

Going Concern UMKM Di Masa Pandemi, Faktor Apa Saja Yang Mempengaruhinya?

Susanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo

Email: susanti@unsiq.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh literasi keuangan, karakteristik wirausaha, lingkungan eksternal, dan strategi bertahan terhadap *going concern* pada UMKM di Kabupaten Wonosobo pada masa pandemic covid-19. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sample. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 124 dengan sampel penelitian sebanyak 83 UMKM.

Berdasarkan olah data dengan menggunakan *software* SPSS dapat ditarik kesimpulan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh Positif terhadap *Going Concern*, Karakteristik Wirausaha berpengaruh Positif terhadap *Going Concern*, Lingkungan Eksternal berpengaruh Positif terhadap *Going Concern*, dan Strategi Bertahan berpengaruh Positif terhadap *Going Concern*.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner kepada responden yang tercatat di Disperindag dan masih aktif beroperasi sampai pada tahun penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah UMKM pada klaster Carica di Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah.

Penelitian ini menguji hubungan antara beberapa faktor yang diduga mempengaruhi *going concern* pada UMKM carica di Kabupaten Wonosobo. Jumlah sampel yang ada menggambarkan perkembangan UMKM di Kabupaten Wonosobo.

Kata Kunci: *Going Concern*, Literasi Keuangan, Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal, Strategi Bertahan, UMKM.

Pendahuluan

Pandemi covid-19 yang melanda dunia melumpuhkan hampir setiap sector perekonomian tidak terkecuali ekonomi. Melansir dari kompas.com wabah yang dikonfirmasi masuk ke Indonesia pada Maret 2020 ini mengakibatkan perekonomian nyaris lumpuh karena pemberlakuan *lockdown* di sejumlah daerah. Kondisi tersebut sudah pasti berdampak pada pendapatan setiap warga negara.

Dengan adanya wabah *covid-19* berimbas pada mayoritas sector industry manufaktur bahkan tidak terkecuali UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). UU Nomor 20 tahun 2008 mengungkapkan bahwa UMKM adalah kegiatan usaha yang diharapkan mampu memperluas dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, diharapkan berperan aktif untuk mendorong proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Kabupaten Wonosobo yang berada di Provinsi Jawa Tengah yang menjadi salah satu Kabupaten dengan potensi Pariwisata yang cukup menjanjikan. Hal tersebut didukung dengan banyaknya obyek wisata yang sudah dikenal tidak hanya oleh

wisatawan domestic tetapi juga oleh wisatawan mancanegara. Potensi pariwisata yang menjanjikan tentunya selaras dengan berbagai UMKM yang mendukung pariwisata seperti buah tangan baik makanan maupun non makanan. Di Wonosobo terdapat 753 UMKM yang terdaftar di Dinas Perdagangan, Koprasi, UKM Kabupaten Wonosobo 2021. Klaster carica menjadi salah satu UMKM yang terbesar di Kabupaten.

Industri olahan carica merupakan salah satu industri pengolahan buah yang cukup berkembang di kabupaten Wonosobo. Terdapat 124 industri UMKM carica yang saat ini beroperasi di Wonosobo. Carica adalah buah endemis yang hanya dapat kita temukan di daerah Dieng saja. Industri pengolahan carica, terutama dalam bentuk manisan, sudah menjadi suatu barang khas yang tidak mungkin asing lagi bagi wisatawan. Sayangnya pandemi *covid-19* juga membawa dampak tersendiri bagi pengusaha carica. Akibat adanya penerapan PPKM berkelanjutan dan penutupan area wisata membuat omset penjualan manisan carica juga mengalami penurunan (Setiyana, 2022).

Penurunan penjualan, produksi, dan distribusi carica terbanyak di Wonosobo pada masa pandemi *covid-19* adalah pada tahun 2020, karena pada tahun tersebut merupakan awal masuknya pandemi dan kasus positif yang terpapar corona sangat banyak membuat orang-orang takut untuk keluar rumah dan melakukan aktivitas seperti biasa. Hal tersebut mengakibatkan wisatawan yang sebelumnya datang ke Wonosobo untuk menikmati waktu liburan pun jumlahnya menurun drastis, sehingga permintaan carica sebagai buah tangan pun sangat sedikit. Pada tabel 1.1 dapat dilihat data presentase UMKM carica di Kabupaten Wonosobo tahun 2019 sampai 2021.

Tabel 1.1
Data Presentase UMKM Carica di Kabupaten Wonosobo tahun 2019-2021

Keterangan	PERSENTASE (%)		
	2019	2020	2021
Jumlah Penjualan	90%	50%	50%
Jumlah produksi	90%	70%	75%
Distribusi produk	80%	60%	65%

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Wonosobo Tahun 2019-2021.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penurunan yang signifikan terjadi selama masa pandemic *covid-19* baik jumlah penjualan, jumlah produksi, maupun distribusi produk. Dengan data tersebut maka tujuan dari *research* ini adalah untuk mengetahui apakah literasi keuangan, karakteristik wirausaha, lingkungan eksternal, dan strategi bertahan berpengaruh terhadap *going concern* umkm klaster carica di Kabupaten Wonosobo. Berikut persamaan untuk pengujian hipotesis:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Kajian Pustaka

a. *Going Concern*

Going concern dalam konsep dasar akuntansi dimaksudkan bahwa perusahaan akan berjalan terus menerus dengan waktu yang tak terbatas. Supriyadi, dkk (2015) mengemukakan bahwa *going concern* (keberlangsungan hidup) UMKM dapat ditinjau dari kemampuan dan konsistensi mereka dalam menyusun, menganalisis, dan

mengimplementasikan rencana bisnis (*business plan*) mereka. Widayanti, dkk (2017) menyatakan *going concern* adalah suatu kestabilan dari keadaan usaha, yang mana keberlangsungan adalah sistem berlangsungnya usaha yang mencakup pertambahan, kelanjutan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan ekspansi usaha. Sedangkan menurut Narayana (2018) *going concern* adalah usaha bisnis untuk menghambat efek negatif bagi lingkungan maupun sosial agar keturunan penerus nanti memiliki sumber daya yang memadai untuk memenuhi kebutuhannya. Keberhasilan di pasar global yang memiliki kualitas baik akan membuat keberlangsungan usaha aman bagi lingkungan.

b. Literasi Keuangan

OJK (Otoritas Jasa Keuangan) pada tahun 2017 mengemukakan bahwa Literasi Keuangan merupakan rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan dan keterampilan konsumen maupun masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan baik serta kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Menurut Putri dan Henny (2017) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan bagian dari pembelajaran dalam pengelolaan keuangan dan perencanaan investasi agar pembuatan keputusan sehari-hari lebih terarah dan bijaksana. Sedangkan menurut Andarsari (2018) literasi keuangan adalah pengambilan keputusan individu yang menggunakan kombinasi dari beberapa keterampilan, sumberdaya, dan pengetahuan kontekstual untuk mengolah informasi dan membuat keputusan berdasarkan dengan resiko keuangan dari keputusan tersebut. Pengetahuan keuangan dapat digunakan untuk alat dalam pengambilan keputusan keuangan.

c. Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha merupakan ilmu yang mengkaji kemampuan serta perilaku seseorang untuk menghadapi tantangan yang ada dalam hidup atau usaha (Hastuti dkk, 2020). Jika ingin berhasil usaha yang di miliki para pemilik usaha harus memiliki sifat karakteristik wirausaha. Menurut Herawaty dan Yustien (2019) mengatakan bahwa karakteristik tersebut meliputi dua elemen penting yaitu karakteristik demograf (umur dan jenis kelamin), serta latar belakang individu (pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya). Dua elemen tersebut memiliki pengaruh terhadap niat dan upaya pemilik usaha. Karakteristik wirausaha meliputi kemampuan yang dimiliki pemilik usaha dalam memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha yang dimilikinya. Dengan berani mengambil resiko, bertanggung jawab, menuju masa depan yang lebih maju, inovatif dan kreatif (Tambunan 2020). Menurut Hastuti dkk (2020) seorang pengusaha harus memiliki 9 karakteristik utama yaitu kemauan untuk berprestasi, kerja keras, peduli dengan kualitas produk, bertanggung jawab, berorientasi pada imbalan, optimis, memiliki hasil karya yang baik, mampu menjadi pemimpin, dan berorientasi pada uang.

Sifat-sifat yang dimiliki oleh wirausaha seperti sifat percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, berorientasi terhadap masa depan, kreatif inovatif, mandiri, tanggungjawab, selalu mencari peluang usaha, mempunyai kemampuan personal (Herawaty dan Yustien, 2019).

d. Lingkungan Eksternal

Shandra (2018) menjelaskan bahwa terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur lingkungan eksternal, diantaranya:

1. Ancaman pesaing baru: Pesaing potensial tidak lain adalah perusahaan-perusahaan

yang pada saat ini tidak bersaing dalam dunia industri, tetapi memiliki kemampuan untuk melakukannya bila mereka menginginkannya. Masuknya pesaing baru akan berpotensi mengurangi keuntungan dari perusahaan-perusahaan yang sudah ada, karena mereka tidak mungkin meminta harga tinggi bagi produk-produk yang akan ditawarkannya.

2. Kekuatan pemasok: Pemasok memiliki posisi tawar-menawar yang berbeda-beda terhadap perusahaan. Kemampuan pemasok untuk menentukan syarat-syarat perdagangan yang menguntungkan bagi dirinya dan kurang menguntungkan bagi perusahaan atau membuat syarat-syarat perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak berpengaruh terhadap kinerja dari perusahaan tersebut. Kekuatan pelanggan.
3. Ancaman produk pengganti: Persaingan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan tidak hanya berasal dari perusahaan yang memproduksi produk yang sama sehingga memberikan akibat persaingan langsung, melainkan juga dapat dilihat dari perusahaan yang menghasilkan produk dengan memiliki kesamaan fungsi dengan produk yang dihasilkan perusahaan.
4. Persaingan yang kompetitif: Di dalam industry selalu terjadi persaingan antar perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Intensitas persaingan antar perusahaan dalam industry sangat dipengaruhi oleh faktor pertumbuhan industry, ketidakmampuan memproduksi pesanan, produk yang dihasilkan sama, dan harga yang dihasilkan cukup tinggi.
5. Kekuatan pelanggan: Yang dimaksud dengan para pembeli industry adalah para pelanggan individual (pembeli akhir) dan perusahaan-perusahaan yang mengelola kembali produk tersebut (B2B). Kekuatan tawar-menawar dari pembeli adalah kemampuan para pembeli untuk menawar harga dari perusahaan dalam industry ke tingkat yang lebih rendah, atau untuk meningkatkan biaya perusahaan dengan meminta kualitas serta layanan yang baik terhadap produk-produknya.

e. Strategi Bertahan

Menurut Ahimsa (2018), strategi bertahan adalah hasil interpretasi manusia menggunakan kerangka pemikiran tertentu atas situasi yang dihadapi sehingga membentuk pola-pola usaha yang direncanakan untuk mencari solusi dari suatu masalah. Sedangkan menurut Damis(2018) strategi bertahan adalah kemampuan sistem, komunitas atau masyarakat terkena terhadap bahaya untuk menahan, menyerap, mengakomodasi, dan memulihkan dari efek bahaya secara tepat waktu dan efisien, termasuk melalui cara pelestarian dan pemulihan yang penting dasar struktur dan fungsi.

Indikator dalam strategi bertahan menurut Setiono(2020),

- a. Memperbaiki kualitas produk dan layanan: perbaikan kualitas produk dan layanan diperlukan dengan melakukan pengembangan strategi penawaran produk. Pengembangan produk dan strategi penawaran ini perlu memperhatikan sudut pandang konsumen. Selain memperhatikan konsumen, perlu juga untuk memperhatikan tim atau mitra. Dalam berkoordinasi dan melakukan kolaborasi dengan tim atau mitra juga diperlukan perbaikan strategi. Memanfaatkan teknologi dengan optimal.
- b. Memanfaatkan teknologi secara optimal: pelaku UMKM perlu memanfaatkan teknologi sehingga proses bisnisnya dapat efektif dan efisien. Dalam pemasaran

dapat memanfaatkan jejaring social atau sering disebut *digital marketing*.

- c. Mempersiapkan bisnis untuk lebih berkembang: dengan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM. Dalam hal pemasaran dapat dioptimalkan melalui *e-commerce* sehingga saat pandemic sudah usai bisnis dapat berjalan lebih optimal.

Metodologi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri UMKM Carica di Wonosobo yang berjumlah 124 (Disperindagkop, 2020). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki criteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan (Suliyanto, 2017). Dengan criteria sebagai berikut:

- a. UMKM carica yang terdaftar pada Disperindagkop tahun 2020
- b. UMKM carica yang aktif beroperasi sampai tahun 2021

Tabel 1.2
Rangkuman Hasil Pengambilan Sampel

No	Kriteria	JumlahUMKM
1	Populasi UMKM carica yang terdaftar pada Disperindagkop tahun2020	124
2	Eliminasi UMKM carica yang tidak aktif Beroperasi sampai tahun 2021	(41)
Total UMKM		83

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan criteria sampel penelitian yang telah diuraikan diatas,maka UMKM carica yang lolos criteria yaitu sebanyak 83 UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan olah data menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Olah SPSS Variabel Independent
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.971	2.221		-.887	.378
LiterasiKeuangan	.398	.067	.407	5.925	.000
Karakteristik Wirausaha	.306	.089	.324	3.415	.001
Lingkungan Eksternal	.280	.088	.283	3.170	.002
MotivasiUsaha	.148	.053	.181	2.804	.006
StrategiBertahan	.219	.105	.140	2.084	.040

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Going Concern*

Dari table 1.3 menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *going concern* UMKM carica (H1 diterima). Penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan sangat diperlukan untuk *going concern*, tanpa adanya pemahaman UMKM mengenai konsep-konsep dasar keuangan, maka UMKM tidak bisa mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan. UMKM yang memiliki dasar pengetahuan keuangan yang baik akan memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih baik hal seperti pinjaman, Investasi dan sebagainya. Jika dibandingkan dengan UMKM yang tidak memiliki dasar pengetahuan keuangananakan memungkinkan timbulnya resiko dalam usahanya seperti kerugian bahkan kebangkrutan.

Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap *Going Concern*

Dari table 1.3 menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap *going concern* UMKM carica. Penelitian ini membuktikan bahwa dengan karakteristik wirausaha maka pengusaha memiliki keterampilan untuk membuat keputusan dengan melakukan analisis di setiap pilihan, menimbanginya, dan menentukan alternatif solusi jika ada masalah dikemudian hari, menumbuhkan keahlian untuk memimpin bisnis dengan menentukan serta berkembangnya keterampilan dibidang kepemimpinan, dan mampu membuat sebuah inovasi produk maupun pelayanan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan bisa membantu kegiatan lainnya seiring dengan berkembangnya teknologi.

Pengaruh Lingkungan Eksternal terhadap *Going Concern*

Dari tabel 1.3 menunjukkan bahwa lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM carica. Penelitian ini membuktikan bahwa dengan mampu menganalisis lingkungan eksternal maka pelaku usaha dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman strategis dalam lingkungan operasi perusahaan yang potensial mempengaruhi *going concern*, seperti mampu menganalisis faktor-faktor persaingan antara sebuah organisasi dan organisasi lainnya, mampumenganalisisfaktor-faktor yang terkait dengan pemasok yang memiliki posisi tawar-menawar yang berbeda-beda, mampu menganalisis masuknya pendatang baru dalam suatu industry, mampu menganalisis persaingan produk yang dihasilkan perusahaan tidak hanya berasal dari perusahaan yang memproduksi produk yang sama, dan mampu menganalisis tingkat kekuatan konsumen dalam membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Pengaruh Strategi Bertahan terhadap *Going Concern*

Dari tabel 1.3 menunjukkan bahwa strategi bertahan berpengaruh terhadap *going concern* UMKM carica. Penelitian ini membuktikan bahwa dengan strategi bertahan yang baik para pelaku UMKM dapat menjalankan bisnisnya ditengah pandemi ini. Misalnya strategi harga yang terjangkau bagi konsumennya, menjalin dan mengoptimalkan hubungan dengan konsumen, serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan pelaku UMKM.

Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *going concern* UMKM di masa pandemi *covid-19* (studi empiris pada industri UMKM carica di kabupaten wonosobo) yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap *going concern* UMKM carica di Wonosobo yang artinya semakin baik literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM maka akan semakin baik perilaku dan pengelolaan keuangannya, literasi keuangan yang baik akan membantu pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan bisnis kearah pengembangan dalam meningkatkan kinerja UMKM ditengah pandemic *covid-19*.
2. Karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap *going concern* UMKM carica di Wonosobo yang artinya seorang pengusaha haru mempunyai karakter seperti memiliki ketrampilan untuk membuat keputusan dengan melakukan analisis disetiap pilihan, menimbanginya, dan menentukan alternatif solusi jika ada masalah dikemudian hari agar usahanya mampu bertahan menghadapi pandemic *covid-19*.
3. Lingkungan eksternal berpengaruh positif terhadap *going concern* UMKM carica di Wonosobo yang berarti pelaku UMKM harus bisa menganalisis peluang dan ancaman yang ada diluar usahanya, semakin baik pelaku UMKM bisa menganalisis peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal maka semakin tinggi peluang UMKM untuk bertahan ditengah pandemic *covid-19*.
4. Strategi bertahan berpengaruh positif terhadap *going concern* UMKM carica di Wonosobo yang artinya para pelaku UMKM harus memiliki strategi bertahan yang matang, semakin tepat strategi dalam mempertahankan UMKM maka semakin tinggi peluang UMKM untuk bertahan ditengah pandemic *covid-19*.

Referensi

- Andansari, I. 2018. "Pengaruh Financial Attitude dan Lingkungan Sosial Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa," *Ecodunamika J.Pendidik. Ekon.*, Vol.1.
- Damis, M. 2018. "Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi," *J.Soc.Cult.Holistik*, no.21, 2018.
- Hastuti *etal.* 2020. "Kewirausahaan dan UMKM-Google Books.
[Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/Kewirausahaan_dan_UMKM/AaXTDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=era+revolusi+umkm&printsec=frontcover.
- Herawaty, Netty. Reni Yustien. 2019. "Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (survey pada usaha rumahan produk pempek di kota Jambi)". *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*. Vol.2 No.1.
https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi_Covid-19
<https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri>.
- Putri, Rasum dan Henny Rahyuda. 2017. "Pengaruh Tingkat Financial Literacy dan Faktor Sosiodemografi terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu," *E-Jurnal Ekon. Dan Bisnis Univ. Udayana*, vol.9.

- Sandara, Riyanto. 2018. "Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Madiun," *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilm. Manaj. Bisnis dan Inov. Univ. SamRatulangi)*, vol. 5.
- Setiono, A. 2020. "Strategi Bertahan Bagi UKM Hadapi Krisis Akibat Covid-19," *J.Ris.*, vol.59.
- Setiyana, Ria. 2022. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberlangsungan Usaha UMKM di Masa Pandemi Covid-19". Skripsi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta: Bandung.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Tambunan, Diana. 2020." *Investasi Saham di Masa Pandemi covid-19*". E-journal BSI. Vol.4 No.2.