

BAB II

LANDASAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Landasan Teori

1. Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

a. Pengertian UKM

Pembahasan usaha kecil/menengah mengenai pengelompokan jenis usaha yang meliputi usaha industri dan usaha perdagangan. Pengertian tentang Usaha Kecil Menengah (UKM) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan negara tersebut. Mengenai pengertian atau definisi usaha kecil ternyata sangat bervariasi, disatu negara berlainan dengan negara lainnya. Dalam definisi tersebut mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap dalam gugusan/kelompok perusahaan tersebut (*range of the member of employees*).⁶

Setiap negara memiliki definisi UKM yang berbeda. Sebagai contoh, di Australia, sebuah usaha dikategorikan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah jika memiliki tenaga kerja masing-masing sebanyak kurang dari sampai dengan 5 orang, antara 6 sampai sebanyak dengan 20 orang, dan diatas 20 orang, sedangkan di Amerika, UKM adalah entitas bisnis yang memiliki tenaga kerja kurang dari 500 orang. Di *Japan*, UKM adalah entitas bisnis yang nilai investasinya kurang dari 300 juta, sedangkan di *Malaysia* batasan nilai investasi untuk UKM adalah kurang dari sampai dengan RM 2,5 juta. Dari segi nilai aset, *Philipines* dan *Singapore* memberikan batasan bagi UKM masing-masing sebesar sampai dengan P 60 juta dan SGD 15 juta, *China* memiliki sistem klasifikasi yang lebih kompleks.⁷

Usaha kecil menurut surat edaran Bank Indonesia No. 26/1/UKK tanggal 29 Mei 1993 perihal Kredit Usaha Kecil (KUK) adalah usaha yang memiliki aset maksimum Rp 600 juta (enam ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati.

⁶Tiktik Sartika Partomo dan Abd Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, (Bojongkerta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 13–14.

⁷Karya Bersama Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya dan Forum Daerah UKM Jawa Timur, *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 7-8.

Pengertian usaha kecil ini meliputi usaha perseorangan badan, usaha swasta, dan koperasi. Sepanjang aset yang dimiliki tidak melebihi Rp 600 juta. Sedangkan berdasarkan UU No. 9/1995 tentang usaha kecil, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, antara lain: petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima, dan pemulung. Sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan turun temurun, atau berkaitan dengan seni dan lainnya.⁸

Sebagaimana diketahui, definisi Usaha Mikro (UM), Usaha Kecil (UK) dan Usaha Menengah (UM) berbeda-beda di dalam beberapa peraturan sebelum berlakunya UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang baru disahkan oleh DPR-RI. Definisi dan pengaturan tentang UMKM yang relevan dengan ketiga jenis usaha tersebut didasarkan kepada 4 (empat) buah produk hukum lama yaitu Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, Instruksi Presiden No. 10 Tahun 1999 Tentang Pemberdayaan Usaha Menengah, Peraturan Bank Indonesia No.7/39/2005 tentang Pemberian Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dan Peraturan Bapepam-LK Nomor IX.C.7 tentang Pedoman Penawaran Umum oleh Perusahaan Menengah atau Kecil. Namun, sehubungan dengan telah disahkannya UU UMKM baru tersebut, maka definisi UMKM yang terdapat di dalam peraturan-peraturan sebelumnya mengalami penyesuaian.

Dalam UU UMKM yang baru, yang dimaksud dengan “Usaha Mikro” adalah sebagai berikut:⁹

- 1) Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan;

⁸Pandji Anoraga dan Djoko Sudantoko, *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 225.

⁹Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

- 2) Memiliki kekayaan bersih sebanyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- 3) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

Selanjutnya, yang dimaksud dengan “Usaha Kecil” menurut UU UMKM adalah sebagai berikut:¹⁰

- 1) Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar;
- 2) Memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau;
- 3) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan, yang dimaksud dengan “Usaha Menengah” dalam UU UMKM terbaru adalah sebagai berikut:¹¹

- 1) Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar;
- 2) Memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) samapai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan usaha;
- 3) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyarlimaratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

¹⁰Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

¹¹Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM):¹²*Usaha kecil termasuk usaha mikro adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000. Sementara itu usaha menengah merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp200.000.000 s.d. Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangun.*

Berdagang atau berusaha adalah profesi yang mulia dalam Islam. Buktinya Rasulullah saw adalah pedagang. Allah SWT berfirman:¹³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dari ayat tersebut kita dilarang keras untuk memakan harta sesama manusia secara batil seperti riba. Disamping melarang memakan harta orang lain secara batil, karena di dalamnya terdapat bahaya, baik bagi pemakannya maupun orang yang diambil hartanya. Allah menghalalkan kepada mereka semua yang bermaslahat bagi mereka semua seperti perdagangan dan berbagai jenis usaha lainnya. Diisyaratkan agar menjalankan perdagangan dengan suka sama suka.

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) ini, namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda. Dalam Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan tidak cengeng. Setidaknya terdapat beberapa ayat Al-Qur'an maupun

¹²Tollus T H Tambunan, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Halian Indonesia, 2001), h. 307.

¹³Q.S. Al-Baqarah (4): 29.

Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini.

Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras, menurut Wafiduddin, adalah suatu langkah nyata yang dapat menghasilkan kesuksesan (rezeki), tetapi harus melalui proses yang penuh dengan tantangan (resiko). Dengan kata lain, orang yang berani melewati resiko akan memperoleh peluang rizki yang besar. Kata rizki memiliki makna bersayap, rezeki sekaligus resiko. Dalam sejarahnya Nabi Muhammad, istrinya dan sebagian besar sahabatnya adalah para pedagang dan *entrepre* mancanegara yang pawai. Beliau adalah praktisi ekonomi dan sosok tauladan bagi umat. Oleh karena itu, sebenarnya tidaklah asing jika dikatakan bahwa mental *entrepreneurship inherendengan* jiwa umat Islam itu sendiri. Bukanlah Islam adalah agama kaum pedagang, disebarkan ke seluruh dunia setidaknya sampai abad ke - 13 M, oleh para pedagang muslim.¹⁴

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sudah terbukti menjadi penopang ekonomi bangsa kita, Seperti firman Allah dalam Al-Quran Surat Hasyr:7¹⁵

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ
فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Apa saja harta rampasan (*fai-i*) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”¹⁶

¹⁴Fairuzah Aisyah, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim*, (Skripsi, Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah,), h. 24.

¹⁵Q.S. Hasyr (): 7.

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tiga Bahasa*, (Jakarta: Al-Huda, 2011), h. 1100.

b. Ruang Lingkup Usaha Kecil Menengah (UKM)

Ruang lingkup UKM meliputi sektor manufaktur, agroindustri, dan industri kreatif. Ketiganya merupakan upaya pengembangan kompetensi inti daerah dalam rangka meningkatkan kemampuan UKM yang berjalan dan melahirkan UKM baru berbasis teknologi. Ketiga bidang UKM ini masih ini secara berturut-turut akan dijelaskan dibawah ini

1) Sektor Manufaktur

Manufaktur adalah suatu cabang industri yang mengaplikasikan peralatan dan suatu medium proses untuk transformasi bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual. Upaya ini melibatkan semua proses antara yang dibutuhkan untuk produksi dan integrasi komponen-komponen suatu produk. Beberapa industri, seperti produsen semikonduktordan baja juga menggunakan istilah pabrikasi, sektor manufaktur sangat erat kaitannya dengan rekayasa atau teknik.

Kata manufaktur berasal dari bahasa latin *manus factus* yang berarti “dibuat dengan tangan” kata *manufacture* muncul pertama kali tahun 1576 dan kata *manufacturing* muncul tahun 1683. Manufaktur, dalam arti yang paling luas adalah proses mengubah bahan baku menjadi produk. Proses ini meliputi: perancangan produk, pemilihan material, dan tahap-tahap proses dimana produk tersebut dibuat.

2) Sektor Agroindustri

Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Defenisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang bermanfaat hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiata tersebut. Dengan demikian, agroindustri meliputi industri pengolahan hasil pertanian, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida, dan lain-lain), dan industri jasa sektor pertanian.

3) Sektor Industri Kreatif

Industri kreatif dapat didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasikan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sektor industri ekonomi kreatif meliputi 14 subsektor, yakni periklanan dan lainnya.¹⁷ *United Nation* menyatakan bahwa, awal mulanya penggunaan istilah (juga pemahaman) industri kreatif berbeda-beda (bersifat relatif) antara satu negara dengan negara lainnya, baik di Eropa, Amerika, Asia maupun Afrika.¹⁸ Industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif, yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.¹⁹

Arif Rahmana mengemukakan UMKM diklasifikasikan kedalam 4 golongan, diantaranya:²⁰

- 1) *Livelihood activities* yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal dengan sektor informal. Contohnya: pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise* merupakan UMKM yang memiliki sifat kewirausahaan dan mampu menerima permintaan subkontrak dan ekspor, termasuk didalamnya UMKM industri kreatif. Di Indonesia industri kreatif sebagian besar menyentuh wirausaha kelompok mikro, kecil dan menengah (UMKM). Salah satu subsektor industri kreatif adalah subsektor kerajinan

¹⁷Oskar Raja, *et. al.*, *Kiat Sukses Mendirikan Dan Mengelola UMKM*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2010), h.19-24.

¹⁸Iwan Setiawan, *Agri Bisnis Kreatif*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), h. 104.

¹⁹Departemen Perdagangan RI, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*, (Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008), h. vii.

²⁰Lily Anggrayni, *Menelusuri Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Atas Penggunaan Laporan Keuangan (Sebuah Studi Interpretatif pada UMKM di Kota Gorontalo)*

yang banyak berkembang di pelosok daerah yang merupakan potensi bagi pembangunan nasional. Dalam jangka panjang untuk mewujudkan visi Indonesia 2025 yaitu menjadi negara yang maju. Subsektor kerajinan dalam bentuk usaha kecil menengah ini memegang peranan penting dalam pembangunan nasional, baik dilihat dari segi kemampuan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat kecil dengan tingkat pendidikan dan modal yang terbatas, maupun kemampuan penyerapan tenaga kerja, mengatasi masalah kemiskinan, kemampuan menyediakan barang dan jasa dengan harga murah, serta merupakan salah satu komponen utama pengembangan ekonomi lokal.

- 4) *Fast Moving Enterprise* merupakan UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar atau UB.

c. Manfaat Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Usaha kecil dan menengah dalam perekonomian suatu negara memiliki peran yang penting. Bukan saja di Indonesia, tetapi kenyataan menunjukkan bahwa posisi usaha kecil dan menengah mempunyai peranan strategis di negara-negara lain juga. Indikasi yang menunjukkan peranan usaha kecil dan menengah itu dapat dilihat dari kontribusinya terhadap PDB, ekspor non migas, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang cukup berarti.

Tidak dapat disangkal bahwa pengusaha kecil, yang merupakan bagian terbesar dari pelaku bisnis di Indonesia mempunyai peran yang penting dan strategis dalam pembangunan struktur perekonomian nasional. Oleh karena itu, berbagai upaya pemberdayaan perlu terus dilakukan baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya.

Pada awalnya tahun 1998 dilaksanakan pengamatan dampak krisis ekonomi terhadap pengusaha kecil di seluruh Indonesia. Dari 225.000 PKM yang diidentifikasi diperoleh keadaan PKM yaitu masih bertahan sebanyak 64,1%, mampu berkembang 0,9%, mengurangi kegiatan sebanyak 31% dan sebanyak 4% terpaksa menghentikan kegiatan usahanya.

Usaha kecil dan menengah menghadapi tantangan yang bersifat global dalam bentuk blok-blok perdagangan seperti GATT/WTO, AFTA, APEC, dan blok-blok serta perdagangan investasi lainnya.

Selain tantangan di atas, UKM juga menghadapi kendala seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah, tingkat produktifitas dan kualitas produk dan jasa rendah, kurangnya teknologi dan informasi, faktor produksi, sarana dan prasarana belum memadai, aspek pendanaan dan pelayanan jasa pembiayaan, iklim usaha belum mendukung (seperti: Peraturan Perundangan Persaingan Sehat), dan koordinasi pembinaan belum berjalan baik.

Namun demikian ada peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UKM dalam kegiatan usahanya, seperti adanya komitmen politik pemerintah, pembangunan yang makin berkeadilan dan transparan, ketersediaan SDM yang berkualitas (Ex PHK), sumber daya alam yang beraneka ragam, terpuruknya usaha-usaha pengusaha besar, apresiasi US Dollar yang sangat tinggi.²¹

UKM dengan kegiatannya di semua sektor, selama masa krisis telah menunjukkan ketangguhannya dengan tetap menghasilkan produk dan jasa yang diperlukan masyarakat luas. Mengingat demikian besar manfaat dana UKM ini, kehadiran dana UKM sangat dirasakan kegunaannya bagi yang telah memperolehnya untuk mengembangkan usaha dan dinanti. Dana UKM ada yang bersifat hibah dan ada yang bersifat dana bergulir. Tingkat pengembalian sangat tergantung kepada keberhasilan para UKM untuk berhasil dan sukses dalam usahanya.²²

d. Modal Usaha Kecil Menengah (UKM)

Bagi pengembangan usaha kecil, masalah modal merupakan kendala terbesar, ada beberapa alternatif yang dapat dilakukan usaha kecil untuk mendapatkan pembiayaan untuk modal dasar maupun untuk langkah-langkah pengembangan usahanya, yaitu: melalui kredit perbankan pinjaman lembaga keuangan bukan bank, modal ventura, pinjaman dari dana penyesuaian sebagai laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan hibah dan jenis pembiayaan lainnya.

Pada umumnya biaya yang berasal dari kredit perbankan dirasakan pada usaha kecil sangat memberatkan, terutama karena tingkat bunga yang cukup tinggi, dilain pihak mengingat sektor usaha kecil memiliki skala usaha yang umumnya juga kecil

²¹Pandji Anoraga dan Djoko Sudantoko, *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 244-245.

²²Achmad Subianto, *UKM Terpadu*, (Jakarta: Kartalog Dalam Penerbitan, 2004), h. 1-2

dengan tingkat pendapatan yang seringkali tidak teratur, pihak bank sering kali was-was apabila pinjaman yang diberikan tidak mampu dikembalikan oleh usaha kecil, oleh karena itu, diciptakanlah instrumen pembiayaan yang sesuai dengan karakteristik usaha kecil yaitu melalui modal ventura. Modal ventura (*ventura capital*) merupakan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk penyertaan modal kedalam suatu perusahaan dengan beberapa tujuan, antara lain untuk mengembangkan perusahaan yang pada tahap awal biasanya mengalami kesulitan modal, membantu perusahaan yang berada pada tahap perkembangan, dan membantu perusahaan yang berada pada tahap kemunduran usaha.

Penyertaan modal dari perusahaan modal ventura kepada perusahaan pasangan usaha, biasanya disertai pula dengan penempatan orang-orang dari perusahaan modal ventura kedalam struktur manajemen perusahaan pasangan usaha. Maksudnya tidak lain adalah untuk pengendalian dan sekaligus membantu manajemen dan teknik pelaksanaan usaha kecil, dengan mekanisme seperti ini diharapkan perusahaan pasangan yang selain mendapatkan bantuan modal juga dibantu dari aspek bisnisnya itu sendiri.

Jadi secara konseptual, konsep, tujuan dan aktivitas lembaga modal ventura tersebut memang sesuai dengan karakteristik usaha kecil. Sehingga nampaknya harapan akan keberhasilan penerapan konsep dan pola modal ventura untuk pengembangan usaha kecil memang tidak terlalu berlebihan, dilihat dari karakteristik modal venture ini, nampaknya kelemahan yang terdapat dalam konsep Bapak-Anak Angkat dapat dieliminasi dan digantikan dengan yang lebih baik.²³

e. Kelemahan dan Kekuatan UKM

Salah satu penyebab kurang berhasil program pengembangan atau pembinaan usaha kecil di Indonesia dalam memperbaiki kondisi atau kinerja kelompok usaha kecil, dari posisi yang lemah dan tradisional ke posisi yang kuat dan modern adalah tekanan orientasi program atau kebijakan pemerintah lebih terletak pada aspek sosial daripada aspek ekonomi atau bisnis. Selama ini usaha pengembangan kegiatan ekonomi skala kecil yang umumnya padat karya dan dilakukan oleh kelompok masyarakat miskin

²³Sudantoko, *Koperasi, Kewirausahaan*, h. 222-223.

berpendidikan rendah ditujukan untuk meningkatkan pendapat mereka atau mengurangi jumlah pengangguran dan kesenjangan.

Namun sekalipun tampaknya kurang dipahami faktor-faktor apa yang menghambat/kendala, jumlah usaha kecil di Indonesia begitu banyak dan terus bertambah setiap tahun.

Permasalahan mendasar di bidang manajemen bagi para pengusaha kecil pada berbagai sektor adalah kurang kemampuan pengusaha menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangan usaha.

Hal lain misalnya, karena pengusaha kecil belum dapat memperhitungkan azas manfaat dan biaya dari perubahan dan penerapan manajemen yang sesuai. Kenyataan yang sering muncul adalah pengusaha tidak mau melakukan pembagian tugas, pengadministrasian yang baik hanya karena alasan biaya tanpa memperhitungkan seberapa besar manfaat yang dapat ditimbulkan.²⁴

1) Masalah Pemasaran

Pemasaran oleh banyak pengusaha kecil dianggap sebagai aspek yang paling penting. Pendapat yang sering muncul adalah bahwa *“kemampuan menghasilkan produk tetapi tidak disertai kemampuan memasarkan produk tersebut adalah kehancuran”*.

2) Masalah Kemitraan

Kemitraan mengacu pada pengertian bekerjasama antar pengusaha dengan tingkatan yang berbeda. Dalam hal ini, yang menjadi titik perhatian adalah hubungan antara pengusaha kecil dengan pengusaha besar. Berbagai permasalahan yang ada menyebabkan pola kemitraan dimodifikasi lagi dengan pola hubungan permodalan, tetapi masih dalam “bendera” kemitraan. Pola hubungan ini ditandai dengan himbauan perusahaan besar untuk mengalokasikan sebagian keuntungan bagi pengusaha kecil.

3) Masalah Sumber Daya Manusia

Permasalahan usaha kecil yang menyangkut sumber daya manusia terkait dengan struktur organisasi dan pembagian kerja, masalah tenaga kerja, dan kemampuan manajerial pengusaha.

4) Masalah Keuangan

²⁴Pandji Anoraga dan Djoko Sudantoko, *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 249-250.

Pengusaha kecil umumnya belum mampu melakukan pemisahan manajemen keuangan perusahaan dan rumah tangga. Kondisi ini mengakibatkan pengusaha kecil sulit melakukan perhitungan-perhitungan hasil kegiatan usaha secara akurat dan akhirnya akan menghambat proses pembentukan modal usaha untuk menunjang pengembangan usaha. Pengusaha kecil umumnya belum melakukan perencanaan, pencatatan serta pelaporan keuangan yang rutin dan tersusun baik. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak mempunyai dokumentasi informasi kegiatan usaha dengan baik. Akibatnya, pada saat perusahaan harus berhubungan dengan pihak luar, misalnya penjualan kredit, tidak dapat menunjukkan data perkembangan perusahaan. Walaupun pengusaha sudah melakukan pencatatan, cara dan sistem pencatatannya tidak sesuai dengan standar sistem pencatatannya.²⁵

Adapun kelemahan UKM dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Tidak atau jarang mempunyai perencanaan tertulis.

Ketidakadaan perencanaan mengakibatkan perusahaan kecil tidak dapat memusatkan segala tenaga dan daya untuk mencapai sasaran dan urutan prioritas. Ketidakadaan perencanaan mengakibatkan segala tindakan dan kebijakan hanya bersifat provisoris atau berdasar perasaan ataupun pengalaman dan tanpa pedoman yang jelas dan konkret.

- 2) Tidak berorientasi ke masa depan, melainkan kepada hari kemarin atau hari ini.

Bukan rahasia lagi bahwa kebanyakan pengusaha kecil memulai usahanya karena melihat usaha orang lain maju, atau sekedar mencoba atau asal jalan karena tidak ada kegiatan lain. Umumnya, orientasi mereka ialah barang atau usaha yang laku kemarin atau saat ini.

- 3) Tidak memiliki pendidikan yang relevan.

Pada awalnya mungkin kurang tepat menuntut mereka yang berusaha di perusahaan kecil harus memiliki pendidikan yang tepat dan relevan dengan bidang usaha yang hendak mereka gumuli. Dari mana mereka mendapat pendidikan tersebut? Disamping tidak ada kesempatan (waktu, biaya) mungkin juga bidang atau jurusan pendidikan tersebut sangat langka atau

²⁵Pandji Anoraga dan Djoko Sudantoko, *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 250-254.

tidak ada. Halnya berbeda dengan di negara industri. Tetapi, setelah 40 tahun kemerdekaan, anehnya mereka yang sempat menikmati pendidikan kejuruan. Kebanyakan tamatan sekolah kejuruan ini lebih senang bekerja jadi pegawai negeri atau karyawan swasta.

- 4) Tanpa pembukaan yang teratur dan tanpa neraca laba-rugi.

Akibat tanpa perencanaan tertulis dan kurang pendidikan serta karena tidak ada paksaan pemerintah (pajak), umumnya perusahaan kecil tidak memiliki dan tidak mempraktekkan pembukuan yang teratur. Paling hanya mempunyai catatan tercecer berapa yang laku hari ini. Juga tidak jelas uang pribadi atau uang perusahaan. Cara pemakaian uang simpang siur. Tidak jelas berapa sebenarnya “gaji” pemilik setiap bulan.

- 5) Tidak mempunyai atau tidak mengadakan analisis pasar yang “*up to date*” atau tepat waktu dan mutakhir.

Pengusaha kecil hanya sekedar mengira-ira dan bertumpu pada pengalaman hari kemarin. Mereka tidak tahu pasti berapa besar potensi pasar, berapa pesaing, apa kekuatan dan kelemahan pesaing, bagaimana kecenderungan selera pembeli, bagaimana perkembangan teknologi atau perkembangan produk.

- 6) Kurang spesialisasi atau diversifikasi berencana.

Kelemahan perencanaan dan tidak adanya peramalan (*forecasting*) yang relevan menjadikan posisi pengusaha kecil terserah nasib, ketidakadaan analisis pasar otomatis menghambat spesialisasi atau diversifikasi yang dalam beberapa hal merupakan keharusan.

- 7) Jarang melakukan pembaharuan (inovasi).

Terkadang kita merasa aneh mengamati bahwa jenis barang yang di jual, tata letak barang, lemari, jenis penerangan (lampu yang redup) dari beberapa perusahaan kecil tetap sama setelah sekian tahun, dan tetap membuat barang yang sama dan peralatannya menua sejalan dengan umur pemiliknya. Adapun beberapa pembaharuan yang terjadi hanyalah sekedar meniru tetangga tetapi bukan hasil analisis pasar dan rencana pembaharuan yang konsekuen.

- 8) Tidak ada atau jarang terjadi pengkaderan.

Kebanyakan dari usaha kecil segan menurunkan ilmu kepada pembantu-pembantunya, entah karena takut disaingi atau kurang percaya atau tidak ada kesadaran akan pengkaderan tersebut.

9) Cepat puas.

Karena tidak adanya perencanaan dan tanpa peramalan biasanya pemilik perusahaan kecil cepat puas dan kurang ambisius, pengusaha kecil umumnya setelah berusaha 10 atau 20 tahun bidang usahanya bukan semakin besar atau bertambah bahkan ikut menua sesuai dengan umur pemiliknya.

10) Kurang sentris.

Perusahaan kecil juga menerapkan prinsip bisnis adalah bisnis, keluarga adalah keluarga, urusan keluarga tidak di campur adukkan dengan urusan bisnis, batas tegas antara bisnis dan keluarga sering kabur atau tidak jelas, si pengusaha sering ikut campur tangan dalam urusan perusahaan sehingga membingungkan pelanggan.

11) Kurang percaya pada ilmu modern.

Bagi kebanyakan pemilik perusahaan kecil, belajar lagi atau mempelajari lagi ilmu baru seperti pembukuan (*akunting*) dan manajemen dianggap pemborosan atau tidak perlu. Pengusaha kecil menafsirkan ilmu modern sebagai akal-akalan dan sekedar cari duit bagi pengajar. Pengusaha kecil jarang mengembangkan metode atau cara baru dalam perusahaannya. Adapun perusahaan yang dibuat biasanya hanya sekedar meniru atau ikut-ikutan saja dan tanpa dibarengi kalkulasi dan perhitungan yang matang.

12) Kurang pengetahuan hukum dan peraturan.

Pengusaha kecil banyak yang kurang sadar bahwa mereka terkena pajak penjualan, pajak pertambahan nilai dan pajak pendapatan dan kekayaan, semua hal di atas terjadi karena pemilik perusahaan kecil kurang tanggap pada hukum yang berlaku atau peraturan yang baru.

Adapun kekuatan UKM didefinisikan sebagai berikut :

1) Pengalaman bisnis sederhana.

Bagaimanapun setiap pengusaha kecil telah mempunyai pengalaman suka duka betapa enaknya dan susahnyanya berusaha dalam suasana Indonesia yang terus berubah.

2) Tidak birokrasi dan mandiri.

Karena dari naturnya (asal-usulnya) perusahaan kecil kebanyakan pemain tunggal atau bersama beberapa orang pembantu tetap atau musiman, maka segala prosedur keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan mungkin tetap. Biasanya tidak ada rapat atau konsultasi, baik dalam hal pembelian, penjualan, pertambahan modal, pengangkatan karyawan ataupun dalam pemecatan karyawan.

3) Cepat tanggap dan fleksibel.

Biasanya pengusaha kecil memiliki “kuping besar” dan sangat cepat mendeteksi perubahan atau perkembangan situasi sekelilingnya. Kehidupan pengusaha kecil yang relatif dinamis dan terus-menerus berhubungan dengan penjual dan pembeli biasanya memudahkan mereka untuk cepat tanggap terhadap situasi, dan mereka juga sangat tanggap dan fleksibel terhadap barang-barang yang cepat laku atau barang baru.

4) Cukup dinamis dan ulet.

Rata-rata pengusaha kecil cukup dinamis menanggapi perkembangan selera pembeli. Memang, nampaknya mereka seakan-akan meniru saja, tetapi berkat pengalaman dan ketajaman “penciuman dagang”, mereka sangat cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan keadaan.

f. Tanda-Tanda Kegagalan Perusahaan Kecil dan Menengah

Bagaimana seorang pemilik usaha kecil mengetahui lebih dahulu bahwa perusahaan yang dipimpinnya menunjukkan tanda-tanda kegagalan, tanda-tanda tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Penurunan penjualan pada beberapa periode terakhir.
- 2) Perbandingan hutang yang semakin tinggi.
- 3) Biaya operasi yang semakin meningkat.
- 4) Terjadinya penurunan dalam modal kerja.
- 5) Penurunan laba atau kerugian yang makin meningkat.

Bila tanda-tanda tersebut muncul secara bersamaan maka ancaman kebangkrutan akan muncul lebih cepat, maka diperlukan suatu tindakan perbaikan positif sebagai berikut :

- 1) Mengurangi biaya operasi.
- 2) Berusaha keras untuk meningkatkan penjualan, dengan mencari pasarpelanggan baru.
- 3) Meninjau kerugian-kerugian untuk menghindari resiko yang lebih buruk.
- 4) Meninjau posisi persediaan apakah terlalu berlebihan.²⁶

2. Akuntansi Biaya

a. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah salah satu dari sekian banyak disiplin ilmu dalam akuntansi. Akuntansi biaya secara sederhana dapat di artikan dari istilahnya sebagai akuntansi yang khusus digunakan untuk pengukuran laporan biaya. didefenisikan sebagai ilmu dan seni mencatat, mengakumulasikan, mengukur serta menyajikan informasi berkenaan dengan biaya dan beban. Sesuai dengan definisi tersebut ada dua macam istilah yang perlu dipahami, yakni biaya (*cost*) dan beban (*expense*), dimana bagi sebagian orang awam kedua istilah tersebut memiliki arti yang sama, namun tidak demikian adanya.²⁷

Secara terminologi *cost* merupakan pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan untuk memperoleh barang atau jasa. Contoh: pembelian bahan baku, sedangkan *expense* adalah pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan untuk mengarahkan penghasilan. Beban ini terjadi dalam periode terjadinya transaksi dan dapat langsung memberi manfaat pada periode yang bersangkutan, contoh: beban penjualan, beban sewa, dan beban lain-lain.²⁸

b. Manfaat Akuntansi Biaya

- 1) Menyajikan informasi biaya untuk perhitungan harga pokok produksi.

²⁶ Bastian Bustami, *Mari Membangun Usaha Mandiri*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 6.

²⁷ Armanto Witjaksno, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 3.

²⁸ Masiyah Khomi dan Yuningsi, *Akuntansi Biaya*, (Malang: UMM Press, 2004), h. 11-12.

Penetapan harga pokok akan dapat membantu dalam penilaian persediaan, baik persediaan barang dan jadi maupun barang dalam proses, penetapan harga jual, terutama harga jual yang didasarkan kontrak walaupun tidak selamanya penentuan harga jual berdasarkan harga pokok, dan penetapan laba.

Untuk memenuhi tujuan penentuan harga pokok produksi, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi di masa lalu atau biaya historis.

- 2) Menyajikan informasi biaya untuk membantu manajemen dalam perencanaan dan pengendalian laba.

Akuntansi biaya menyajikan informasi atau data biaya masa lalu yang diperlukan untuk menyusun perencanaan selanjutnya, atas dasar perencanaan tersebut, biaya dapat dipakai sebagai umpan balik perbaikan masa yang akan datang.

- 3) Menyajikan informasi biaya untuk pengambilan suatu keputusan.

Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu, informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus juga selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil dari suatu proses peramalan. Karena keputusan khusus merupakan sebagai besar kegiatan manajemen perusahaan, laporan akuntansi biaya untuk memenuhi tujuan pengambilan keputusan adalah sebagian dari akuntansi manajemen.

c. Tujuan Akuntansi Biaya

- 1) Penentuan HPP: mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya membentuk produk.
- 2) Menyediakan informasi biaya untuk kepentingan manajemen: biaya sebagai ukuran efisiensi.
- 3) Alat perencanaan: perencanaan bisnis pasti berkaitan dengan penghasilan dan biaya: perencanaan biaya akan memudahkan dalam pengendalian biaya.

- 4) Pengendalian biaya: membandingkan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk dengan biaya yang sesungguhnya terjadi.
- 5) Memperkenalkan berbagai metode: berbagai macam metode dalam akuntansi biaya dapat dipilih sesuai dengan kepentingan yang diperlukan dengan hasil yang paling efektif dan efisien.
- 6) Pengambilan keputusan khusus: sebagai alat manajemen dalam mengawasi dan merekam transaksi biaya secara sistematis dan menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya.
- 7) Menghitung laba perusahaan pada periode tertentu: untuk mengetahui biaya merupakan salah satu komponen dalam laba.
- 8) Menghitung dan menganalisis terjadinya ketidakpastian dan ketidakefisienan: membahas batas maksimum yang harus diperhatikan dalam menetapkan biaya suatu produk, serta menganalisis dan menentukan solusi terbaik jika perbedaan antara batasan maksimum tersebut dengan yang sesungguhnya terjadi.²⁹

d. Klasifikasi biaya

- 1) Biaya dalam hubungannya dengan produk
 Proses klasifikasi biaya dan beban dapat dimulai dengan menghubungkan biaya ketahap yang berbeda dalam operasi suatu bisnis. Dalam lingkungan manufaktur, total biaya operasi terdiri atas dua elemen: biaya manufaktur dan biaya komersial. Biaya manufaktur juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik yang didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*.
 - a) Bahan baku adalah bahan baku yang membentuk biaya integral dari produk jadi yang dimasukkan secara eksplisip dalam perhitungan biaya produk. Contoh dari bahan baku adalah kayu yang digunakan untuk membuat mebel.

²⁹Uraian berikut didasarkan pada Imam Firmansyah, *Akuntansi Biaya Itu Gampang*, (Jakarta: Naga Swadaya, 2015), h. 9-15.

- b) Biaya Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu. Contohnya : gaji karyawan.
- c) Biaya *overhead* pabrik juga disebut biaya *overhead* manufaktur yang biasanya memasukkan semua biaya kecuali bahan baku dan tenaga kerja langsung.

Sedangkan biaya *overhead* terdiri dari dua elemen yaitu: biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung.

- (1) Biaya Bahan penolong adalah bahan baku yang diperlukan untuk penyelesaian suatu produk tetapi tidak di klasifikasikan sebagai bahan baku contohnya amplas dan pelumas.
- (2) Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak dapat ditelusuri langsung ke konstruksi atau komposisi dari produk jadi. Tenaga kerja tidak langsung termasuk gaji pengawas, pegawai pabrik, pembantu umum, pekerja bagian pemeliharaan.

Sedangkan Biaya komersial terdiri atas dua klasifikasi: biaya pemasaran dan biaya administratif (juga disebut beban umum dan beban administratif).

- (1) Biaya pemasaran mulai dari titik dimana biaya manufaktur berakhir, yaitu ketika proses manufaktur selesai dan produk ada dalam kondisi siap dijual, biaya pemasaran termasuk dalam biaya promosi, biaya penjualan dan pengiriman.
 - (2) Biaya Administratif termasuk biaya yang terjadi dalam mengarahkan dan mengendalikan organisasi. Tidak semua beban tersebut dialokasikan sebagai biaya administratif. Gaji dari wakil presiden direktur yang bertanggungjawab atas proses manufaktur dapat dianggap sebagai biaya manufaktur, dan gaji wakil presiden direktur yang bertanggungjawab atas pemasaran dapat dianggap sebagai biaya pemasaran.
- 2) Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi
- a) Biaya variabel jumlah total biaya variabel berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang

relevan, dengan kata lain biaya variabel menunjukkan biaya per unit yang relatif konstan biasanya dapat dibebankan ke departemen operasi dengan cukup mudah dan akurat, dan dapat dikendalikan oleh supervisor pada tingkat operasi tertentu.

- b) Biaya tetap bersifat konstan secara total dalam rentang yang relevan. Dengan kata lain, biaya tetap per unit semakin kecil seiring meningkatnya aktivitas dalam rentang yang relevan. Tanggungjawab pengendalian untuk biaya tetap biasanya berada pada tingkat manajemen menengah atau manajemen eksekutif dibandingkan dengan supervisor operasi.
- c) Biaya semivariabel beberapa jenis biaya memiliki elemen biaya tetap dan biaya variabel, jenis biaya ini disebut biaya semivariabel, misalnya, biaya listrik.³⁰

e. Sistem Pengupahan Tenaga Kerja

Sistem yang dimaksud disini adalah sesuai dengan prestasi kerja seorang karyawan yang dapat diukur, ukuran ini dapat dijadikan cerminan suatu kelompok karyawan dalam menangani pekerjaan tertentu. Jam kerja yang berhasil dikerjakan kemudian dinilai atau dinyatakan dengan uang yang merupakan imbalan rata-rata per jam sebagai imbalan yang layak.

Tentang sistem upah ada beberapa macam, antara lain: sistem upah waktu, upah satuan upah premi.

1) Sistem upah waktu

Sistem upah waktu ini tidak tergantung pada ukuran prestasi kerja, sistem upah ini dipergunakan apabila ukuran prestasi kerja dari tenaga kerja yang bersangkutan sulit diukur atau tidak dapat diukur dengan tepat, misalnya tenaga kerja yang menangani pekerjaan kantor, pekerjaan perbaikan/repairasi, penjaga dan sukuriti, yang mengawasi pula tata tertib kehadiran para karyawan, perilaku para karyawan selama jam kerja berlangsung dan lain sebagainya.

2) Sistem upah satuan

³⁰Ony Widilestari, *et. al.*, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 3-7.

Dengan sistem upah ini, upah yang diperoleh karyawan berbanding langsung dengan prestasi kerja karyawan yang bersangkutan. Sistem upah satuan dipergunakan bilamana prestasi kerja karyawan dapat diukur dengan baik/ tepat. Karyawan dapat mempengaruhi jumlah prestasi kerja dalam ukuran yang layak atau kemampuannya dalam menyelesaikan pekerjaan tertentu dalam waktu nominal.

3) Sistem upah premi

Sistem upah premi ini dapat dikatakan merupakan gabungan antar sistem upah waktu dan sistem upah satuan, karena dengan sistem upah ini tenaga kerja yang bersangkutan menerima upah dasar tetap per jam ditambah premi yang besarnya bergantung pada kemampuan yang lebih baik atau prestasi menyelesaikan pekerjaannya kurang daripada waktu nominal.³¹

f. Penetapan Beban Biaya

Dalam akuntansi biaya yang harus dibebankan adalah biaya yang telah digunakan untuk usaha memperoleh penghasilan. Biaya seperti ini disebut biaya yang telah jatuh tempo. Jadi misalnya kita menghitung selama satu tahun beban biaya listrik, maka yang harus dihitung adalah beban biaya listrik sampai bulan dimana kita akan membuat laporan tersebut. Ayat penyesuaian untuk beban biaya biasanya dikenakan pada:

1) Biaya-biaya yang dibayar dimuka yang dihitung sebagai harta.

Dalam perhitungan biaya yang dihitung sebagai harta, anda harus menyesuaikan antara yang tertulis dalam neraca saldo dengan inventarisasi fisik yang anda lihat. Selisih antara saldo dalam neraca saldo dengan inventarisasi fisik tersebut dibuatkan ayat penyesuaian biaya bahan. Misalnya yang disebut biaya bahan tersebut adalah Rp. 3.450.000,-

Biaya bahan	Rp. 3.450.000,-
-------------	-----------------

Bahan-bahan	Rp. 3.450.000,-
-------------	-----------------

2) Biaya-biaya yang dibayar dimuka yang dihitung sebagai biaya

³¹Amin Widjaja, *Akuntansi Biaya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), h. 11-12.

Apabila biaya-biaya yang dibayarkan dimuka pada saat dibayarkan dicatat sebagai biaya maka ia akan didebet dalam perkiraan perlengkapan. Pada akhir periode akan dihitung biaya yang belum menjadi beban.

Misal dalam inventarisasi fisik ditemukan perlengkapan kantor yang belum dipakai senilai Rp. 3.000.000,- maka:

Perlengkapan kantor Rp. 3.000.000,-

Biaya perlengkapan kantor Rp. 3.000.000,-

3) Biaya-biaya yang masih harus dibayar.

Mungkin anda pernah mengalami harus membayar suatu biaya namun belum dicatat dalam pembekuan anda, situasi ini biasanya terjadi di tengah-tengah jadwal pembayaran, untuk menyesuaikan hal seperti ini anda perlu mendebet satu pemikiran dan mengkredit satu perkiraan tersebut dengan jumlah yang masih harus dibayar.

Misal: untuk biaya sewa sebesar Rp. 10.000.000,- anda masih harus membayar Rp. 4.000.000,- maka jurnalnya inilah yang harus disesuaikan dengan cara diatas tadi.³²

Biaya sewa Rp. 4.000.000,-

Sewa yang masih harus dibayar Rp. 4.000.000,-

3. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah harga pokok dari satu barang diproduksi, terdiri dari biaya-biaya produksi ditambah dengan persediaan barang dalam proses. Secara singkat dapat dirumuskan sebagai berikut:

Harga pokok produksi = (Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya *overhead*) + persediaan barang dalam proses awal – persediaan barang dalam proses terakhir.³³

³²Anak Suryo, *Akuntansi Untuk UKM*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), h. 48-50.

³³Kamila, *et. al.*, *Akutansi Biaya*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), h.39.

Dari pengertian tersebut di atas dapat diketahui bahwa didalam harga pokok produksi adalah jumlah dari pada produksi yang melekat pada produksi yang dihasilkan yaitu meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan mulai pada saat pengadaan bahan baku tersebut sampai dengan proses akhir produk, yang siap untuk digunakan atau dijual. Biaya-biaya yang dimaksud ini, biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*. Selain itu dari definisi tersebut adalah dapat diketahui bahwa harga pokok produksi adalah nilai dari pengorbanan yang dilakukan dalam hubungannya dengan proses produksi berdasarkan nilai ganti pada saat pertukaran.

Kalau melihat hal-hal tersebut di atas, dan dalam hubungannya dengan sifat kegiatan yang dilakukan dalam biaya tersebut dapat dibedakan atas biaya tetap yaitu biaya yang dalam batas-batas tertentu jumlahnya tetap. Selain itu ada biaya variabel yakni biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan volume perubahan. Selain kedua biaya itu terdapat biaya yang sifatnya semi variabel yaitu biaya yang jumlahnya berubah-ubah tetapi sebanding dengan volume kegiatan.

Dalam menentukan harga pokok produksi pada umumnya dilakukan dengan menggunakan metode *full costing* akan tetapi biasanya dengan dipertimbangkan teknis seperti untuk tujuan pengambilan keputusan, maka digunakan metode *variabel costing*.

Jadi perbedaan pokok antara metode *full costing* dan metode *variabel costing* terletak pada perlakuan biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik pada metode *variabel costing* diperlukan periode biaya dan tidak merupakan bagian dari harga barang dalam proses dan harga pokok barang dihasilkan. Pada metode *full costing* semua biaya produksi baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap dianggap bagian dari harga pokok produksi.³⁴

b. Biaya dalam Produksi dan Non Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengelolah bahan baku menjadi bahan jadi, pengertian lainnya menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama satu periode. Biaya ini terdiri dari atas persediaan barang dalam proses awal, ditambah biaya pabrikasi (*manufacturing*

³⁴www.WawasanPendidikan.com/2014/11/Pengertian-harga-pokok-harga-pokok-produksi-harga-pokok-penjualan. diunduh tanggal 18 Februari 2018.

cost), kemudian dikurangi dengan persediaan dalam proses akhir. Misalnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

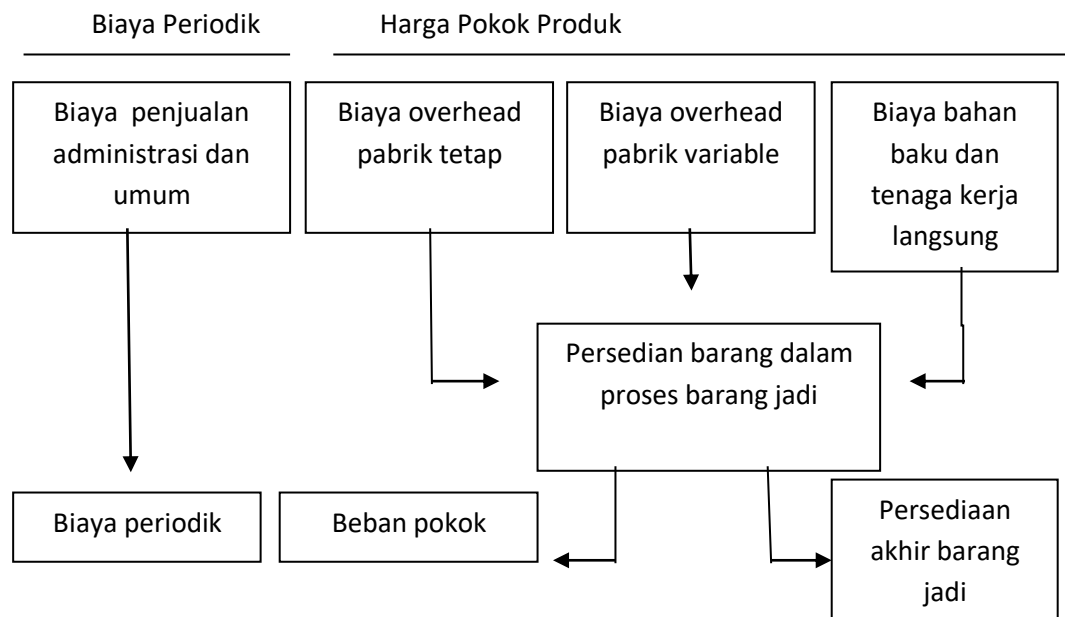
Biaya produksi digolongkan lagi menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tak langsung

- 1) Biaya produksi langsung adalah biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya ini langsung diperhitungkan ke dalam harga produk produksi yang terdiri atas biaya-biaya tersebut:
 - a) Biaya bahan langsung, artinya semua bahan untuk membentuk suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari barang jadi dan dapat langsung diperhitungkan dalam harga pokok produksi, seperti kertas pada percetakan, benang pada tekstil, dan tanah liat pada batu bata.
 - b) Biaya tenaga kerja langsung, artinya upah untuk para pekerja yang secara langsung membuat produk dan jasanya dapat langsung diperhitungkan ke dalam harga pokok produk, seperti upah tukang.
- 2) Biaya produksi tak langsung adalah biaya selain biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung yang terjadi di pabrik. Biaya ini lazim disebut biaya *overhead* pabrik.

c. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Seperti yang telah dikemukakan diatas bahwa dengan pendekatan *full costing* semua unsur biaya produksi menjadi elemen harga pokok produksi. Dalam pendekatan *variable costing* dari semua unsur biaya produksi hanyalah biaya- biaya produksi *variable* yang di perhitungkan sebagai elemen harga pokok produksi, Oleh karena itu pendekatan dengan *variable costing* lebih baik digunakan sebagai alat perencanaan dan pengambilan keputusan jangka pendek dan tersegmentasi.³⁵

³⁵Samryn, *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas operasi dan informasi*, (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2012), h. 69.



Gambar 2.1: Arus biaya *full costing*

d. Prosedur Pengumpulan Biaya

Pada prinsipnya cara pengumpulan biaya untuk menentukan harga pokok pada harga pokok proses sama dengan harga pokok pesanan. Dalam mekanismenya juga menggunakan dokumen-dokumen transaksi, jurnal, dan buku besar yang sama. Hal yang menjadi perbedaan dalam dokumentasinya, kalau dalam *job order* menggunakan *job cost sheet* sebagai dokumen kunci, maka dalam harga pokok proses laporan produksi menjadi dokumen kuncinya.

Dalam sistem harga pokok pesanan manajemen lebih mementingkan informasi biaya untuk tiap produk karena spesifikasi pekerjaan yang berbeda menyerap biaya yang juga berbeda, untuk itu diperlukan pengendalian biaya untuk tiap pekerjaan atau pesanan.

Dalam sistem harga pokok proses manajemen lebih suka mengumpulkan informasi biaya produksinya yang dipecah dalam informasi departemen-departemen produksi secara periodik, produk yang identik memiliki spesifikasi biaya yang khas dalam masing-masing produk sehingga pengendalian biayanya dapat dilakukan secara periodik, karena pertimbangan kepraktisan, dalam *job order* biaya pemakaian bahan

pembantu dikelompokkan sebagai biaya *overhead*, sedangkan dalam harga pokok proses dikelompokkan bersama-sama dengan biaya bahan baku.

Informasi dapertemen dalam sistem harga pokok proses menjadi penting karena tiap dapertemen meyerap bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* yang terukur secara periodik dalam jangka panjang. Dalam sistem harga pokok, pesanan pengukuran kinerja dapertemen yang berbeda sehingga informasinya tidak dapat dibandingkan dari waktu ke waktu.³⁶

4. Metode Penentuan Harga Jual

Seperti telah disebutkan diatas, dalam keadaan normal harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Dalam keadaan khusus, harga jual produk tidak dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya penuh; setiap harga jual diatas variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

Berikut ini akan diuraikan tiga metode penentuan harga jual:

a) Penentuan harga jual normal

Dalam keadaan normal, manager penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase markup (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Yaitu sebagai berikut:

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

b) Penentuan harga jual waktu dan bahan

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal dan lainnya yang menjual jasa reparasi bahan dan suku cadang. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani pelanggan, sehingga

³⁶*Ibid.*, h. 116-117.

perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh pelanggan. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diberikan kepada pelanggan.

- c) Penentuan harga jual dalam *cost-type contract* (*cost-type contract pricing*)
Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dalam *cost-type pricing* harga jual yang dibebankan kepada pelanggan dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.³⁷

5. Perbedaan Metode *Full Costing* dengan Metode *Variabel Costing*

Metode *full costing* ataupun metode *variabel costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi, perbedaan pokok yang ada diantara kedua metode tersebut adalah terletak antara perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap. Adanya perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap ini mempunyai akibat pada:

- a) Perbedaan metode *full costing* dengan metode *variabel costing* ditinjau dari sudut penentuan harga pokok produksi

Full costing atau sering pula disebut *absorption conventional costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi, yang membedakan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun variabel kepada produk. Harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	Rp.Xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx

³⁷Hendri Gayo, <http://hendrigayo1.blokspot.com/2014/02/akuntansi-manajemen.html>, diunduh pada tanggal 06 Januari 2018

Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Harga pokok produksi	Rp. Xxx
Harga pokok produksi menurut <i>varabel costing</i> terdiri dari:	
Biaya bahan baku	Rp. Xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Harga pokok produksi	Rp. Xxx

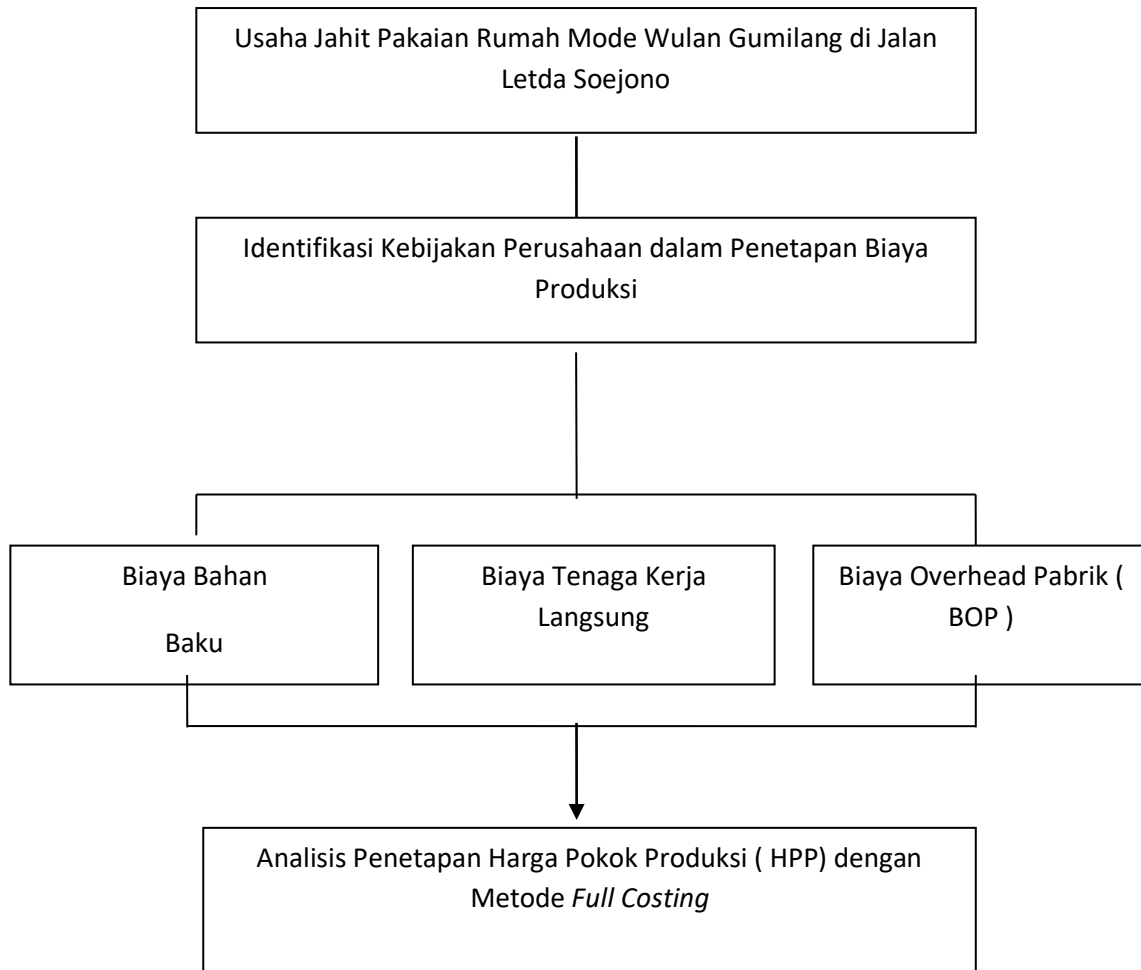
Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditemukan dimuka pada kapasitas normal atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk jadi telah dijual.

- b) Perbedaan metode *full costing* dengan metode *variabel costing* ditinjau dari sudut penyajian laporan laba-rugi

Ditinjau dari penyajian laporan laba-rugi, perbedaan pokok antara metode *full costing* dengan metode *variabel costing* adalah terletak pada klasifikasi pos-pos yang disajikan dalam laporan laba-rugi tersebut, laporan laba-rugi yang disusun dengan metode *full costing* menitik beratkan pada penyajian unsur-unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi-fungsi pokok yang ada dalam perusahaan.³⁸

³⁸Widi Lestari, *et. al.*, *Akuntansi Biaya*, h. 66-67.

B. Kerangka Teoritis



Usaha Jahit Pakaian Rumah Mode Wulan Gumilang yang berada di Jalan Letda Soejono, No. 268 diidentifikasi dalam penetapan biaya produksinya. Dimana Penetapan biaya produksi terdiri atas perhitungan biaya – biaya berikut ini, yaitu : Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik (BOP). Setelah 3 biaya tersebut di perhitungkan barulah kita dapat menetapkan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan metode *Full Costing*.

C. Kajian Terdahulu

Pembahasan mengenai *full costing* dalam penentuan harga pokok produksi dalam usaha kecil dan menengah (UKM) bukanlah pertama kali dibahas, sudah banyak yang membahas tentang *full costing* dan harga pokok produksi di usaha kecil menengah, baik dalam buku maupun dalam bentuk skripsi dan tesis, hal ini telah menjadi bukti bahwa akuntansi tidak hanya di terapkan pada usaha besar saja, tetapi akuntansi bisa di terapkan di usaha kecil dan menengah terkhusus dalam penerapan *full costing* dalam penentuan harga pokok produksinya.

Beberapa hasil penulisan yang telah dilakukan oleh penulis terdahulu di bawah ini adalah:

Tabel 2.1:
Kajian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil
1	Eka Yona Pramudya	Analisis <i>Full Costing</i> Kaitannya dengan Penentuan Perhitungan Harga Pokok Produksi Roti pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Studi Kasus UKM Roti Abadi Nganjuk Periode 2013-2014)	Perhitungan harga pokok produksi diperoleh dua nilai yaitu berdasarkan perhitungan perusahaan dan berdasarkan metode <i>full costing</i> . Elemen biaya yang dihitung berdasarkan metode yang diterapkan oleh perusahaan adalah meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya lain-lain sedangkan elemen biaya yang dihitung berdasarkan metode <i>full costing</i> meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga

			kerja langsung, biaya <i>overhead</i> pabrik variabel, dan biaya <i>overhead</i> pabrik tetap. Selisih Biaya produksi antara kedua metode tersebut adalah Rp. 842,87 perbedaan ini sangat mempengaruhi pihak perusahaan dalam menentukan harga jual produk, karena harga pokok produk merupakan unsur utama dalam penentuan harga pokok produksi.
2	Fitriani Mardi Hastuti	Analisis Penghitungan Harga Pokok Produksi Blangkon Dengan Metode <i>Full Costing</i> (Studi Kasus Pada UKM Kaswanto Kampung Potrojayan, Serengan, Surakarta)	Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis penghitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> dapat diambil simpulan bahwa Penghitungan harga pokok produksi yang diterapkan oleh UKM Kaswanto masih sangat sederhana. Elemen biaya yang dihitung dengan menggunakan metode UKM meliputi biaya bahan baku

			langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya <i>overhead</i> pabrik (biaya lain-lain). Penghitungan harga pokok produksi blangkon menurut UKM Kaswanto adalah Rp 8.136,50 untuk blangkon ukuran anak-anak, Rp10. 670,50 untuk ukuran anak-anak halus , Rp 12.424,00 untuk ukuran dewasa, dan Rp 17.873,00 untuk ukuran dewasa halus.
3	Bambang H Yuwono	Penentuan Tarif Sewa Kamar dengan Metode <i>Full Costing</i> Pada Hotel Kusuma Kartikasari Solo	Berdasarkan pembahasan perumusan masalah serta perhitungan atas data-data yang telah dikumpulkan dari Hotel Kusuma Kartikasari maka dapat diambil kesimpulan bahwa hotel Kusuma Kartikasari melakukan pengklasifikasi n biaya atas dasar objek pengeluaran, hal ini kurang tepat dikarenakan klasifikasi biaya tersebut bersifat umum. Pengklasifikasian biaya harus dilengkapi dasar-

			dasar penggolongan biaya lainnya yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan serta pengendalian biaya.
--	--	--	--