun pangsa pasar skala nasional hingga internasional.

Perkembangan era teknologi yang semakin canggih saat ini telah menciptakan era digital sehingga menyebabkan manusia memiliki ketergantungan terhadap teknologi salah satunya internet. Keadaan ini tidak terlepas bagi para pelaku UMKM dalam memanfaatkan peluang baru di eradigital untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka melalui perdagangan digitalisasi.

Perdagangan melalui digitalisasi merupakan salah satu model bisnis modern yang telah berkembang cukup pesat di Indonesia yang mengubah komunikasi, interaksi dan fungsi bisnis menjadi lebih instan dilakukan. Hal ini

dapat terjadi karena hampir seluruh daerah dan masyarakat Indonesia kini terhubung dengan internet.

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023 yang berarti setara dengan 79,50% penduduk di Negara ini menggunakan internet. Penetrasi internet terbanyak ada di Pulau Jawa sebagai salah satu pulau terbesar yang ada di Indonesia yang mencapai 83,64% diikuti Pulau Kalimantan sebanyak 77,42%. Sejalan dengan kondisi ini, menurut Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Timur, tercatat pengguna internet di NTT pada tahun 2021 sebanyak 43,14% dari total penduduk sebanyak 5.387.738 jiwa dan yang menggunakan internet sebanyak 2,32 juta jiwa. Pada tahun 2023, APJII mencatat pengguna internet di NTT mencapai 72,11 %. Menurut data di atas pada tahun 2021 – 2023 ada kenaikan pengguna internet di NTT sebanyak 28,97% dan pengguna internet terbanyak ada di Kota Kupang sebagai Ibukota Provinsi NTT. Tercatat pada tahun 2023 sebanyak 81,19% penduduk Kota Kupang menggunakan internet. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat peluang bisnis yang dapat diterapkan melalui teknologi internet yang berkembang dengan pesat saat ini. Kemajuan teknologi ini, dapat membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan dengan meminimalisir biaya pemasaran melalui *digital marketing* di berbagai platform media sosial.

UMKM dalam menentukan strategi usaha harus memiliki visi dan misi perusahaan. Visi merupakan tujuan utama yang ingin dicapai perusahaan dan

misi merupakan langkah-langkah yang diambil untuk mencapai visi tersebut. Visi dan misi merupakan hal terpenting yang menjadi fondasi bagi keberlangsungan suatu usaha. Pada kebanyakan UMKM selama ini mengukur kinerjanya hanya menitikberatkan pada sektor keuangan saja. Sehingga sistem pengukuran kinerja seperti ini tidak mendukung lagi untuk pengukuran kinerja saat ini karena lingkungan persaingan yang bergerak dengan cepat. Oleh karena itu perusahaan perlu mengambil tindakan penting untuk melakukan upaya-upaya perbaikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan gambaran hasil ekonomi yang mampu diraih oleh perusahaan pada waktu tertentu melalui aktivitas-aktivitas perusahaan. Aktivitas- aktivitas ini dicatat dan dirangkum menjadi sebuah informasi yang dapat digunakan sebagai media untuk melaporkan keadaan dan posisi perusahaan pada pihak berkepentingan, terutama pada pihak kreditor, investor, dan manajemen perusahaan itu sendiri (Aminatuzzahra,2010). Kinerja keuangan berkaitan erat dengan keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk prestasi kerja keuangan (Araujo, 2013). Kinerja keuangan dalam perusahaan merupakan sebuah proses yang dimulai dari pengidentifikasian tujuan strategi sebuah kebutuhan perusahaan supaya dapat bersaing dan mampu menjaga kemampuan laba perusahaan (Mathis dan Jackson, 2011).

Suatu perusahaan atau organisasi baik dalam skala kecil, menengah maupun skala besar tentu memiliki visi dan misi mengenai gambaran atas tujuan-tujuan yang ingin dicapai dimasa yang akan datang melalui kegiatan-kegiatan

operasionalnya. Untuk itu dibutuhkan alat bantu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dimasa yang akan datang yaitu dengan menggunakan alat ukur *balance scorecard*. Menurut (Kaplan dan Norton, 2002) *balance scorecard* merupakan perangkat pengukuran kinerja manajemen perusahaan dengan menggabungkan aspek-aspek keuangan dan non keuangan yang pada akhirnya dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan dan proses penyelesaian masalah perusahaan. Menurut (Hansen dan Mowen, 2011: 366) *balance scorecard* merupakan sistem manajemen strategi yang mendefinisikan sistem akuntansi pertanggungjawaban berdasarkan strategi. *Balance Scorecard* menerjemahkan visi dan misi strategi organisasi dalam tujuan operasional dan ukuran kinerja dalam empat perspektif, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

Setelah perusahaan memiliki visi dan misi selanjutnya adalah menentukan tujuan strategi dari keempat perspektif *balance scorecard*. Visi dan misi diartikan menjadi kegiatan operasional perusahaan melalui tujuan strategi yang saling berhubungan dan memberi dampak sebab akibat. Misalnya tujuan strategi perspektif keuangan adalah peningkatan pendapatan melalui penjualan setiap bulannya. Tercapainya tujuan strategi ini bergantung pada tercapainya tujuan strategi perspektif lainnya secara bertahap dimulai dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, proses bisnis internal sampai pada perspektif pelanggan. Oleh karena itu, dengan adanya konsep *balance scorecard* akan membantu perusahaan untuk melakukan pengukuran kinerja secara akurat dengan memperhitungkan

aspek keuangan maupun aspek non keuangan agar mampu mengoptimalkan pertumbuhan dan peningkatan kinerja perusahaan.

*Preciousgift* (hadiah berharga) merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Kupang yang memproduksi berbagai macam hadiah untuk berbagai perayaan misalnya perayaan ulang tahun, wisuda, *anniversary*, *valentine*, dan sebagainya. Hadiah-hadiah yang diproduksi juga sangat bervariasi dan memiliki bentuk yang unik misalnya *custom acrylic*, *frame*, *bouquet*, *surprice box*, *mozaik*, *gelas custom*, dan masih banyak lagi. Hadiah yang disiapkan bisa dimiliki dengan berbagai ukuran mulai dari yang kecil, sedang, dan besar dengan harga terjangkau. Pada saat ini, *Preciousgift* memiliki karyawan sebanyak dua orang. Dengan adanya karyawan ini *Preciousgift* dapat berkontribusi untuk menyediakan lapangan pekerjaan dengan mengurangi angka pengangguran yang ada di Kota Kupang.

**Tabel 1.1**  
**Laporan Keuangan *Preciousgift NTT***

| <b>Bulan</b> | <b>Total Pendapatan</b> | <b>Total Biaya</b>   |
|--------------|-------------------------|----------------------|
| Januari      | Rp.11.159.000           | Rp.4.708.400         |
| Februari     | Rp.13.246.998           | Rp.4.810.200         |
| Maret        | Rp.1.032.000            | Rp.4.632.700         |
| April        | Rp.7.460.000            | Rp.4.005.200         |
| Mei          | Rp.20.595.000           | Rp.5.753.800         |
| Juni         | Rp.20.350.000           | Rp.7.047.000         |
| Juli         | Rp.12.635.000           | Rp.5.511.800         |
| Agustus      | Rp.15.431.000           | Rp.6.821.200         |
| September    | Rp.9.500.000            | Rp.4.118.400         |
| Oktober      | Rp.9.730.000            | Rp.4.755.800         |
| November     | Rp.12.505.000           | Rp.5.300.000         |
| Desember     | Rp.20.198.000           | Rp.7.589.800         |
| <b>Total</b> | <b>Rp.153.841.998</b>   | <b>Rp.65.054.300</b> |

*Sumber: Preciousgif NTT*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, menjelaskan bahwa pendapatan yang di dapat pada bulan Maret tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan dengan total pendapatan sebesar Rp.1.032.000 dan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.4.632.700. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah kinerja keuangan diatas *Preciousgif* perlu mengambil tindakan perbaikan terhadap strategi yang telah dibuat dengan memperkuat perspektif keuangan maupun non keuangan. Dengan demikian perlu adanya alat ukur yang memadai untuk mengukur berhasil tidaknya suatu bisnis jika dilihat dari faktor keuangan dan nonkeuangan. Untuk mencapai hal tersebut, peneliti mencoba untuk meneliti bagaimana kinerja keuangan dan strategi baru yang akan diambil UMKM *preciousgift* dalam meningkatkan pendapatandan efisiensi biaya menggunakan alat ukur *Balance Scorecard* dengan keempat perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran sebagai acuan dalam mencapai keberhasilan tujuan bisnis.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi (2022) tentang Analisis Kinerja UMKM dengan Pendekatan BSC pada Kasus Bintang Snack Millenium. Hasil penelitian ini menunjukkan, *pertama* dari perspektif keuangan dilihat dari perhitungan rasio profitabilitas berupa GPM, NPM, dan ROA pada UMKM ini mengalami peningkatan pendapatan pada tahun 2020; *kedua* perspektif pelanggan juga mengalami peningkatan; *ketiga* perspektif proses bisnis internal, UMKM ini sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan para pelanggan sebagai langkah evaluasi; dan *keempat* perspektif

pertumbuhan dan pembelajaran selalu diadakan evaluasi secara berkala dan juga pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

Penelitian oleh Dzulhadi et al.,(2022) tentang Analisis Penerapan BSC terhadap Kinerja UMKM Warmindo di Kota Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan BSC dengan keempat prespektif dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal inimenunjukkan bahwa UMKM berorientasi secara berkelanjutan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, mendapatkan kepercayaan dari kualitas produk diikuti dengan dukungan mereka secara produktif dan berkomitmen, karyawan akan mampu memberikan produk/jasa dengan efisien, konsisten dan tepat waktu.

Penelitian oleh Limbong (2023) tentang Penggunaan Metode BSC untuk Pengukuran Kinerja pada UMKM XYZ. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui metode BSC dengan keempat perspektif, UMKM XYZ dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam berbagai aspek kinerja mereka, serta mengambil tindakan perbaikan yang sesuai. Pengukuran ini memberikan wawasan kepada pemilik usaha dalam mengelola operasional dengan lebih efektif dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Mengacu pada permasalahan yang dihadapi oleh UMKM *Preciousgift* dan penelitian terdahulu diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Peningkatan Pendapatan dan Efisiensi Biaya UMKM Berbasis Digital dengan Pendekatan *Balanced Scorecard* (Studi Kasus pada UMKM *Preciousgift*)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kinerja UMKM *Preciousgift* NTT berbasis digital dengan pendekatan *balance scorecard*?
2. Bagaimana strategi peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya UMKM *Preciousgift* berbasis digital dengan pendekatan *balance scorecard*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis kinerja keuangan UMKM *Preciousgift* NTT berbasis digital dengan pendekatan *balance scorecard*.
2. Untuk menganalisis strategi UMKM *Preciousgift* NTT berbasis digital dengan pendekatan *balance scorecard*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana untuk memperluas wawasan serta menambah referensi mengenai strategi peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya UMKM *Preciousgift* berbasis digital menggunakan pendekatan *balance scorecard*.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi kepustakaan yang berkaitan dengan strategi peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya UMKM berbasis digital menggunakan pendekatan *balance scorecard*.

### 3. Bagi UMKM

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan pada Preciousgift berkaitan dengan strategi peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya menggunakan pendekatan *balance scorecard*.