



Studi Fenomenologi: Mengungkap Makna Akuntansi Pelanggan Dalam Perspektif UMKM *Coffee Shop*

Steven Fernando^{*1}, Nadya Angela², Winny Adrianto³

^{1,2,3}Universitas Tanjungpura

*Corresponding author: steven.fernando@student.untan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh akuntansi pelanggan terhadap strategi manajemen yang digunakan oleh UMKM *coffee shop* sudah tepat atau belum. Selanjutnya, menganalisis pelanggan mana yang memberikan profitabilitas paling besar terhadap usaha UMKM *coffee shop*. Pada penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode kualitatif, yang berasal dari data primer yang datanya diambil dari hasil wawancara serta observasi di UMKM *coffee shop*. Hasil penelitian menunjukan bahwa pelanggan yang banyak memberikan keuntungan pada UMKM *coffee shop* yang ada di Kota Pontianak adalah remaja atau mahasiswa, namun di samping itu banyak juga orang tua atau keluarga yang memberikan keuntungan pada UMKM *coffee shop* di Kota Pontianak pada hari dan jam tertentu. Hasil penelitian ini, penanganan setiap UMKM *coffee shop* memiliki cara sendiri untuk menarik pelanggan, untuk UMKM *coffee shop* memilih untuk mengadakan *event* maupun diskon untuk pelanggan, menjalin kerja sama dengan pihak ketiga, menyesuaikan harga menu agar sesuai dengan pelanggan, menambah variasi produk yang akan dijual sesuai dengan jenis kalangan konsumen sehingga para konsumen akan semakin konsumtif, serta menambah fasilitas berupa jaringan internet gratis.

Kata Kunci: Akuntansi Pelanggan, Strategi Manajemen, UMKM *Coffee Shop*, Profitabilitas, Metode Kualitatif

Abstract

This study aims to examine the effect of customer accounting on the management strategies used by MSME coffee shops that are appropriate or not. Furthermore, analyzing which customers provide the most profitability to the MSME coffee shop business. The research that has been conducted uses a qualitative method, which comes from primary data whose data is taken from the results of interviews and observations at the MSME coffee shop. The results showed that customers who provide a lot of profit to MSME coffee shops in Pontianak City are teenagers or students, but besides that there are also many parents or families who provide benefits to MSME coffee shops in Pontianak City on certain days and hours. The results of this study, the handling of each MSME coffee shop has its own way to attract customers, for MSME coffee shops choose to hold events and discounts for customers, collaborate with third parties, adjust menu prices to suit customers, increase the variety of products to be sold according to the type of consumer so that consumers will be more consumptive, and add facilities in the form of free internet networks.

Keywords: *Customer Accounting, Management Strategy, Profitability, Qualitative Methods, SME Coffee Shop*

PENDAHULUAN

Sebuah usaha yang baik harus memiliki nilai jual yang baik agar dapat menarik banyak pelanggan, terutama usaha UMKM *coffe shop*. Diketahui bersama bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang menjadi penopang perekonomian di Indonesia. Selain secara akumulatif dapat menopang perekonomian, unit usaha ini juga menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup (Irawati et al, 2023). Di Kota Pontianak, UMKM *coffe shop* sudah menjadi hal umum dan banyak ditemui sehingga persaingan untuk usaha UMKM *coffe shop* semakin sulit. Untuk mengatasi persaingan tersebut, tentunya setiap UMKM *coffe shop* memerlukan strategi agar dapat bertahan seperti membangun keunikan usaha serta strategi yang baik. Adapun strategi yang diterapkan, seperti memberikan penawaran kepada konsumen, promosi melalui media sosial, serta akuntansi manajemen strategi usaha tersebut atau biasa dikenal dengan *strategic management accounting*. *Strategic management accounting* merupakan analisis informasi akuntansi manajemen tentang usaha bisnis hingga kompetitor untuk dapat mengembangkan dan menganalisis strategi bisnis. Salah satu metode dari *strategic management accounting* adalah akuntansi pelanggan (Cadez & Guilding, 2008).

Akuntansi pelanggan merupakan metode yang membantu manajemen demi memenuhi kinerja pada organisasi. Sebab tujuan utama dari akuntansi pelanggan adalah menjadi salah satu jenis dari informasi akuntansi adalah memberi fasilitas untuk perkembangan serta pelaksanaan dari strategi UMKM. Tujuan dari teknik akuntansi pelanggan adalah untuk melihat apakah strategi manajemen yang digunakan sudah tepat atau belum, karena dalam melihat jumlah pelanggan dan juga kondisi pelanggan yang datang ke sebuah UMKM *coffe shop*, kita dapat mengidentifikasi pelanggan yang datang ke UMKM *coffe shop* untuk memberikan keuntungan pada UMKM *coffe shop* kedepannya. Dalam mengidentifikasi pelanggan pelaku usaha juga harus melihat pelanggan mana yang memberikan keuntungan pada UMKM *coffe shop*, pelanggan yang memberikan keuntungan itu seperti pelanggan yang sering datang ke UMKM *coffe shop* dan membawa teman atau keluarganya setiap kali ke UMKM *coffe shop*.

Dengan adanya artikel ini, penulis berharap agar pelaku usaha dapat menerapkan akuntansi strategi manajemen dalam melakukan usaha supaya dapat memberikan profitabilitas yang tinggi dan mampu bersaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Sebagaimana yang disampaikan Creswell (2017) bahwa metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Sedangkan menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Miles Huberman (1992) memaparkan bahwa data dalam penelitian kualitatif merupakan data yang berwujud kata-kata, ujaran-ujaran atau peristiwa. Di samping data kualitatif, sebagai pelengkap ditambahkan pula data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka skor hasil

belajar yang dimaksudkan untuk memperkokoh tujuan penelitian secara utuh. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang mana pendekatan kualitatif fenomenologi digunakan untuk mencari makna dari pengalaman yang dialami langsung oleh individu (Ginting et al., 2023).

Sebagaimana disampaikan bahwa analisis informasi kualitatif ialah studi yang digunakan buat menyelidiki, menciptakan, menggambarkan, serta menerangkan mutu ataupun keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak bisa dipaparkan, diukur ataupun ditafsirkan lewat pendekatan kuantitatif. Berikut merupakan teknik analisa data dalam penelitian kualitatif yang dijabarkan berikut ini:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan dikumpulkan setelah itu direduksi buat memilah data pokok yang berarti yakni berkaitan dengan fokus tema riset. setelah itu data tersebut disusun secara sistematis supaya gampang dimengerti sehingga bisa menolong menanggapi persoalan baru berkaitan dengan tema penelitian.

b. Penyajian Data

Data yang sudah hadapi proses reduksi data berikutnya akan dilakukan dalam menyajikan data. Pada penelitian kualitatif penyajian data bisa dicoba dengan wujud penjelasan pendek, bagan, atau diagram. Tujuannya supaya memudahkan dikala menguasai perihal yang terjadi, merancang kerja berikutnya berdasarkan pada hal-hal yang sudah dimengerti tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan didasari oleh rumusan masalah dimana pokok yang detail serta sudah dipastikan sebelumnya. kesimpulan analisis adalah hasil yang berasal dari masalah penelitian yang sudah ditentukan.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini narasumber merupakan pimpinan dari masing-masing UMKM *coffe shop*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada awal perencanaan UMKM *coffe shop* Isoku, Askara, dan Tumbuh menargetkan kalangan remaja sedangkan untuk *UMKM coffe Shop* Perdana Kopi dan Rizcoffee menargetkan kalangan pekerja. Pemilihan lokasi dari *UMKM coffe shop* Askara disesuaikan dengan lokasi perencanaan pembukaan bisnis, namun untuk Isoku, Rizcoffee, Tumbuh, dan Purnama Kopi dipilih tidak berdasarkan niat pembukaan bisnis yang bersangkutan, namun setelah dilihat lokasi memiliki peluang bisnis para pemilik baru membuka bisnis sesuai dengan peluang yang ada.

Hasil analisis penelitian ini, konsumen untuk *UMKM coffe shop* Isoku jenis pelanggan yang paling sering ditempati oleh kelompok mahasiswa, sedangkan untuk *UMKM coffe Shop* Tumbuh dan Askara paling sering ditempati kelompok pekerja kantoran pada pagi hari dan remaja pada malam hari, disisi lain untuk *UMKM coffe shop* Rizcoffee dan Purnama Kopi paling sering ditempati kalangan pekerja kantor maupun buruh. Pada *UMKM coffe shop*. Untuk kalangan yang paling banyak menghasilkan profit bagi *UMKM coffe Shop* Tumbuh, Askara, dan Isoku berasal dari kalangan remaja dan mahasiswa, sedangkan untuk *UMKM coffe shop* Purnama Kopi dan Rizcoffee berasal dari kalangan pekerja.

PEMBAHASAN

Akuntansi pelanggan memiliki peran utama pada informasi akuntansi yakni memberikan perlengkapan dari cara UMKM, dan dapat berguna untuk membantu perusahaan dalam mencapai kinerja organisasi, dan memfasilitasi perkembangan dan

pelaksanaan dari strategi bisnis. Penelitian ini, memiliki tujuan untuk melihat apakah strategi manajemen yang digunakan sudah tepat atau belum, karena dalam melihat jumlah pelanggan dan juga kondisi pelanggan yang datang ke sebuah *UMKM coffe shop*, kita dapat mengidentifikasi pelanggan yang datang ke *UMKM coffe shop* untuk memberikan keuntungan pada *UMKM coffe shop* kedepannya. Penanganan setiap *UMKM coffe Shop* memiliki cara sendiri untuk menarik pelanggan, untuk *UMKM coffe Shop* Tumbuh dan Askara memilih untuk mengadakan *event* maupun *diskon* untuk pelanggan dan menjalin kerja sama dengan pihak ketiga. Untuk Isoku memilih untuk menyesuaikan harga menu agar sesuai dengan pelanggan, tidak lupa juga memberikan diskon pada awal pembukaan, serta bekerja sama dengan pihak ketiga. Sedangkan untuk Rizcoffee dan Purnama Kopi memilih menambah variasi produk yang akan dijual sesuai dengan jenis kalangan konsumen sehingga para konsumen akan semakin konsumtif. Namun satu kesamaan dari setiap *UMKM coffe shop* dalam rangka memikat pelanggan agar semakin ramai, dengan cara menambahkan fasilitas berupa jaringan internet gratis. Jenis pelanggan dari setiap *UMKM coffe Shop* tersebut memberikan keuntungan pada lima *UMKM coffe shop* dalam jangka waktu lama, sehingga setiap *UMKM coffe shop* disarankan tetap berhubungan baik dengan jenis pelanggan tersebut dengan tetap menarik jenis pelanggan baru. Pada penelitian ini memakai teori penilaian pelanggan agar dapat memberikan informasi cara penggunaan teknik akuntansi pelanggan saat memberikan analisis sesuai dengan keadaan dan jenis pelanggan serta partisipasi pelanggan pada usaha bisnis.

KESIMPULAN

Penelitian memiliki fungsi agar dapat memahami pengaruh akuntansi pelanggan dalam perspektif *UMKM coffe shop* yang ada di Pontianak serta mengidentifikasi pelanggan mana yang memberikan profitabilitas paling besar bagi *UMKM coffe shop*. Hasil penelitian yang dilaksanakan didapat dari simpulan mengenai akuntansi pelanggan dapat membantu usaha bisnis dalam mengambil kebijakan serta keputusan demi meningkatkan profitabilitas suatu *UMKM coffe shop*.

KETERBATASAN & SARAN

UMKM Coffe shop disarankan menerapkan akuntansi pelanggan untuk melihat apakah strategi manajemen yang diambil sudah tepat atau belum. Berdasarkan hasil penelitian, setiap *UMKM Coffe shop* sudah menerapkan salah satu teknik akuntansi pelanggan dengan cara mengelompokkan jenis pelanggan.

REFERENSI

- Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, organizations and society*, 33(7-8), 836-863.
- Chih-Pei, H. U., & Chang, Y. Y. (2017). John W. Creswell, research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.
- Ginting, R., Crystopher, D., & Yunita, K. (2023). Revealing the Meaning of Indonesian Cryptocurrency Investment Decisions Based on Mental Accounting: A Phenomenological Study. *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 6(1), 45-57.
- Hidayati, L. N., & Sugiyono, S. (2018). Pengaruh harga, kepercayaan, keamanan, dan persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian sepatu Nike melalui instagram. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).

- Irawati, W., Ersyafdi, I. R., Ginting, R., Puspitasari, A., Rumaizha, R., Harry Mukti, A., Marpaung, O., & Swasti Putri, I. (2023). Pengenalan Keberlanjutan Usaha dengan Perhitungan HPP yang Wajar pada Pelaku UMKM di Desa Pagedangan. *Jurnal Abdi Masyarakat Nusantara*, 1(2), 26–31. <https://doi.org/10.61754/jurdiasra.v1i2.51>
- Miles, M. B. D. A. (1992). Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode–metode Baru*, 2829-0747.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta: Bandung.