

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pergeseran pada beberapa komposisi struktur biaya non produksi, baik pada biaya pemasaran maupun biaya administrasi dan umum saat membuka toko fisik maupun *online*, yaitu :
 - a) Biaya pemasaran saat membuka toko *online* meningkat paling besar pada kategori biaya *packaging* atau kemasan produk menjadi 13,6%, di mana pada saat membuka toko fisik tentu membutuhkan kemasan yang lebih aman seperti *bubble wrap*, kardus, hingga kemasan kayu agar produk tetap berada dalam kondisi yang baik hingga ke tangan para konsumen.
 - b) Biaya administrasi dan umum saat membuka toko *online* paling banyak mengalami penurunan pada kategori biaya utilitas menjadi 20,2%, di mana penurunan yang cukup besar ini dapat diakibatkan karena biaya gedung/sewa gedung dan biaya untuk listrik/air yang dapat banyak berkurang pada saat membuka toko *online*.
2. Proporsi biaya pemasaran pada UMKM di bidang kuliner, *fashion*, kriya, dan lain-lain (toko buku, toko sembako, *pet shop*, dan toko mainan) mengalami peningkatan sesudah dibukanya toko *online* selama tahun pengamatan yaitu dari tahun 2018 hingga 2022. Rata-rata pergeseran peningkatan proporsi pada biaya pemasaran saat dibukanya toko *online* sebesar 12,7% untuk bidang kuliner, *fashion*, kriya, dan lain-lain. Sedangkan untuk bidang *furniture* mengalami penurunan saat membuka toko *online*, di mana penurunannya adalah sebesar 10,5%. Peningkatan yang terjadi antara lain dapat disebabkan karena kemudahan dalam

memanfaatkan *digital marketing* untuk media pemasaran, kemudian biaya kemasan yang meningkat karena dibutuhkannya kemasan yang lebih aman dalam memasarkan produk. Sedangkan penurunan proporsi yang ada dapat terjadi karena adanya pengurangan jumlah karyawan dari toko fisik ke toko *online* karena tugas dan tanggung jawab yang berbeda, di mana pada toko fisik, karyawan dibutuhkan untuk menjaga toko dan melayani pembeli secara bertatap muka langsung. Sedangkan pada toko *online*, karyawan dibutuhkan hanya untuk menjadi admin sosial media, *content creator*, dan menjawab pertanyaan pembeli secara *online*.

3. Proporsi biaya administrasi dan umum pada masing-masing jenis UMKM yang menjadi sampel penelitian mengalami penurunan sesudah dibukanya toko *online* selama tahun pengamatan dari tahun 2018 hingga 2022. Rata-rata pergeseran penurunan yang terjadi saat dibukanya toko *online* adalah sebesar 19,3%. Penurunan ini dapat terjadi karena biaya-biaya seperti listrik atau air maupun biaya gedung atau sewa gedung dapat lebih banyak berkurang jika hanya membuka toko *online* saja. Hal ini karena pertimbangan bahwa saat membuka toko *online* sudah tidak memerlukan menyewa tempat untuk toko fisik maupun biaya listrik untuk menerangi toko atau produk yang ditawarkan. Biaya listrik yang dikeluarkan saat membuka toko *online* hanya pada saat mengisi daya baterai, hingga aliran untuk menghidupkan berbagai peralatan kebutuhan fotografi produk yang tidak digunakan untuk jangka waktu yang lama.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi biaya administrasi dan umum cenderung meningkat setiap tahunnya setelah dibukanya toko *online*. Hal ini karena adanya biaya admin yang dikenakan oleh masing-masing platform belanja *online* berupa persentase, di mana persentase ini akan dikenakan sesuai dengan hasil tiap penjualan produk yang laku terjual melalui platform tersebut. Dengan semakin tingginya hasil penjualan, maka potongan yang dikenakan kepada para penjual juga akan semakin tinggi pula. Hal tersebut yang menyebabkan proporsi biaya administrasi dan umum dapat meningkat pada setiap tahunnya.

5.2 Batasan Penelitian dan Saran

Keterbatasan pada waktu dan juga periode pengamatan yang hanya lima tahun, yaitu dari tahun 2018 hingga 2022, serta keterbatasan wilayah penelitian yaitu hanya meneliti UMKM yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, maka dapat menyebabkan pergeseran struktur biaya dapat berbeda pada usaha lain di daerah yang lain dengan tahun pengamatan yang berbeda. Berdasarkan keterbatasan tersebut maka disarankan untuk menambah periode waktu pengamatan dan memperluas daerah penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina *et al.* 2021. Struktur Biaya Pedagang Buah Impor di Kelurahan Handilbakti Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, Vol. 6 No. 1: 88-98.
- Anggriawan dan Setiawan. 2018. Bagaimana Analisis Pendapatan Dan Biaya Relevan Atas Bisnis *Online*?. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 9 No.2: 119-122.
- Asmara *et al.* 2014. Struktur Biaya Industri dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Industri Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, Vol. 11 No. 2: 110-118.
- Halim, Abdul. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1 No. 2: 157-172.
- Hanim *et al.* 2018. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) & Bentuk-bentuk Usaha. Semarang: Unissula Press.
- Hansen, Mowen, dan Heitger. 2021. *Cost Management: Fifth Edition*. United States: Cengage.
- Hartono, Jogiyanto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 6*. Yogyakarta: Bhakti Profesindo (BPFE).
- Kompas.com. 22 Oktober 2021. Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja *Online* Dibanding *Offline*. Diakses pada 4 Maret 2023 pukul 17.15 WIB, dari <https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/riset--masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline>
- Kompasiana.com. 16 Mei 2022. Meningkatnya Jumlah Pengguna E-Commerce di Masa Pandemi. Diakses pada 23 Mei 2023 pukul 16.54 WIB, dari <https://www.kompasiana.com/raihanfirdaus8738/6281559b18ffee52ed7138d2/meningkatnya-jumlah-pengguna-e-commerce-di-masa-pandemi>
- Kompas Pedia. 1 Agustus 2021. PSBB hingga PPKM, Kebijakan Pemerintah Menekan Laju Penularan Covid-19. Diakses pada 4 Maret 2023 pukul 16.00 WIB, dari https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/psbb-hingga-ppkm-kebijakan-pemerintah-menekan-laju-penularan-covid-19?track_source=kompaspedia-paywall&track_medium=login-paywall&track_content=https%3A%2F%2Fkompaspedia.kompas.id%2Fbaca%2Fpaparan-topik%2Fpsbb-hingga-ppkm-kebijakan-pemerintah-menekan-laju-penularan-covid-19%2F&status=sukses_login&status_login=login

- Kriekhoff dan Riupassa. 2017. Analisis Penetapan Harga Jual Produk Kerajinan Perahu Cengkeh pada Pengrajin Cengkeh di Kampung Waemahu Desa Latuhalat Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon. *Jurnal Maneksi*, Vol. 6 No. 1: 7-14.
- Liputan 6. 3 Juni 2020. Penjualan UMKM Anjlok karena Perilaku Konsumen di Masa Pandemi Berubah. Diakses pada 23 Mei 2023 pukul 16.21 WIB, dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4269864/penjualan-umkm-anjlok-karena-perilaku-konsumen-di-masa-pandemi-berubah>
- Mulyadi. 2018. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Portal Berita Pemerintahan Kota Yogyakarta. 3 Juni 2021. Pemkot Terus Dorong UMKM Kota Yogyakarta Go Digital. Diakses pada 4 Maret 2023 pukul 16.30 WIB, dari <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/15117>
- Rahmantya dan Tyas. 2022. Analisis Cost Structure dengan Metode Variable Costing pada Rumah Sakit. *Jurnal Penelitian Universitas Kuningan*, Vol. 12 No. 2: 137-146.
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 6 No. 1: 51-58.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunarni, Christina Wiwik. 2020. Cost Structure Shifting in Dealing with a Dynamic Business Environment: Manufacturing Companies in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 9: 254-262.
- Suyadi *et al.* 2018. Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, Vol. 29 No. 1: 1-10.
- Taschner dan Charifzadeh. 2016. *Management and Cost Accounting: Tools and Concepts in a Central European Context*. Germany: Wiley-VCH.
- Wilson dan Makau. 2017. *Online Marketing Use: Small and Medium Enterprises (SMEs) Experience from Kenya*. *ORSEA Journal*, Vol. 7 (2): 63-77.

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian yang disebarakan melalui *Google Form*

BAGIAN 1

Analisis Pergeseran Struktur Biaya (cost shifting) dari UMKM Konvensional ke UMKM Online

Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i responden, perkenalkan nama saya Pepy Putri Avi dengan NPM 190424945 sebagai mahasiswa program studi Akuntansi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pergeseran Struktur Biaya (cost shifting) dari UMKM Konvensional ke UMKM Online di Wilayah DIY". Penelitian dilakukan untuk keperluan penyusunan Skripsi sebagai Tugas Akhir perkuliahan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pergeseran struktur biaya dari UMKM Konvensional ke UMKM Online yang ada di wilayah DIY.

Oleh karena itu, saya memohon kesediaan dan kerja sama Bapak/Ibu, Saudara/i yang memenuhi kriteria sebagai responden untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan tepat. Informasi tersebut akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. UMKM berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. UMKM yang sudah menjalankan bisnis keseluruhan (baik toko fisik maupun online) minimal selama 5 tahun, dari tahun 2018 hingga 2022.
3. UMKM yang masih membuka toko fisik di tahun 2018 dan beralih membuka toko online paling tidak (minimal) pada tahun 2019.

Apabila terdapat kesulitan atau pertanyaan, silahkan hubungi nomor telepon = [087839682075](tel:087839682075) (Pepy Putri)

Terima kasih atas kesediaan dan kerja samanya dalam mengisi kuesioner ini.

Nama Usaha (UMKM) *

Jawaban Anda

Nomor Telepon atau Email Usaha *

Jawaban Anda

Jumlah karyawan *

Jawaban Anda

Jenis UMKM *

Kuliner

Fashion

Kriya (kerajinan)

Elektronik

Furniture

Yang lain: _____

Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan saat membuka toko fisik *

Gedung maupun Sewa Gedung

Listrik/air

Telepon (pulsa)

Peralatan (misal : meja, kursi, dekorasi toko, dll. yang bersifat tidak habis pakai)

Perlengkapan (misal : alat tulis, kertas, nota, dll. yang bersifat habis pakai)

Yang lain: _____

Biaya pemasaran yang dikeluarkan saat membuka toko online *

Digital marketing (misal : iklan pada media sosial, iklan pada platform belanja online)

Gaji karyawan bagian pemasaran (misal : admin sosial media, content writer/creator, dll.)

Jasa fotografer (untuk mengambil foto/video produk yang menarik)

Biaya transportasi untuk distribusi produk (misal : jasa kirim)

Yang lain: _____

Biaya pemasaran yang dikeluarkan saat membuka toko fisik *

Pemasaran di media cetak (misal : iklan koran/majalah, brosur, kartu nama, banner, dll.)

Pemasaran di media elektronik (misal : radio, televisi, dll.)

Pemasaran di media online (media sosial)

Biaya transportasi untuk distribusi produk

Gaji karyawan bagian pemasaran

Yang lain: _____

Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan saat membuka toko online *

Listrik/air

Telepon (misal : pulsa, kuota internet)

Biaya admin untuk platform belanja online (misal : shopee, lazada, dll.)

Peralatan (misal : alat fotografi, seperti ring light, kamera, dekorasi, dll.)

Perlengkapan (misal : alat tulis, kertas, nota, dll.)

Yang lain: _____

BAGIAN 2

Biaya Pemasaran selama tahun 2018-2022	Biaya Administrasi dan Umum selama tahun 2018-2022	Total Biaya selama tahun 2018-2022
<p>Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi sejak barang selesai diproduksi dan memastikan semua produk terbeli oleh konsumen.</p>	<p>Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan suatu usaha, namun tidak berkaitan langsung dengan proses produksi.</p>	<p>Total biaya adalah jumlah keseluruhan biaya (biaya produksi dan non produksi) yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membuat suatu produk dalam satu periode waktu tertentu.</p>
<p>Tahun dibukanya toko online *</p> <p><input type="radio"/> 2019 <input type="radio"/> 2020 <input type="radio"/> 2021 <input type="radio"/> 2022</p>	<p>Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan selama tahun 2018 (khusus toko fisik) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Total biaya yang dikeluarkan selama tahun 2018 (khusus toko fisik) *</p> <p>Jawaban Anda</p>
<p>Biaya pemasaran yang dikeluarkan selama tahun 2018 (khusus toko fisik) silahkan isi dengan satuan rupiah *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan selama tahun 2019 (jika sudah membuka toko online di tahun 2019, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja. Jika belum membuka toko online, silahkan tetap isi biaya saat membuka toko fisik) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Total biaya yang dikeluarkan selama tahun 2019 (jika sudah membuka toko online di tahun 2019, silahkan isikan total biaya saat membuka toko online saja. Jika belum membuka toko online, silahkan tetap isi total biaya saat membuka toko fisik) *</p> <p>Jawaban Anda</p>
<p>Biaya pemasaran yang dikeluarkan selama tahun 2019 (jika sudah membuka toko online di tahun 2019, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja. Jika belum membuka toko online, silahkan tetap isi biaya saat membuka toko fisik) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan selama tahun 2020 (jika sudah membuka toko online di tahun 2020, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Total biaya yang dikeluarkan selama tahun 2020 (jika sudah membuka toko online di tahun 2020, silahkan isikan total biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>
<p>Biaya pemasaran yang dikeluarkan selama tahun 2020 (jika sudah membuka toko online di tahun 2020, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan selama tahun 2021 (jika sudah membuka toko online di tahun 2021, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Total biaya yang dikeluarkan selama tahun 2021 (jika sudah membuka toko online di tahun 2021, silahkan isikan total biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>
<p>Biaya pemasaran yang dikeluarkan selama tahun 2021 (jika sudah membuka toko online di tahun 2021, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan selama tahun 2022 (jika sudah membuka toko online di tahun 2022, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>	<p>Total biaya yang dikeluarkan selama tahun 2022 (jika sudah membuka toko online di tahun 2022, silahkan isikan total biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>
<p>Biaya pemasaran yang dikeluarkan selama tahun 2022 (jika sudah membuka toko online di tahun 2022, silahkan isikan biaya saat membuka toko online saja) *</p> <p>Jawaban Anda</p>		

Kembali Kirim Kosongkan formulir