

Buku ini membahas bagaimana mencari sumber pendanaan UMKM sekaligus mengalokasikannya. Selain itu, juga membahas permasalahan-permasalahan UMKM. Berkaitan dengan permasalahan-permasalahan tersebut, pelaku UMKM membiasakan diri untuk menganalisis usahanya sendiri. Hal ini karena banyak manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini adalah menjaga keberlangsungan usaha. salah satunya untuk mengetahui apakah usaha UMKM sudah memenuhi indikator penilaian usaha yang sehat dari pihak lembaga keuangan atau tidak. Apabila telah memenuhi indikator tersebut, maka UMKM tersebut kemungkinan besar akan dapat dana pinjaman atas kredit yang diajukan kepada lembaga keuangan.



Penerbit UNIPMA Press
Universitas PGRI Madiun
Jl. Setia Budi No. 85 Madiun, Jawa Timur 63118
E-Mail: upress@unipma.ac.id
Website: kwu.unipma.ac.id



MANAJEMEN KEUANGAN UMKM



MENJAGA KEBERLANGSUNGAN USAHA



MOH. UBAIDILLAH

MANAJEMEN KEUANGAN UMKM MENJAGA KEBERLANGSUNGAN USAHA

Moh. Ubaidillah



**MANAJEMEN KEUANGAN UMKM: MENJAGA
KEBERLANGSUNGAN USAHA**

Penulis:

Moh. Ubaidillah

Editor:

Ahmad Hari Setiawan

Perancang Sampul:

Moh. Ubaidillah

Penata Letak:

Danil Irdan

Cetakan Pertama, November 2022

Diterbitkan Oleh:

UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun

Jl. Setiabudi No. 85 Madiun Jawa Timur 63118

E-Mail: upress@unipma.ac.id

Website: kwu.unipma.ac.id

Anggota IKAPI: No. 207/Anggota Luar Biasa/JTI/2018

ISBN: 978-623-8095-06-3

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang

All right reserved

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas terselesaikan buku dengan baik yang berjudul “MANAJEMEN KEUANGAN UMKM: Menjaga Keberlangsungan Usaha”. Buku ini membahas bagaimana mencari sumber pendanaan UMKM sekaligus mengalokasikannya. Selain itu, juga membahas permasalahan-permasalahan UMKM.

Berkaitan dengan permasalahan-permasalahan UMKM, pelaku UMKM membiasakan diri untuk menganalisis usahanya sendiri. Hal ini karena banyak manfaat yang diperoleh dari kegiatan analisis ini. salah satunya adalah mengetahui apakah usaha UMKM sudah memenuhi indikator penilaian usaha yang sehat dari pihak lembaga keuangan atau tidak. Apabila telah memenuhi indikator tersebut, maka UMKM tersebut kemungkinan besar akan dapat dana pinjaman atas kredit yang diajukan kepada lembaga keuangan.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan buku ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya selanjutnya.

Madiun, Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1 KONTRIBUSI UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA	1
A. Potensi UMKM.....	1
B. UMKM Pilar Ekonomi Bangsa dan Negara.....	2
C. Kontribusi UMKM.....	3
BAB 2 PERMASALAHAN UMKM	5
A. Finansial.....	5
B. Non Finansial.....	6
BAB 3 KONSEP UMKM	7
A. Pengertian UMKM.....	7
B. Kriteria UMKM.....	8
C. Klasifikasi UMKM.....	10
D. Peranan UMKM.....	11
E. Karakteristik Usaha Mikro.....	13
F. Kekuatan dan Kelemahan UMKM.....	14
BAB 4 FUNGSI INVESTASI	17
A. Kas.....	17
B. Piutang.....	17
C. Persediaan.....	20
D. Gedung dan Bangunan.....	21
E. Mesin dan Peralatan.....	22
F. Aktiva Tetap Lainnya.....	22

BAB 5 FUNGSI MANAJEMEN KEUANGAN	25
A. Sumber Dana, Penggunaan dan Pengendalian Keuangan.....	25
B. Perencanaan Keuangan dan Penggunaan Dana.....	26
C. Pengawasan/Pengendalian Keuangan.....	27
BAB 6 FUNGSI AKUNTANSI	28
A. Fungsi dan Informasi dalam Akuntansi.....	28
B. Informasi Akuntansi bagi UMKM.....	31
BAB 7 LAPORAN KEUANGAN	38
A. Neraca.....	38
B. Laporan Laba/Rugi.....	40
C. Laporan Arus Kas.....	41
BAB 8 ANALISIS BIAYA DAN PENGENDALIAN USAHA	43
A. Analisis Biaya.....	43
B. Pengendalian Usaha.....	47
BAB 9 PENETAPAN HARGA JUAL BARANG ATAU JASA	49
A. Tujuan Penetapan Harga Jual.....	49
B. Metode Penetapan Harga Jual.....	50
BAB 10 ANALISIS <i>BREAK EVENT POINT</i>	59
A. Pengertian Analisis BEP.....	59
B. Penentuan Margin Kontribusi.....	62
C. Penetapan Titik (Nilai) Impas.....	62

D. Penetapan Penjualan dengan Laba Tertentu.....	63
BAB 11 ANALISIS PERMODALAN USAHA.....	56
A. Sumber Permodalan.....	56
B. Cara Mendapatkan Modal Lembaga Keuangan.....	122
C. Beban Perolehan Modal.....	123
D. Pemanfaatan Permodalan.....	124
BAB 12 ANALISIS KEGIATAN USAHA.....	127
A. Manfaat Analisis Kegiatan Usaha.....	128
B. Analisis Kegiatan Usaha.....	129
C. Evaluasi terhadap Penyebab Menurunnya Laba.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....	151
BIOGRAFI PENULIS.....	153

BAB 1

KONTRIBUSI UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA

A. Potensi UMKM

Potensi UMKM menurut UU No 20 tahun 2008 adalah mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Sedangkan menurut Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 07/Per/M.KUKM/VII/2015 Tentang Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha kecil Menengah Tahun 2015-2019 menyebutkan bahwa “Potensi UMKM ditunjukkan oleh perannya sebagai sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan kebutuhan barang dan jasa domestik, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi”. Potensi UMKM ke depan dapat dipengaruhi oleh sisi internal dari UMKM dan eksternal (lingkungan).

1. Potensi Internal

- a. Jumlah UMKM yang besar merupakan modal dasar untuk berkontribusi lebih besar dalam perekonomian
- b. Struktur dan karakteristik organisasi, usaha dan pengelolaan UMKM yang cukup fleksibel memberi kemudahan untuk menyesuaikan dengan perubahan kapasitasnya, serta perubahan pasar dan perekonomian
- c. UMKM menghasilkan produk dan jasa dengan harga yang terjangkau masyarakat, sehingga berkontribusi dalam penguatan pasar domestik, khususnya dalam penyediaan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan utama masyarakat
- d. Produk-produk UMKM sebagian besar memiliki kaitan yang kuat dengan sumber daya dan budaya lokal, serta pengetahuan, keterampilan tangan dan pola kerja yang diwariskan secara turun-

temurun. Penggunaan sumber daya lokal mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku impor.

- e. Jumlah UMKM yang besar merupakan potensi untuk pengembangan keterkaitan usaha dalam skema rantai nilai dan rantai pasok sehingga efisiensi sistem produksi dan pemasaran dapat ditingkatkan.

2. Potensi Eksternal

- a. Kepastian hukum bagi pengembangan UMKM
- b. Kemudahan mendirikan usaha secara informal di Indonesia, khususnya pada skala mikro, menjadikan potensi penumbuhan wirausaha baru dan UMKM sangat besar
- c. Kemudahan untuk mendirikan usaha juga didukung dengan ketersediaan sumber daya alam dan skala permintaan yang besar (populasi penduduk yang besar)
- d. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah, serta dukungan pemangku kepentingan lainnya
- e. Peningkatan proporsi penduduk usia produktif, yang disertai pendidikan dan keterampilan yang lebih tinggi, menjadi sumber tenaga kerja.

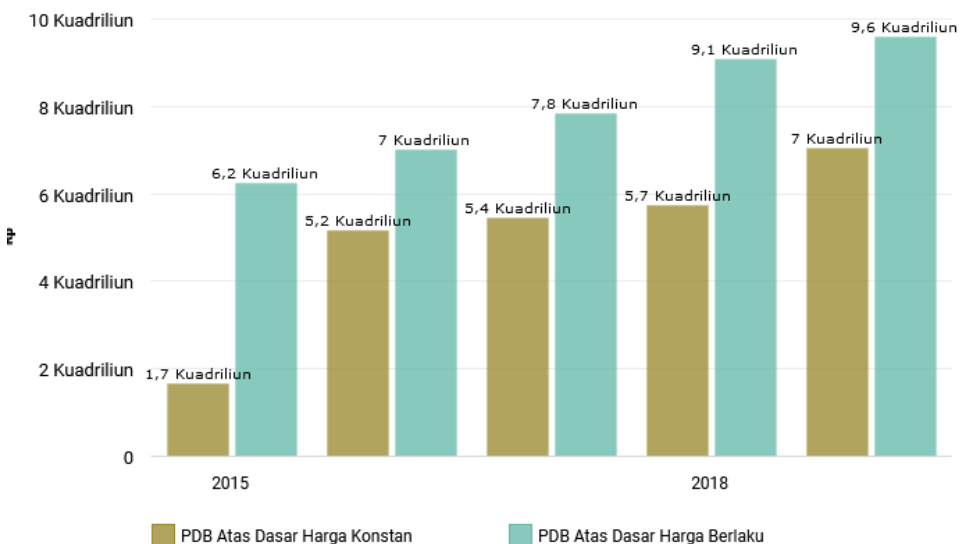
B. UMKM Pilar Ekonomi Bangsa dan Negara

Ada beberapa alasan mendasar mengapa UMKM menjadi pilar ekonomi bangsa dan negara di masa-masa sulit (masa Krisis dan Pandemi Covid-19).

1. Pelaku bisnis UMKM sangat banyak dan tersebar di perkotaan, pedesaan, dan daerah terpencil sekalipun.
2. kualitas dan kreativitas para pelaku bisnis UMKM tergolong berpotensi membuka kesempatan kerja serta peningkatan pendapatan bagi para pelaku usaha UMKM

3. Lini bisnis UMKM yang digeluti oleh masyarakat Indonesia paling banyak ada di sektor pertanian sehingga secara tidak langsung menjadi salah satu aset pendukung pembangunan negara.
4. Bisnis UMKM tidak menuntut jenjang pendidikan yang tinggi sehingga masyarakat Indonesia dengan tingkat pendidikan rendah pun mampu menjadi pelaku usaha ini.
5. Pada 1997/1998 saat Indonesia mengalami krisis ekonomi global yang mengakibatkan negara Indonesia mengalami inflasi berlebihan, bisnis UMKM masih mampu bertahan.
6. Menjadi titik permulaan investasi di daerah pedesaan sekaligus wadah padat karya untuk meningkatkan kemampuan berwiraswasta.
7. Barang-barang yang disediakan oleh para pelaku bisnis UMKM relatif murah. Oleh karena itu, pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia dapat dialihkan menjadi tabungan.
8. Fleksibilitas jenis usaha UMKM sangatlah tinggi dan beragam.
9. Mampu beradaptasi dengan cepat mengikuti perkembangan zaman.

C. Kontribusi UMKM



Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terus berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) dari tahun ke tahun. Kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga konstan sebesar Rp 7.034,1 triliun pada 2019, naik 22,9% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 5.721,1 triliun.

Sementara kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga berlaku sebesar Rp 9.580,8 triliun. Kontribusi ini naik 5,7% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 9.062,6 triliun. Tidak hanya itu, UMKM Indonesia berkontribusi dalam menyerap 119,6 juta atau 96,92% dari total tenaga kerja di unit usaha Indonesia. Penyerapan tenaga kerja ini meningkat 2,21% dari 2018.

Besarnya kontribusi UMKM dikarenakan mayoritas unit usaha Indonesia disumbangkan dari UMKM. Sebanyak 64,2 juta atau 99,99% unit usaha Indonesia adalah UMKM. Rinciannya sebanyak 63,4 juta adalah Usaha Mikro (UMi), 783,1 ribu adalah Usaha Kecil (UK), dan 60,7 ribu Usaha Menengah (UM).

Sementara Usaha Besar (UB) hanya sebanyak 5,5 ribu atau 0,01% dari total unit usaha Indonesia. Tenaga kerja yang terserap dari unit usaha ini sebanyak 3,6 juta atau 3% dari total tenaga kerja Indonesia.

BAB 2

PERMASALAH UMKM

A. Finansial

1. Kurangnya kesesuaian (terjadinya mismatch) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh pelaku UMKM.
2. Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM
3. Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil.
4. Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai.
5. Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi
6. Banyak UMKM yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

B. Non Finansial

1. Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan quality control yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.
2. Kurangnya pengetahuan akses pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UMKM untuk menyediakan produk/ jasa yang sesuai dengan keinginan pasar.
3. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) serta kurangnya sumber daya untuk mengembangkan SDM.
4. Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi.

BAB 3

KONSEP UMKM

A. Pengertian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh 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 mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
2. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.

3. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi

dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

1. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
4. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
5. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

B. Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
2. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
3. Usaha Kecil, yaitu 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 yang memenuhi kriteria yakni:
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. atau;
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
 - c) Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak

Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang samapai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Menurut Kementrian Keuangan, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan /usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya.

C. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar.Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasiUsaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

D. Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

Usaha Mikro atau Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki persentase serta kontribusi yang besar di Indonesia. Selain itu, kelebihan dari kelompok usaha ini adalah sudah terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. UMKM memiliki kontribusi atau peranan cukup besar, yaitu: Perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan

rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif. Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Meskipun kecil, UMKM telah terbukti mampu mendorong kemajuan ekonomi negara. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreativitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Meskipun dari sisi skala bisnis yang ditargetkan oleh bisnis UMKM masih relatif tidak sebesar perusahaan dengan skala besar, namun masih banyak orang yang nyaman melakukan bisnis dalam skala ini karena keunggulan yang ditawarkan pada bisnis UMKM serta keunggulan tersebut sulit didapatkan pada skala bisnis yang lebih besar. Salah satu keunggulan yang utama pada sektor UMKM adalah kemudahan dalam mengadopsi dan mengimplementasikan teknologi baru dan inovasi dalam bisnis. Adopsi teknologi terbaru menjadi lebih mudah dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing bisnis UMKM karena tidak memiliki birokrasi yang rumit dan struktur organisasi masih relatif ramping sehingga koordinasi dan komunikasi antar manajerial level cenderung untuk mudah dilakukan. Selain kemudahan aplikasi teknologi, keunggulan lainnya yang dimiliki sektor UMKM adalah dalam hal menjaga hubungan baik antar karyawan, hal ini dikarenakan secara jumlah karyawan masih lebih kecil,

dan yang terakhir adalah dalam hal fleksibilitas bisnis yang dapat lebih mudah untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis.

Dalam menjalankan bisnis, kondisi internal dan eksternal pasti akan mempengaruhi kinerja dari bisnis yang dijalankan, baik itu usaha UMKM maupun usaha skala besar, oleh karenanya, kunci penting untuk menjadikan bisnis tersebut dapat berkembang adalah dengan merencanakan dan mengimplementasikan strategi yang tepat dan sesuai dengan perkembangan di masyarakat.

Secara umum, terdapat tiga peran UMKM atau kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi:

1. Sarana pemerataan tingkat perekonomian rakyat kecil UMKM berperan dalam pemerataan tingkat perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat. UMKM bahkan menjangkau daerah yang pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.
2. Sarana mengentaskan kemiskinan UMKM berperan untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan sebab angka penyerapan tenaga kerja terhitung tinggi.
3. Sarana pemasukan devisa bagi negara UMKM menyumbang devisa bagi negara sebab pasarnya tidak hanya menjangkau nasional melainkan hingga ke luar negeri.

E. Karakteristik Usaha Mikro

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan

terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di *up to date* sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
7. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

F. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

1. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
2. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
3. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
4. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
5. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

A. Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- a) Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
- b) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- c) Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
- d) Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

B. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM meperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun.

Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga/institusi yang memiliki fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjalan sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN, departemen, LSM, perusahaan swasta. Disisi lain dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi rodaperekonomian menjadi kenyataan.

BAB 4

FUNGSI INVESTASI

A. Kas

Sebagai bagian dari modal kerja yang dapat berupa uang tunai dan uang di bank yang pencairannya dapat setiap waktu. Motivasi memegang uang kas:

1. Motif aspekulasi. Dimaksudkan pemegangan uang tunai bertujuan untuk memanfaatkan kesempatan pertama untuk meraih keuntungan. Dengan adanya kas di tangan, maka transaksi per kas pertama yang biasa mendadak dan dalam waktu relatif singkat dan dengan leluasa bisa segera dilakukan.
2. Motif berjaga-jaga. Dimaksudkan sebagai usaha perusahaan menyediakan uang tunai untuk berjaga-jaga. Motif ini bertujuan untuk menjaga kemungkinan timbulnya hambatan terhadap kontinuitas proses usaha perusahaan.
3. Motif transaksi. Dimaksudkan untuk menutup transaksi operasional setiap hari yang merupakan rutinitas kegiatan perusahaan. Transaksi pada umumnya dapat ditutup dengan cara tunai dan cara kredit.

B. Piutang

Piutang, dimaksudkan sebagai sejumlah tagihan terhadap pihak lain akibat transaksi usaha yang disetujui dengan pembayaran yang ditunda selama jangka waktu tertentu. Dalam dunia bisnis dan usaha, manajemen piutang merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengelola piutang perusahaan. Rangkaian aktivitas tersebut meliputi *planning*, *monitoring*, dan *controlling* terhadap uang yang ditagihkan.

Piutang dalam suatu bisnis atau usaha merupakan hal yang wajar. Pasaunya, banyak pelaku bisnis yang memberlakukan kebijakan pembayaran kredit untuk meningkatkan laba. Selain bisa membantu sebuah bisnis atau perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin

ketat, piutang juga jadi salah satu cara untuk meminimalisir resiko kredit. Bagaimana piutang dapat menaikkan laba perusahaan? Sebagaimana yang Anda tahu, daya beli masyarakat terbatas.

Melalui piutang, perusahaan berharap masyarakat masih bisa mengkonsumsi atau membeli produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Dengan begitu, roda penjualan pun akan tetap berjalan. Akan tetapi kenyataannya sering kali piutang terjadi kemacetan alias piutang tidak tertagih. Hal tersebut tentu berdampak buruk bagi usaha. Maka dari itu lah, piutang harus dikelola dengan prosedur dan sistem yang baik, efektif, dan efisien. Pengelolaan inilah yang disebut manajemen piutang.

1. Manfaat Manajemen Piutang

Secara garis besar, manfaat dari manajemen piutang adalah dapat membantu suatu bisnis atau usaha dalam hal pengelolaan piutang. Selain itu, bisa juga untuk memastikan bahwa piutang perusahaan dapat tertagih sehingga dapat masuk ke kas perusahaan yang nantinya akan menambah keuntungan. Untuk lebih jelasnya, berikut ini beberapa manfaat pengelolaan piutang dalam usaha atau bisnis:

a. Meningkatkan Profit

Manfaat utama dari manajemen piutang adalah untuk menambah laba perusahaan. Dengan pengelolaan dan pengorganisasian yang baik, maka piutang pun dapat ditagih serta diterima perusahaan. Piutang yang tertagih itu pun nantinya akan terkonversi sebagai kas yang tentunya akan meningkatkan keuntungan suatu bisnis atau usaha.

b. Membantu Mengurangi Resiko Kecurangan

Dengan pengelolaan piutang yang baik, maka resiko kecurangan yang terjadi dalam penjualan pun bisa diminimalisir. Resiko kecurangan yang dimaksud salah satunya berasal dari piutang tidak dibayarnya seluruh tagihan atau sama sekali tidak bisa direalisasikan. Penyebabnya bisa dari kurang selektifnya

perusahaan dalam memilih langganan, yang dalam hal ini pelanggan yang tidak mampu membayar tagihan.

Bisa juga dari kondisi ekonomi Negara yang tidak stabil, sehingga yang bersangkutan tidak mampu mengembalikan atau membayar tagihan. Selain itu, resiko kredit juga berasal dari banyaknya keterlambatan dalam membayar piutang. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya jumlah tagihan yang masuk daripada harga pokok pembelian barang yang dijual secara kredit. Akibatnya bukan mendapat untung, melainkan berkurangnya pendapatan perusahaan. Resiko terburuk lain yang bisa terjadi adalah gulung tikar alias bangkrut.

c. Membantu Menghadapi Persaingan Bisnis

Sebagaimana telah Anda simak pada pembahasan sebelumnya, bahwa penjualan secara kredit merupakan salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan laba. Hal itu karena dengan menerapkan penjualan kredit, pangsa pasar yang dapat dijangkau semakin luas.

2. Analisis Manajemen Piutang

Setiap kredit atau piutang tentu punya tingkat resiko (degree of risk) tertentu. Namun perusahaan dapat meminimalisir resiko tersebut dengan menerapkan beberapa syarat. Syarat-syarat khusus tersebut disebut dengan 5C, di antaranya:

a. *Character*

Setiap manajemen piutang suatu perusahaan harus memiliki watak, sifat, atau pribadi yang jujur dari pimpinan perusahaan. Dengan karakter tersebut maka pemenuhan tugas dan tanggung jawab finansialnya akan berjalan sebagaimana mestinya tanpa ada kecurangan. Maksudnya, perusahaan harus selektif dalam menilai karakter calon konsumen agar kewajibannya membayar tagihan terpenuhi sesuai persyaratan yang berlaku.

b. *Capacity*

Syarat ini menyangkut kemampuan atau kapasitas perusahaan dalam manajemen atau mengelola usahanya. Ini juga berlaku bagi calon konsumen, yang menggambarkan kesanggupannya untuk memenuhi tagihan sesuai dengan ketentuan.

c. *Capital*

Hal ini menggambarkan kondisi keuangan perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan harus mengelola piutangnya dengan memperhitungkan antara jumlah piutang dengan jumlah modal yang dimiliki. Syarat ini juga berlaku untuk penargetan calon konsumen yang memiliki kondisi finansial yang mumpuni dan layak untuk membayar kredit.

d. *Collateral*

Manajemen piutang perusahaan juga harus mempertimbangkan syarat yang satu ini. Pasalnya, ini menggambarkan jaminan yang dimiliki oleh calon konsumen. Menggunakan jaminan tersebut, perusahaan memiliki cadangan apabila konsumen tidak mampu memenuhi kewajibannya. Dengan kata lain, jaminan merupakan bentuk pengganti masalah kerugian yang ditimbulkan dari piutang perusahaan.

e. *Conditions*

Seorang pengelola piutang perusahaan harus memperhatikan kondisi ekonomi calon konsumen secara keseluruhan. Syarat ini bisa jadi bahan pertimbangan sebelum memutuskan untuk menawarkan kredit kepada calon konsumen.

C. Persediaan

Persediaan barang merupakan jenis investasi yang dinamis, baik di perusahaan perdagangan maupun manufaktur. Untuk perusahaan perdagangan jenis persediaan berupa barang dagangan. Untuk perusahaan yang melakukan proses produksi, jenis persediaan dibagi dalam 3 bentuk

persediaan, yaitu: (1) bahan mentah, (2) barang sedang dalam proses atau (3) barang jadi.

Persediaan merupakan elemen utama dari Modal Kerja karena :

1. Jumlah persediaan paling besar jika dibanding dengan Modal Kerja lainnya
2. Aktiva yang selalu dalam keadaan berputar, di mana secara terus menerus mengalami perubahan
3. Tingkat likuiditasnya paling rendah

Penetapan persediaan harus tepat, krn resiko/kesalahan dlm penetapan persediaan akan berakibat langsung bagi perolehan laba, sebab:

1. Jika persediaan terlalu tinggi, maka biaya penyimpanan juga tinggi
 - a) Jika Investasi dibiayai Modal Asing biaya bunga
 - b) Jika Investasi dibiayai Modal Sendiri Opportunity cost
2. Jika persediaan terlalu kecil, maka proses produksi akan terganggu penjualan turun, akibatnya:
 - a) Perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan konsumen
 - b) Turunnya market share
 - c) Turunnya laba

D. Gedung dan Bangunan

Gedung dan Bangunan dengan fungsi sebagai usaha didirikan untuk mendukung aktifitas komersial meliputi jual, beli, dan sewa. Bangunan komersial ditujukan untuk keperluan bisnis sehingga faktor lokasi yang strategis memegang peranan penting bagi kesuksesan bangunan tersebut. Contoh-contoh bangunan komersial di antaranya pasar, supermarket, mall, retail, pertokoan, perkantoran, dan kompleks kios. Gedung dan Bangunan penting bagi pelaku UMKM untuk memperlancar usahanya. Karena produksi dan aktivitas lainnya perlu adanya gedung dan bangunan.

E. Mesin dan Peralatan

Investasi alat dan mesin menjadi komponen untuk memperlancar suatu bisnis atau produksi. Penggunaan alat dan mesin secara terus-menerus akan memengaruhi kinerja dan volume produksi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki standar pemeliharaan yang baik agar seluruhnya dapat beroperasi secara optimal.

Dalam biaya produksi, investasi alat dan mesin tergolong ke dalam biaya *overhead*. Biaya umum tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan di luar biaya bahan baku dan tenaga kerja. Biaya *overhead* tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan produk yang dihasilkan. Biaya ini meliputi biaya bahan pendukung dan biaya tenaga kerja tidak langsung yang terdiri dari gaji manajer produksi, pengawas produksi, penyusutan mesin, penyusutan bangunan produksi, serta biaya lainnya yang digolongkan ke dalam biaya produksi.

F. Aktiva Tetap Lainnya

Investasi dalam aktiva tetap dalam organisasi bisnis bertujuan untuk menambah fasilitas yang dimiliki guna mencapai peningkatan produktivitas dan profitabilitas. Agar efektif, investasi aktiva tetap harus mempertimbangkan penggunaan teknologi. Hal ini penting agar investasi tersebut dapat mencapai produksi yang lebih tinggi dengan biaya yang lebih rendah. Namun, agar hal tersebut dapat dicapai, manajemen perlu untuk mengembangkan kebijakan khusus terkait dengan investasi dalam aset tetap.

1. Investasi dalam aset tetap harus berorientasi pada prospek jangka panjang

Sebagian besar investasi dalam aktiva tetap adalah bertujuan jangka panjang. Walaupun demikian, pada kondisi tertentu, investasi dalam aktiva tetap tidak bertujuan jangka panjang, seperti penggantian aktiva tetap yang rusak. Perlu diingat bahwa investasi dalam aktiva tetap, biasanya akan dirasakan manfaatnya oleh organisasi beberapa tahun

kedepannya. Karena itu, perlu kehati-hatian dalam investasi aktiva tetap, apalagi investasi tersebut akan menyebabkan berbagai biaya ikutannya.

Manajemen organisasi bisnis perlu mengembangkan kebijakan yang tepat dan berhati-hati dalam kaitannya dengan investasi pada aset tetap. Pengaruh lingkungan luar (seperti; perubahan kebijakan pemerintah dan ketidakpastian teknologi) harus dipikirkan manajemen sebelum melakukan investasi pada aset tetap. Namun jika investasi aktiva tetap tersebut bersifat mendesak, maka investasi tersebut tetap dapat dibenarkan.

2. Tingkat pengembalian investasi minimum dalam aset tetap

Sebagian besar organisasi bisnis akan berkonsentrasi pada tingkat pengembalian minimum yang harus diantisipasi, jika modal digunakan dalam proposal tertentu. Misalnya, organisasi dapat memutuskan bahwa investasi dalam aset baru harus memperoleh setidaknya 5% dari investasi awal setelah membuat provisi yang diperlukan untuk penyusutan dan pajak. Berdasarkan keputusan tersebut, maka semua usulan investasi yang menghasilkan kurang dari pengembalian yang diinginkan, harus dibatalkan. Kebijakan semacam ini cukup berguna, karena metode estimasi pengembalian didefinisikan dengan cukup baik. Bunga depresiasi, pajak, investasi bersih dan item lainnya dapat diperlakukan dengan cara yang sangat berbeda.

Sebagian besar diyakini bahwa tingkat pengembalian yang diizinkan adalah biaya modal rata-rata bagi organisasi bisnis. Tingkat pengembalian minimum dapat diperkirakan dengan baik jika mempertimbangkan faktor-faktor seperti keinginan untuk ekspansi, ukuran dana yang ada, rencana pengadaan dana di masa mendatang, dan penilaian risiko. Karena sebagian besar eksekutif yang mengajukan proposal investasi pada aset tetap cenderung cukup optimis dalam menilai manfaat yang kemungkinan besar akan mengalir

dari produk tersebut, maka diharapkan pihak manajemen mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi.

3. Penggunaan konsep Capital Budgeting dalam investasi aset tetap
Keinginan setiap unit/bagian dalam suatu organisasi bisnis untuk berinvestasi dalam aktiva tetap, harus diatur melalui kebijakan manajemen puncak. Biasanya, manajemen organisasi bisnis akan menggunakan konsep capital budgeting untuk menyaring berbagai usulan investasi yang ada. Proses penilaian investasi melalui konsep tersebut akan melalui tahapan antara lain; identifikasi alternatif, prakiraan arus kas, penilaian nilai ekonomi, tingkat risiko yang terlibat, dan tingkat pengembalian yang diharapkan. Proses dan analisis tersebut harus dilakukan dengan sangat hati-hati, karena rencana selanjutnya secara efektif akan bergantung pada ketelitian usulan investasi yang telah disaring.

Beberapa teknik penting dalam menyaring investasi antara lain seperti; 1) Payback method, 2) Accounting rate of return, 3) Net present value method, 4) Internal rate of return, & 5) Profitability index. Dalam prakteknya, organisasi bisnis dapat menggunakan salah satu dari kelima metode tersebut.

BAB 5

FUNGSI MANAJEMEN KEUANGAN

A. Sumber Dana, Penggunaan dan Pengendalian Keuangan

Pokok bahasan ini bermaksud agar para pembina UMKM dapat meningkatkan kompetensi pebisnis UMKM, khususnya usaha mikro dan usaha kecil dengan lebih memfokuskan pada aspek bagaimana mengelola keuangan. Uang merupakan darah bagi kehidupan bagi semua kegiatan bisnis. Salah satu aspek penting adalah mengelola keuangan. Dalam manajemen keuangan ada yang memerlukan fokus perhatian.

1. Aspek sumber dana
2. Perencanaandan penggunaan dana
3. Pengawasan/pengendalian keuangan.

Sumber-sumber Keuangan Perusahaan. Ditinjau dari asalnya, sumber dana perusahaan dapat dibagi menjadi dua golongan.

1. Dana yang berasal dari dalam perusahaan disebut pembelanjaan internal. Penggunaan dana ini merupakan cara yang paling mudah dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dana bisnis, sebab hanya tinggal mengambil dana yang sudah tersedia. Oleh karena sumber dana intern biasanya sangat terbatas, maka dalam penggunaannya harus diperhatikan tentang biaya kesempatan (opportunity cost), yaitu peluang yang hilang akibat penggunaan lain atau penerimaan yang seharusnya diterima tetapi hilang akibat penggunaan sumber-sumber tersebut. Misalnya, bunga dana milik sendiri atau sewagedung milik sendiri yang seharusnya diterima, hilang akibat dana ataugedung tersebut digunakan dalam bisnis. Bunga atau sewa yang seharusnya diterima oleh pemiliknya tersebut seharusnya dihitung sebagai biaya bisnis. Ada tiga jenis sumber dana internal yang dapat dijadikan sumber keuangan.
 - a. Penggunaan dana usaha.
 - b. Penggunaan cadangan.

- c. Penggunaan laba yang tidak dibagi/ditahan.
2. Dana yang berasal dari luar perusahaan, disebut pembelanjaan eksternal. Sumber dana eksternal.
 - a. Dana dari pemilik atau penyertaan. Dalam perusahaan harus ada pemisah yang tegas antara dana milik pribadi atau pembelanjaan sendiri (misalnya saham) dengan dana milik perusahaan.
 - b. Dana yang berasal dari utang/pinjaman baik jangka pendek maupun jangka panjang, atau disebut pembelanjaan asing. Sumber dana eksternal di antaranya kredit jangka pendek (kredit rekening koran, kredit penjual/pembeli, aksep) dan kredit jangka panjang (hipotek, obligasi, kredit bank, dan kredit dari negara lain).
 - c. Dana bantuan program pemerintah pusat dan daerah.
 - d. Dana dari teman atau keluarga yang ingin menanamkan modalnya.
 - e. Dana Ventura, yaitu dana dari perusahaan yang ingin menginvestasikan dananya pada perusahaan kecil yang memiliki potensi

B. Perencanaan Keuangan dan Penggunaan Dana

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam merancang penggunaan biaya.

1. Biaya awal
2. Proyeksi/rancangan keuangan, yang mencakup:
 - a. Neraca harian
 - b. Laporan laba rugi
 - c. Laporan arus kas
3. Analisis pulang pokok

Biaya awal adalah biaya yang diperlukan ketika perusahaan akan berdiri. Biaya awal perusahaan yang baru berdiri pada umumnya.

- a. Biaya awal yang tidak terduga (unik)
- b. Biaya administrasi (gaji karyawan dan peralatan kantor)
- c. Biaya (sewa) bangunan,

- d. Biaya asuransi,
- e. Biaya tambahan atau biaya secara umum

C. Pengawasan/Pengendalian Keuangan

Untuk melakukan pengawasan/pengendalian keuangan harus berdasarkan verifikasi dari catatan-catatan transaksi keuangan dan salah satu aspek penting dalam pengawasan keuangan dan mengendalikannya dilakukan berdasarkan laporan keuangan. Untuk dapat memahami laporan keuangan harus memahami terlebih dahulu beberapa pengertian dasar penyusunan laporan keuangan.

Suatu usaha mikro (bisnis rumahan) yang mengembangkan usahanya, dimana diluar perkiraan semula terjadi permintaan produk atau jasa karena mulai dikenal dan ternyata telah laku dipasar. Mengingat begitu banyak permintaan, juga memerlukan tambahan pekerja baru yang terlatih. Masalah ini terjadi pada sebagian besar usaha mikro dan kecil atau bisnis rumahan yang dikembangkan di rumah dengan skala produksi yang tidak terlalu besar. Dengan kemampuan manajemen yang yang dipelajari sambil jalan banyak masalah masalah usaha mikro dan kecil sebenarnya dapat dipecahkan jika menerapkan pembukuan yang benar pada bisnis tersebut. Jika setiap usaha mikro atau kecil menerapkan sistem akuntansi, maka seorang pengusaha akan segera mempunyai banyak data dari laporan keuangan bisnis yang dikelolanya. Misalnya, berapa keuntungan yang diperolehnya, berapa tambahan modal yang dicapai dan juga bagaimana keseimbangan hak dan kewajiban yang dimiliki. Dengan begitu setiap keputusan yang akan diambil didasarkan pada kondisi konkret keuangan yang terlaporkan secara komplit karena memang itulah tujuan akuntansi. Bukan hanya berdasar kesan bahwa bisnisnya berkembang maju. Masalah yang dihadapi oleh pengusaha mikro dan kecil karena belum menyusun rencana bisnisnya, karena tidak memiliki catatan keuangan dan aset yang dimilikinya.

BAB 6

FUNGSI AKUNTANSI

A. Fungsi dan Informasi dalam Akuntansi

1. Mencatat

Fungsi ini sangat penting mengingat begitu banyaknya transaksi yang harus dilakukan sepanjang menjalankan bisnis. Dengan berbagai catatan inilah kita akan meneruskan berbagai langkah akuntansi untuk mendapatkan berbagai hasil yang kita inginkan.

2. Mengidentifikasi

3. Fungsi ini dilakukan dengan cara memilah-milah berbagai dokumen pencatatan yang dikumpulkan. Secara gampang bisa dikatakan dulu mana catatan uang keluar dan mana catatan uang masuk. Dalam akuntansi kita mengenal beberapa istilah dasar yang dapat membantu pengusaha. Istilah tersebut misalnya: Harta, Modal dan Utang.

4. Mengukur

Hasil-hasil kegiatan akuntansi akan menghasilkan berbagai ukuran yang tampak dalam angka-angka hasil pengolahannya. Dengan ukuran inilah nanti seberapa besar keberhasilan sebuah bisnis.

5. Melaporkan

Hasil akhir kegiatan akuntansi seperti sudah disebutkan sebelumnya adalah berbagai laporan misalnya laporan pengembangan modal, laporan rugi dan laba.

6. Membantu Mengambil Keputusan

Fungsi ini menjelaskan mengapa kegiatan akuntansi perlu dilakukan di setiap bisnis. Kegiatan akuntansi yang dilakukan memberikan banyak data dan masukan sehingga pengambilan keputusan bisa lebih tepat dan konkret diambil. Dengan demikian laporan keuangan hasil dari pencatatan akuntansi merupakan sarana untuk pengawasan dan pengendalian keuangan perusahaan

7. Penggunaan Informasi Akuntansi

Sebelum melangkah lebih jauh perlu memahami dulu siapa saja yang akan menggunakan informasi. Hal ini akan membantu memahami logika-logika penyusunan prinsip akuntansi yang akan dikerjakan. Pada dasarnya penggunaan informasi akuntansi dibedakan menjadi dua yakni pihak internal dan pihak eksternal. Pihak internal adalah pihak pemilik bisnis, sementara pihak eksternal bisa dipecah lagi menjadi beberapa bagian.

a. Pihak Internal

Yang dimaksud dengan pihak internal adalah pemilik mikro bisnis. Hal ini agak berbeda dengan bisnis besar di mana yang dimaksud pihak internal adalah pihak manajemen (pengelola) sedangkan pemilik dimasukkan pada kategori pihak eksternal. Penyebabnya adalah karena skala bisnis usaha menengah atau usaha besar menuntut operasional pengelolaan lebih luas, dimana pemilik perusahaan tidak terjun langsung mengelola perusahaan tersebut. Bagi pihak internal dalam usaha mikro, yakni pemilik, informasi akuntansi yang diperoleh bisa berguna untuk melakukan tiga hal ini.

1) Mengembangkan

Dimana dalam bisnis UMKM bagian mana saja yang perlu dikembangkan, apakah bagian produksinya, distribusi atau pemasaran. Jika masing-masing pos terlihat masih kekurangan dana, maka kemungkinan besar pemilik akan berpikir untuk menambahkan dana dikemudian hari agar bagian itu bisa dikembangkan lagi.

2) Mengurangi

Hal-hal yang sama juga bisa terjadi jika pemilik ingin mengurangi beberapa bagian yang terlibat kelebihan atau tidak efektif

3) Mengontrol

dalam evaluasi tahunan biasanya pemilik akan segeramengetahui kondisi keuangan bisnisnya karena berbagai informasi yangtersedia dalam berbagai bentuk laporan keuangan. Pada saat seperti inilahfungsi kontrol juga dilakukan pemilik agar bisnisnya semakin bisa berkembang.

b. Pihak Eksternal

Pihak eksternal adalah adalah pihak-pihak yang tidak terkait langsungdengan pengelolaan bisnis rumahan. Dalam skala bisnis yang lebih besar, pihak eksternal terdiri dari lebih banyak pihak. Namun dalam bisnisrumahan hanya ada beberapa pihak.

1) Investor

Jika sejak awal bisnis mikro mengundang peran serta para investor atau teman-teman dekat atau saudara makakelak laporan keuangan yang disusun berguna untuk mereka. Pahamiilah jika seseorang menitipkan uangnya untuk dikembangkan bersama sebuah bisnis maka ia akan merasa aman jika ia tahu bisnis tersebut dalam keadaan aman. Keamanan ini bisa dinilai dari laporan keuangannya

2) Kreditur

untuk jumlah modal yang lebih besar, misalnya untuk mengembangkan usaha mikro maka perlu mencari pinjaman, laporankeuangan bisa sangat berguna. Para kreditur yang akan memberi pinjaman itu akan bisa yakin dan paham apakah bisnis berkembang atautidak. Untuk kepentingan inilah perlu menyiapkan laporan keuangan.

3) Petugas Pajak

beberapa bisnis mikro banyak yang tidak terkena pajak,tetapi usaha "kecil papan atas" atau usaha menengah sekarang yang sudah terkena pajak meskipun jumlahnya relatif kecil. Penentuan jumlahini ditentukan oleh laporan keuangan. Di luar

itu ada beberapa pihak lain, yang hanya berlaku dalam bisnisskala besar, tapi tidak dengan bisnis mikro. Misalnya saja serikat pekerja/buruh, masyarakat daerah lingkungan perusahaan dan jugamasyarakat luas jika perusahaan tersebut *go public*.

B. Informasi Akuntansi bagi UMKM

1. Informasi Harta

Kebanyakan pebisnis mikro hanyamenghitung harta yang dipunyai sebatas uang kas yang dipegangnya saja. Tetapi UKM perlu memahami bahwa pengertian harta lebih luas darisekadar uang kas saja. Harta dalam akuntansi diberi pengertian sebagaisemua barang dan hak milik perusahaan dan sumber ekonomis lainnya,serta semua biaya yang telah terjadi yang diakui prinsip akuntansi yang berlaku. Dengan pengertian di atas harta dibedakan menjadi

a. Harta Lancar

Biasa disebut aktiva lancar. Maksudnya adalah uang kas/bank atauharta lain yang dapat dicairkan menjadi kas/bank, dijual ataudigunakan habis dalam satu tahun atau dalam satu masa perputaran usaha normal. Misalkan bisnis kita mempunyai masa usaha normalsetiap bulan, maka perhitungan di dalamnya pun termasuk hartalancar. Dengan pengertian di atas, yang termasuk harta lancar.

1) Kas

jika mempunyai uang dalam mata uang dalam negeri(Rupiah) maka harta inilah yang disebut kas. Selain itu mata uangasing, serta semua surat yang mempunyai sifat seperti mata uangmisalnya cek, wesel atau tabungan di bank.

2) Piutang Dagang

Semua hak atau tagihan bisnis kepada pihak lain yang akan dimintakan pelunasannya jika sampai pada

waktunya. Biasanya hal ini tidak diatur secara khusus dengan hukum yang baku

- 3) Penghasilan yang akan diterima adalah penghasilan yang merupakan kontra prestasi atas jasa-jasa perusahaan kepada pihak lain yang sebenarnya sudah menjadi hak perusahaan.
- 4) Biaya yang dibayar dimuka yang dimaksud dengan harta ini adalah jika pengusaha sudah membayar tagihan sebelum tanggalnya. Atau pebisnis sudah memberi uang muka pada semua barang/ jasa yang akan dibeli
- 5) Persediaan semua persediaan yang digunakan untuk menjalankan operasional bisnis dimasukkan dalam bagian ini. Namun jika bisnis penjualan barang-barang tanpa melakukan perubahan proses maka barang dagangan persediaan dimasukkan dalam persediaan barang dagangan.
- 6) Persediaan perlengkapan Dalam bagian ini adalah persediaan kebutuhan yang ringan dan relatif bernilai murah seperti kertas, perangkai, amplop dll. Yang disebutkan di atas hanyalah sebagian dari harta lancar yang biasanya ada dalam bisnis mikro. Sebenarnya ada banyak jenis harta lancar lain seperti surat-surat berharga dan wesel tagih. Namun dua hal itu jarang terdapat dalam bisnis rumahan sehingga tidak mendapat porsi penjelasan di sini

b. Investasi Jangka Panjang

Berbeda dengan harta lancar, investasi jangka panjang adalah penggunaan modal untuk harta dengan tidak untuk dipergunakan saat sekarang ini, namun untuk masa yang akan datang, dan jaraknya lebih dari setahun dari sekarang. Ada tiga jenis.

- 1) Investasi bentuk dana
- 2) Penanaman modal dalam obligasi
- 3) Penanaman modal dalam saham

Dari ketiga jenis itu bisnis mikro hanya mempunyai satu jenis di atas karena skala perusahaan yang kecil, yakni investasi dalam bentuk dana

c. Harta Tetap

Yang termasuk dalam golongan aktiva tetap adalah semua hartayang dimiliki yang sudah dibangun terlebih dahulu untuk operasional bisnis dan tidak habis dipakai dalam setahun. Seperti sudah dibahas sebelumnya, dalam perusahaan besar mereka membeli tanah dan membangun gedung sematamata untuk tujuan usaha. Sementara bisnis mikro karena rumah yang memang sudah ditempat sebagai tempat bisnis. Singkatnya, jika dalam perusahaan besar tanah dan bahan bangunan masuk ke dalam aktiva tetap maka dalam bisnis mikro, kedua hal ini bisa dimasukkan bisa juga tidak. Sepanjang pebisnis konsisten menghitungnya, kedua cara itu bisa dipilih masing-masing. beberapa aktiva tetap lain seperti Kendaraan, misalnya bisnis catering dengan membawa pesanan dengan mobil pick-up atau motor, maka kedua kendaraan itu bisa sebagai kelompok aktiva tetap kendaraan.

Mesin, yang dimaksud dengan mesin di sini sangat jelas. Jika bisnis punya bisnis percetakan maka kita akan mempunyai aktiva tetap berupa mesin cetak, komputer dan mesin pemotong. Peralatan, selain mesin, biasanya ada juga alat-alat yang dimiliki oleh sebuah bisnis, peralatan ini perlu dicatat aktiva tetap.

d. Harta tak Berwujud

Wujud harta ini tidak kasat mata, namun merupakan hak-hak istimewa atau posisi yang menguntungkan bisnis. Yang termasuk dalam harta jenis ini misalnya.

1) Hak Paten

hak cipta atas penemuan suatu barang yang diberikan oleh pemerintah untuk melindunginya dari peniruan atau pemalsuan pihak lain. Pebisnis yang menciptakan suatu inovasi baru, agar tidak ditiru perlu mendaftarkan hak patennya. Untuk usaha mikro mungkin hal ini, masih jarang dan untuk mengurus hak paten memerlukan biaya

2) Hak Cipta

Hampir sama dengan hak paten, namun dikhususkan untuk bentuk-bentuk karya seperti naskah atau karangan untuk melindungi dari peniruan.

3) Trade Mark – Merek Dagang

hak merk dagang bisnis, Misalnya bisnis catering, maka bisnis mempunyai trade mark-nya sendiri. Di luar itu ada juga *good will* dan *organization cost*. *Good will* adalah keistimewaan bisnis yang Anda miliki dan tidak dimiliki bisnis lain sehingga meningkatkan daya saing. Misalkan saja lokasi yang strategis dan tenaga ahli yang baik. Sementara *organization cost* meliputi biaya-biaya pendirian perusahaan. Misalnya bisnis rumahan dapat mengeluarkan dana untuk memberi kursus para pegawainya atau riset kecil sebelum mendirikan bisnis tersebut.

2. Informasi Utang bagi UMKM

Bagi pebisnis UMKM memahami utang sangat penting dalam akuntansi. Juga dalam kehidupan sehari-hari dalam menjalankan bisnis mikro. Dengan kemampuan membedakan utang ini, pebisnis dapat mengelola pelunasannya dengan skala prioritas pembayaran. Dalam akuntansi utang ditulis dengan utang dan bukan hutang sebagaimana biasanya. Hal ini dilakukan untuk membedakan istilah utang dan harta.

Dalam persamaan akuntansi yang akan dibahas kemudian, akan tampak bahwa harta disingkat H dan utang disingkat U, bukan hutang (H). Utang secara singkat sebagai pengorbanan ekonomis yang wajib dilakukan oleh perusahaan dimasa yang akan datang dalam bentuk penyerahan aktiva/harta atau pemberian jasa karena transaksi yang sudah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan waktu pembayarannya, utang dibedakan menjadi dua bagian.

a. Utang jangka pendek

sama seperti perhitungan harta, perhitungan utang jangka pendek juga didasarkan pada waktu satu tahun atau satu masa perputaran usaha. Artinya utang jangka pendek adalah semua kewajiban yang harus diselesaikan dalam waktu kurang dari satu tahun. Yang termasuk dalam utang jangka pendek adalah:

1) Utang dagang

yang termasuk ke dalam utang dagang adalah semua kewajiban yang harus diselesaikan dalam jangka waktu satu tahun atau dalam masa perputaran usaha. Biasanya hal ini dilakukan bisnis mikro pada para supplier yang memasok barang keperluan bisnis. Misalnya untuk bisnis catering, menerima pasokan beras dan telur dan baru akan dibayar bulan depan. Maka pebisnis mempunyai utang dagang pada penjual beras atau telur tersebut yang harus dilunasi.

2) Biaya yang akan dibayar

Hampir sama dengan utang dagang, yang digolongkan pada utang jenis ini adalah semua biaya sewa sebagai kontraprestasi jasa-jasa yang dipakai oleh bisnis. Misalnya keperluan pembayaran sewa kendaraan, sewa peralatan dan sebagainya

3) Penghasilan yang diterima dimuka.

Jika sudah menerima pembayaran padahal belum menjalankan kewajiban, maka pebisnis sedang menerima

penghasilan yang diterima di muka. Misalnya untuk jasa perancangan baju, pebisnis sudah menerima penghasilan yang diterima di muka (uangmuka) dari seluruh pembayaran yang akan terima.

b. Utang jangka panjang

Berbeda dengan utang jangka pendek, jenis utang yang ini memiliki kelenturan pembayaran lebih dari satu tahun. Yang termasuk dalam utang jenis ini sebenarnya banyak sekali. Misalnya dalam perusahaan besar dikenal ada hutang obligasi dan hutang hipotik. Keduanya mungkin tidak akan ditemui dalam praktek usaha mikro. Yang ditemui dalam usaha mikro, misalnya utang-utang lain yang dengankesepakatan sendiri antara pengusaha mikro dengan mitra usaha sehingga memiliki kelenturan pembayaran.

3. Informasi Biaya dan Pendapatan

Salah satu prinsip dasar akuntansi adalah mengetahui kondisi keuangan bisnis. Dalam bisnis mikro pengusaha membutuhkan akuntansi untuk mengetahui hal yang sama hingga sampai pada kesimpulan langkah apa yang harus dilakukan untuk mengelola bisnis tersebut. Selain harta dan utang yang sudah diuraikan secara ringkas, maka perlu dibahas dua elemen lain yang diperlukan dalam perhitungan Akuntansi. Dua elemen tersebut adalah biaya dan pendapatan.

a. Biaya

Sebagai harta atau jasa yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan dalam satu periode atau dengan kata lain merupakan harta perolehan yang habis dipakai untuk menghasilkan pendapatan. Untuk memahami lebih lanjut ada tiga jenis biaya disebagai berikut:

1) Harga Pokok Penjualan

Ini merupakan semua pengeluaran dan bebanyang dikeluarkan baik secara langsung maupun tidak langsung

untuk menghasilkan barang atau jasa yang akan dijual. Misalnya untuk bisnismenghasilkan kaos atau pakaian bayi, yang dimaksud harga pokok adalahseluruh bahan (kain, benang) dan juga gaji karyawan produksi.

2) Biaya Usaha Operasi

Biaya ini masih dibagi lagi dalam duagolongan yakni:

a) Biaya penjualan

seluruh biaya yang masuk dalamkelompok ini adalah biaya yang dikeluarkan sehubungan dengankegiatan penjualan barang/jasa. Misalnya saja: gaji sales (jika meng-gunakan sales), pulsa saat melakukan kegiatan penjualan, biayatransportasi (bensin) saat melakukan penjualan;

b) Biaya umum danadministrasi,

yaitu biaya yang dikeluarkan untuk bagian-bagian umumatau lebih pada bagian administrasi misal biaya pembelian alat tuliskantor, gaji pegawai, biaya telepon dan listrik di rumah yang digunakanuntuk bisnis.

c) Biaya Lain Lain

Bagian ini dimuat untuk menampung segala perhitungan yang tidak ada dalam biaya sebelumnya misalnya saja biaya bunga pinjaman atau kerugian-kerugian akibat penjualan aktiva tetapseperti kendaraan atau alat-alat

b. Pendapatan

Jika harta pengusaha mengalami kenaikan maka hal ini berarti perusahaan mengalami penambahan pendapatan. Artinya pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban yang didapat dari penyerahan barang dagangan/ jasa atas aktivitas usahalainnya. Misalnya: dapat

tanaman hias seseorang yang membeli tanaman hias, akan menyerahkan sejumlah uang karena telah menggunakan barang berupa produk tanaman hias tersebut. Maka itulah salah satu pendapat yang diterima pedagang tanaman hias pada saat itu. Jika transaksi semacam itu dijumlah maka akan terdapat jumlah pendapatan dalam perhitungan akuntansi nantinya

BAB 7

LAPORAN KEUANGAN

Laporan keuangan merupakan sarana utama membuat laporan informasi keuangan kepada orang-orang dalam perusahaan (manajemen dan para karyawan) dan kepada masyarakat di luar perusahaan (bank, investor, pemasok dan pihak lain yang berkepentingan). Informasi yang masuk di dalam laporan keuangan dan bagaimana informasi tersebut disajikan khususnya perusahaan yang telah go publik, telah dimuat dalam Pedoman Standar Akuntansi dan Keuangan (PSAK), yang dibuat sedemikian rupa sehingga informasi laporan keuangan mengenai sebuah usaha dapat dipercaya dan diperbandingkan. Agar dapat memahami keuangan, penting untuk memahami neraca (balance sheet), laporan laba/rugi (income statements) dan laporan arus kas (cash flow statement).

A. Neraca

Posisi keuangan atau "kesehatan" perusahaan ditunjukkan dalam neraca, yang juga disebut laporan kondisi atau laporan posisi keuangan. Laporan ini menunjukkan posisi keuangan usaha pada waktu tertentu. Neraca standar menggambarkan aset perusahaan pada sisi kiri halaman dan kewajiban serta modal pada sisi kanan.

Utang = Piutang

NERACA Aktiva = Kewajiban + Modal Pemegang

1. Aktiva (assets) adalah saldo debit (debit balances) yang berisi segala sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan. Aktiva terbagi dalam dua kategori: aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar (current assets) berkenaan dengan segala sesuatu yang dapat diubah ke dalam uang tunai (kas) selama setahun. Aktiva tetap (fixed assets) sering disebut

aktiva jangka panjang, berupa barang-barang permanen, seperti bangunan dan peralatan utama.

2. Kewajiban (liabilities), merupakan saldo kredit dan utang perusahaan. Kewajiban terbagi dalam dua kategori utama seperti halnya aktiva, yaitu kewajiban lancar (yaitu utang selama setahun) dan utang jangka panjang. Kewajiban lancar (current liabilities) meliputi tagihan seperti utang dagang (account payable), persediaan (inventory), sewa, upah, dan sebagainya. Utang jangka panjang (long term debt) meliputi segala sesuatu - yang berdasarkan kesepakatan tidak perlu dibayar segera, seperti hipotek atau wesel jangka panjang. Selisih antara aktiva dan kewajiban merupakan net worth yang sering disebut juga modal pemegang saham (stockholders' equity) untuk perusahaan yang telah go public. Artinya, setelah seluruh tagihan dan wesel dibayar, sisanya merupakan net worth. Definisi yang lain adalah bahwa net worth merupakan hak pemilik/peregang saham setelah semua kewajiban dibayar.

$$\text{Aktiva} = \text{Kewajiban} + \text{Modal Pemegang Saham}$$

Mengapa Disebut Neraca? Kata kuncinya adalah keseimbangan (balance). Karena jumlah seluruh aktiva sama dengan jumlah seluruh kewajiban ditambah modal pemegang saham. Persamaan ini benar, walaupun kewajiban melebihi aktiva. Dalam hal ini, modal pemegang saham menjadi negatif sehingga harus dikurangkan dari kewajiban dan bukannya ditambah. Sebuah neraca menggunakan prinsip akunting dualajur. Disebut dua lajur (double entry) karena setiap kegiatan usaha mempengaruhi dua/lebih catatan pembukuan (akun). Sebagai contoh, penjualan akan menambah kas atau piutang dagang, tetapi mengurangi persediaan. Sebuah akun dapat berupa persediaan, uang pinjaman atau utang dagang (account payable), atau uang yang dipinjam orang lain dari Anda (piutang dagang atau account receivable), dan sebagainya. Utang dagang dan piutang

dagang disebut akun akrual. Neraca di dalam akun ini merupakan kas yang harus dibayar kepada pemasok atau akan diterima oleh pelanggan pada waktu mendatang. Pembukuan disusun pada neraca dalam golongan aktiva lancar dan aktiva tetap di bagian kiri lembar neraca, dan kewajiban jangka panjang serta modal pemegang saham dibukukan di sebelah kanannya. Untuk memahami neraca diberikan daftar istilah neraca.

B. Laporan Laba/Rugi

Laporan Laba/Rugi yang disingkat Laporan L/R, menunjukkan kinerja sebuah usaha selama jangka waktu tertentu dalam sebulan, triwulan, atau setahun. Rumus dasarnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Penghasilan} - \text{Biaya} = \text{Pendapatan}$$

Laporan L/R selalu diawali dengan penjualan (sales). Contoh di bawah ini adalah penjualan sebesar Rp 250.000.000 pada laporan L/R:

LAPORAN LABA/RUGI
Penjualan Rp. 250.000.000,-

Akun selanjutnya adalah Harga Pokok Penjualan (HPP), yaitu biaya pembuatan atau harga pembelian yang melekat pada produk barang jadi yang dikirim dari pemasok ke pelanggan. Penjualan dikurangi HPP akan menghasilkan Laba Kotor (gross profit). Sebagai contoh asumsi bahwa HPP sebesar Rp. 200.000.000. Penjualan pada laporan L/R sebesar Rp 250.000.000 di atas dikurangi dengan HPP sebesar Rp 200.000.000 menghasilkan laba kotor sebesar Rp 50.000.000. Laba Kotor disebut juga Margin Kotor, yaitu sejumlah uang yang tersisa sebelum dikurangi biaya operasi dan pajak. Laporan L/R adalah sebagai berikut:

NERACA

Penjualan	Rp. 250.000.000,-
HPP	Rp. 200.000.000,-
Laba Kotor	Rp. 50.000.000,-

Akun selanjutnya di dalam laporan L/R adalah biaya-biaya (*expenses*) yang digunakan untuk menjalankan usaha, dan disebut biaya operasi (*operating expenses*), meliputi sewa, utilitas, perlengkapan kantor, dan biaya overhead. Biaya operasi dapat berupa kas maupun akrual. Apabila biaya operasi dikurangkan dari laba kotor, akan menghasilkan pendapatan usaha (*operating income*). Sering perusahaani memiliki sumber pendapatan lain, bukan berasal dari usaha pokok, seperti pendapatan bunga yang diperoleh dari bank. Dalam hal ini, pendapatan itu disebut pendapatan lain-lain (*other income*) dan dicatat secara terpisah setelah akun pendapatan usaha. Pajak pendapatan pada umumnya dicatat secara terpisah. Sebagai contoh tentang laporan Laba/Rugi dan istilah yang digunakan dalam laporan LR dapat pada lampiran.

C. Laporan Arus Kas

Dalam semua bisnis, kekurangan kas, walaupun singkat, dapat membuat perusahaan menjadi gulung tikar. Kekurangan kas merupakan hal yang sangat sulit untuk diatasi perusahaan. Walaupun sebuah perusahaan mencatat laba pada laporan laba/ruginya, belum tentu perusahaan tersebut memiliki uang tunai yang cukup untuk membayar tagihan-tagihannya. Agar dapat memperkirakan dan menghindari masalah arus kas, sebaiknya dibuat laporan arus kas.

Neraca menunjukkan kesehatan perusahaan dalam waktu tertentu. Sedangkan laporan laba/rugi menunjukkan kinerja usaha dalam periode tertentu. Laporan arus kas sebagai alat perencanaan yang akan membantu pebisnis pada masa yang akan datang. Laporan ini akan membantu pebisnis dalam menentukan kapan uang tunai diperlukan

untuk membayar tagihan-tagihan dan membantu manajer untuk membuat keputusan usaha, seperti kapan mengembangkan usaha atau membuat lini produk baru.

Laporan arus kas hanya berhubungan dengan aktivitas kas, yakni kas keluar atau kas masuk. Laporan ini membantu mengenali kapan perlu dilakukan peminjaman uang. Selain itu, laporan arus kas pun memungkinkan pebisnis mengatur segala sesuatu sebelum kas benar-benar diperlukan. Kegiatan pra-perencanaan sangat membantu ketika pebisnis berhubungan dengan bankir.

Sebuah laporan perkiraan arus kas harus dibuat selama proses penganggaran pada tahun usaha. Tahun usaha tersebut dapat diuraikan dalam triwulan atau per bulan agar dapat dilakukan pengendalian dengan baik. Contoh laporan arus kas seperti tabel berikut: Pastikanlah untuk memasukkan akun-akun pada laporan arus kas agar bermanfaat bagi pebisnis

BAB 8

ANALISIS BIAYA DAN PENGENDALIAN USAHA

A. Analisis Biaya

Biaya merupakan bagian yang penting dalam melakukan bisnis dan harus ditangani dengan baik. Biaya harus diperhitungkan pada saat pengusaha membuat kebijakan harga, perkiraan penjualan, dan perencanaan usaha. Biaya merupakan kenyataan hidup pada setiap bisnis. Namun, biaya yang terlalu tinggi akan segera menghancurkan bisnis. Pada intinya biaya harus dikendalikan. Cara terbaik untuk melakukan hal tersebut adalah dengan memahaminya; mengetahui apa yang akan terjadi pada saat meningkatkan atau menurunkan biaya.

1. Memeriksa Biaya.

Mengenali dan memeriksa biaya akan membantu mempertahankan bisnis. Pengendalian biaya yang baik dapat membantu memperbesar laba dengan penjualan yang sama atau bahkan dalam jumlah yang lebih kecil. Pemeriksaan yang baik terhadap biaya dimulai dengan bagian penjualan pada laporan laba/rugi. Memahami mengapa penjualan terjadi atau tidak terjadi sebagaimana yang direncanakan akan membantu lebih baik dalam memahami kinerja biaya-biaya tersebut di dalam bisnis. Hal pertama yang harus dicatat adalah apakah yang telah terjadi pada bulan tertentu, misalnya penjualan dengan jumlah besar yang sangat tidak biasa. Mungkin bulan yang seharusnya merupakan penurunan penjualan, tiba-tiba menjadi bulan yang menguntungkan, atau sebaliknya, barangkali cuaca yang buruk menyebabkan kelambatan pengiriman barang dan lesunya penjualan. Apabila tidak menyadari faktor-faktor yang memberikan dampak pada penjualan, mungkin anda akan membeli persediaan dalam jumlah yang terlalu banyak setelah terjadi situasi penjualan yang tidak normal. Hal itu dapat mengakibatkan Anda kehilangan 'laba'

apabila harus memangkas harga untuk membuang persediaan yang lama.

2. Penjualan.

Hasil penjualan atau pendapatan merupakan fungsi dari harga per satuan dikalikan dengan volume satuan. Oleh karena itu, peningkatan harga maupun volume satuan akan meningkatkan hasil rupiah penjualan. Apabila terjadi penurunan harga maupun volume (tanpa diimbangi dengan peningkatan di bidang lain), maka hasil rupiah penjualan pun akan menurun. Harga yang menurun tanpa diimbangi dengan peningkatan volume akan menghasilkan pendapatan yang rendah dan hampir selalu menghasilkan kerugian. Apabila anda merencanakan untuk mengambil diskon perdagangan untuk meningkatkan persediaan untuk sebuah penjualan khusus, namun tidak terdapat uang untuk diskon tersebut pada saat itu, dan apabila barang dagangan telah tiba sedangkan pelanggan tidak ada, maka akan terdapat kesulitan ganda.

a) Harga Pokok Penjualan (HPP)

Hal selanjutnya yang perlu dievaluasi dan diperiksa selain biaya adalah harga pokok penjualan (HPP). Teliti dan wasdai dengan seksama setiap peningkatan atau penurunan persentase penjualan bersih. Temukanlah sebab-sebab penurunan dan peningkatan tersebut, seperti pembelian barang-barang yang meningkatkan atau menurunkan harga. Mungkin hal itu berupa biaya pengangkutan yang meningkat, pembusukan, atau pengurangan yang diakibatkan oleh pencurian. Hal-hal semacam itu sering kali dianggap sebagai hal-hal yang sudah umum, tetapi keberhasilan bisnis ditentukan dengan memperhatikan hal-hal yang kecil pada bagian HPP ini. HPP sebaiknya dijabarkan ke dalam subbidang-subbidang khusus, seperti pengangkutan, biaya pembuatan, diskon (baik diambil atau tidak diambil dan sebagainya). Tinjauan yang baik terhadap HPP tersebut sebaiknya melibatkan pula

tagihan-tagihan terakhir dan membandingkannya dengan tagihan-tagihan sebelumnya untuk barang-barang dagangan yang sama, untuk menentukan dimana terjadi penyimpangan dan apa sebabnya.

b) Piutang dan Penagihan

Untuk menghasilkan uang, diperlukan biaya. Taktik yang digunakan adalah mempersingkat waktu antara komitmen kas dan penagihannya. Cara terbaik adalah dengan selalu memonitor biaya-biaya.

c) Biaya Tetap (Biaya yang tidak bergantung pada penjualan atau fixed expenses)

Biaya-biaya tetap, seperti sewa, bunga, asuransi, penyusutan, pajak, dan perizinan. Setiap biaya tetap harus disebarkan secara merata setiap bulannya dalam setiap tahun. Apabila hal ini telah dilakukan, peningkatan pada penjualan seharusnya menyebabkan peningkatan margin laba lebih cepat dibandingkan apabila biaya tersebut merupakan biaya variabel (yaitu biaya yang dikaitkan pada penjualan). Biaya tetap dapat memberikan keuntungan yang besar dari penjualan yang meningkat daripada biaya variabel. Sebaliknya juga terjadi apabila penjualan menurun dan biayanya adalah tetap dan tidak dapat dikurangi.

Pengendalian biaya tetap sebaiknya dilakukan dengan sebagai berikut:

- 1) Negosiasikan harga terbaik untuk semua produk dan jasa yang dibeli sejak awal, gunakan penawaran yang kompetitif,
- 2) Cobalah dengan melakukan pertukaran (barter),
- 3) Lakukan pembayaran hanya sebanyak dan sesering yang harus dilakukan, dan secara terus-menerus mencari harga yang lebih baik,
- 4) Jangan pernah membayar pada saat awal,

- 5) Anggaplah bahwa semua tenggang waktu pembayaran dapat ditawarkan/ (dinegosiasikan),
 - 6) Lakukanlah investasi, bukan menghamburkan uang.
- d) Biaya Variabel (sangat berkaitan dengan volume penjualan)

Biaya variabel meliputi upah, biaya iklan, pengiriman, pemasokan, telepon, iuran dan sumbangan, dan penggunaan (utilitas) lainnya. Biaya-biaya tersebut harus dianalisis untuk mengetahui keuntungan penjualan atau efisiensi biaya yang lain. Biaya-biaya tersebut diperbandingkan dengan data dan persentase per tahun. Persentase tersebut harus sejalandengan persentase industri dan pengalaman yang telah lampau. Apabila penjualan meningkat atau menurun, namun tidak dilakukan apapun untuk menyesuaikan biaya-biaya, maka diperlukan penanganan khusus.

Dengan menganalisis biaya variabel dapat menentukan nilainya, apakah biaya-biaya tersebut menciptakan penjualan atau meningkatkan margin. Hal ini sangat penting untuk membuat peramalan, perencanaan lini produk yang baru, perluasan usaha, dan sebagainya.

- 1) Laba bersih merupakan bagian akhir laporan.

Laba bersih mungkin terlihat baik, namun demikian mungkin terdapat persoalan yang disebabkan oleh variabel yang lain. Apabila beberapa biaya dikurangkan margin laba tidak meningkat, berarti telah terjadi sesuatu untuk mengimbangi peningkatan laba. Hal ini terjadi karena mungkin terdapat persoalan pada harga pokok penjualan.

- 2) Meningkatkan Keuntungan pada Biaya (*Return on Expense*)

Untuk memangkas biaya-biaya, dengan meningkatkan keuntungan pada biaya-biaya, dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu memeriksa: kebijakan piutang; pengeluaran kas; daftar gaji/upah; pengendalian persediaan; daftar penawaran; biaya pembelian.

B. Pengendalian Usaha

Bagi UMKM terdapat beberapa cara untuk mengendalikan bisnis. Berapayang terbaik di antaranya adalah dengan melakukan analisis keuangan dengan menyajikan rasio dan persentase serta menyajikan pula empat macam teknik untuk membantu dalam pengendalian bisnis. Dengan pengendalian usaha juga pemberian bantuan untuk meramalkan berapa banyak uang diperlukan untuk mempersiapkan penjualan, promosi, memperkenalkan lini produk baru, atau memperluas bisnis. Pengendalian terhadap bisnis memiliki dua manfaat. Pertama, pengendalian membantu meningkatkan apa yang sedang dikerjakan sekarang; dan kedua, pengendalian membantu mempersiapkan perluasan usaha atau perubahannya tanpa terjebak dalam kesulitan kas yang disebabkan tidak memiliki rencana untuk menjaga segala sesuatunya agar tetap seimbang.

Empat macam teknik untuk pengendalian usaha:

1. Analisis trend
2. Pembuatan format posisi kas,
3. Pembuatan laporan target,
4. Pembuatan jadwal usia piutang dagang.

Analisis Kecenderungan (*Trend Analysis*) Analisis kecenderungan sebagai metode sederhana dalam mencatat rasio dan biaya setiap bulan dan setiap tahunnya. Analisis ini membantu pebisnis UKM agar tetap berada dalam jalur yang benar, yaitu dengan memberikan peringatan untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan agar usaha bisnis berjalan dengan sukses. Empat format yang harus dibuat untuk membantu agar berhasil dalam melakukan bisnis.

1. Membantu dalam mencatat rasio-rasio setiap bulannya.
2. Membantu mencatat rasio-rasio per tahun.
3. Membantu mencatat berbagai pengeluaran setiap bulannya.
4. Membantu mencatat pengeluaran per tahunnya.

Buatlah salinan setiap format per bulan tersebut pada awal tahun bisnis. Berikan nama pada setiap kolom dengan nama bulan yang

bersangkutan. Catat rasio atau pengeluaran akhir bulan pada kolom yang disediakan dan segera akan segera diketahui tren bulanan, Pencatatan terhadap rasio dan biaya pada format tahunan akan menunjukkan trend tahunan. Kolom terakhir pada format tersebut sebaiknya mencatat tujuan atau rata-rata industri pada setiap rasio atau persentase pengeluaran. Hal ini akan memungkinkan diketahui seberapa baik melakukan usaha untuk mencapai tujuan tersebut.

Dengan melakukan pencatatan, dapat diperoleh urutan peristiwa mengenai seberapa baik bisnis ini. Catatan ini sangat baik untuk digunakan sebagai bahan tinjauan ulang beserta analisisnya, dan akan membantu dalam membuat perencanaan untuk masa yang akan datang. Format-format yang telah dibuat dapat sebagaimana dapat menggunakan trend untuk memahami bisnis dengan lebih baik. Pada contoh pertama tadi, format perbandingan rasio memberikan gambaran selama tiga tahun pada perusahaan XYZ sebagai pemasok perlengkapan gedung. Dengan asumsi bahwa pemilik perusahaan sedang mencoba untuk mencocokkan atau mendekati angka dalam rata-rata Industri.

BAB 9

PENETAPAN HARGA JUAL BARANG ATAU JASA

A. Tujuan Penetapan Harga Jual

Harga merupakan nilai tukar dari produk barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan mata uang (rupiah), Harga merupakan salah satu unsur marketing mix yang penting dalam pemasaran produk. UMKM perlu menetapkan harga jual secara cermat. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan menurunnya penjualan, sedangkan penetapan yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan usaha UMKM. UMKM menetapkan harga jual dengan beberapa tujuan antara lain:

1. Mendapatkan keuntungan. Dengan menetapkan harga jual tertentu pada suatu produk diharapkan UMKM akan mendapatkan keuntungan optimal.
2. Mempertahankan margin keuntungan pada tingkat tertentu. Dengan harga jual tertentu diharapkan keuntungan yang sudah direncanakan dapat dipertahankan sekaligus menutup biaya operasional, seperti beban gaji/ upah karyawan, beban tagihan listrik, air, pembelian bahan baku, beban angkut dan lain-lain.
3. Memenuhi Return on Investment (ROI). Pelaku UMKM pasti menginginkan modal yang ditanamkan dalam usaha dapat segera kembali. Penetapan harga jual yang cermat dapat mempercepat kembalinya modal (ROI).
4. Penguasaan pangsa pasar. Dengan penetapan harga jual yang kompetitif dapat mengalihkan minat konsumen yang dulunya menggunakan produk kompetitif di pasar. Hal ini dapat meningkatkan pangsa pasar.
5. Mempertahankan pangsa pasar. Pangsa pasar yang sudah dimiliki UMKM dapat terus dipertahankan dengan cara menetapkan harga produk yang cermat dan kompetitif.

B. Metode Penetapan Harga Jual

Secara umum UMKM dapat menetapkan harga jual atas produknya dengan dua pendekatan, yaitu pendekatan pasar dan pendekatan beban.

1. Pendekatan Pasar

Dalam pendekatan ini, proses penetapan harga jual dapat dilakukan dengan dua cara:

- a. Harga ditetapkan setelah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kesepakatan harga ini tentunya didahului oleh proses tawar menawar. Penjual akan menurunkan harga yang ditawarkan, sedangkan pembeli akan menurunkan harga yang diminta. Proses tawar menawar ini akan berlangsung terus sampai akhirnya harga yang diinginkan ke dua belah pihak bertemu dalam bentuk harga kesepakatan (keseimbangan).
- b. Harga produk ditetapkan setelah mempertimbangkan variabel-variabel yang mempengaruhi harga dan pasar. Variabel-variabel tersebut antara lain kondisi politik, sosial, budaya, persaingan dan lain-lain. Pada saat mendekati hari raya Idul Fitri, misalnya, harga produk garmen melejit naik dibanding dengan hari-hari biasa. Kenaikan harga BBM, akan diikuti dengan kenaikan tarif angkutan naik dan produk-produk lainnya.

Bagi UMKM yang menetapkan harga jual dengan menggunakan pendekatan pasar, perlu mengetahui berapa beban minimal produk yang ditawarkan. Dengan mengetahui beban tersebut, UMKM nantinya dapat mengambil keputusan secara tepat, yaitu sekiranya menyepakati harga dengan pembeli tidak menderita kerugian.

2. Pendekatan beban

Dalam pendekatan ini harga jual ditentukan dengan cara menghitung beban yang dikeluarkan ditambah keuntungan yang diinginkan. Keuntungan ini dapat ditetapkan dalam bentuk jumlah rupiah atau dalam bentuk persentase (4) keuntungan. Ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual dengan

pendekatan beban, antara lain pendekatan costi-plus pricing dan pendekatan time & material pricing.

a. Pendekatan *Cost-Plus Pricing*

Pendekatan costi-plus pricing sering dipakai pada usaha di bidang perdagangan dan industri. Dalam pendekatan ini harga jual dihitung sebesar beban yang dikeluarkan (expenses) ditambah markup sebesar persentase tertentu dari beban tersebut.

Beban yang dijadikan dasar perhitungan harga jual dapat berupa beban produksi penuh (full costing), beban penuh (fill cost), beban produksi variabel (variable production costing) dan beban variabel (variable costing).

Adapun untuk menentukan besarnya mark-up, salah satu cara yang digunakan adalah dengan menggunakan Return on Investment (ROI). ROI merupakan perkalian antara perbandingan laba bersih dengan penjualan dan perbandingan penjualan dengan rata-rata aset. ROI dapat digambarkan sebagai berikut:

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata-rata Aset Operasional}}$$

Contoh 1

Selama tahun 2021 JAYA ABADI menargetkan produksi dan penjualan sebanyak 1.000.000 unit dengan menggunakan aset senilai Rp75.000.000. Tingkat ROI yang diharapkan adalah 30%. Adapun beban yang dikeluarkan adalah sebagai berikut:

	Total	Per Unit
Beban Bahan	Rp. 15.000.000	Rp. 15
Upah Tenaga Kerja	12.000.000	12
Beban Produksi Lain Variabel	12.000.000	12
Beban Produksi Lain Tetap	21.000.000	21

Beban Penjualan dan Administrasi Variabel	6.000.000	6
Beban Penjualan dan Administrasi Tetap	3.000.000	3
Jumlah	Rp. 69.000.000	Rp. 69

Usaha Jaya Abadi ingin menentukan harga jual dengan menggunakan dua alternatif: a) beban produksi penuh dan b) beban produksi variabel.

Apabila JAYA ABADI mendasarkan pada beban produksi penuh maka beban yang digunakan untuk menghitung harga jual adalah sebagai berikut:

Beban Bahan	Rp. 15
Upah Tenaga Kerja	12
Beban Produksi Lain (Variabel + Tetap)	<u>38 +</u>
Beban Produksi Penuh per unit	Rp. 60

Mark-Up dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} \%Mark - up &= \frac{(ROI \times \text{Aset Tetap}) + \text{Beban Selain Beban Produksi}}{(\text{Volume dalam Unit}) \times (\text{Beban Produksi atau Unit})} \\ &= \frac{(30\% \times \text{Rp } 75.000.000) + 9.000.}{1.000.000 \text{ Unit} \times \text{Rp } 60} \\ &= \frac{\text{Rp } 31.500.000}{\text{Rp } 60.000.000} \\ &= 52,5\% \end{aligned}$$

Berdasarkan beban produksi penuh dan persentase (?) mark-up di atas, JAYA ABADI kemudian menentukan harga jual sebagai berikut:

Beban produksi penuh perunit	Rp. 60
Mark-up (52,55 x Rp. 60)	<u>Rp. 315</u>
Harga Jual	Rp. 21

Jika JAYA ABADI mampu menjual seluruh produknya (1.000.000 unit) dengan harga Rp. 91,5, maka dapat dibuat laporan laba rugi sebagai berikut:

JAYA ABADI
Laporan Laba Rugi
Periode Berakhir 31 2021

Penjualan (1.000.000 x Rp. 91,5)	Rp.
	91.500.000
Beban pokok penjualan (HPP)	<u>60.000.000</u>
Laba kotor	31.500.000
Beban penjualan dan administrasi dan umum	<u>9.000.000</u>
Laba bersih	Rp.
	22.500.000

Keterangan:

- 1) HPP sebesar Rp60.000.000 terdiri dari unsur beban bahan Rp15.000.000, upah tenaga kerja Rp12.000.000, beban produksi variabel dan tetap lain masing-masing Rp12.000.000 dan Rp 21.000.000.
- 2) Beban penjualan dan administrasi dan umum Rp9.000.000 terdiri dari beban penjualan dan administrasi dan umum variabel Rp6.000.000 dan beban penjualan dan administrasi dan umum tetap Rp3.000.000.

ROI sebesar 30% dapat dibuktikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{ROI} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata - rata Aktivitas Operasi}} \\
 &= \frac{22.500.000}{91.500.000} \times \frac{91.000.000}{75.000.0000} \\
 &= 24,5\% \times 1,22 \\
 &= 30\%
 \end{aligned}$$

Apabila JAYA ABADI mendasarkan pada beban produksi variabel, maka beban yang digunakan untuk menghitung harga jual adalah:

Beban bahan per unit	Rp. 15
Upah tenaga kerja perunit	12
Beban produksi lain variabel perunit	<u>12</u>
	Rp. 39

Mark-up dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} \%Mark - up &= \frac{(ROI \times \text{Aset Tetap}) + \text{Beban Selain Beban Produksi}}{(\text{Volume dalam Unit}) \times (\text{Beban Produksi atau Unit})} \\ &= \frac{(30\% \times \text{Rp } 75.000.000) + 30.000.000}{1.000.000 \text{ Unit} \times \text{Rp } 39} \\ &= \frac{\text{Rp } 51.500.000}{\text{Rp } 39.000.000} \\ &= 135 \end{aligned}$$

Berdasarkan beban produksi variabel dan persentase *Mark-Up* tersebut, JAYA ABADI menghitung harga jual sebagai berikut:

Beban produksi variabel perunit	Rp. 39
Mark-Up (135 x Rp. 39)	<u>52,6</u>
Harga jual	Rp. 91,6

Jika JAYA ABADI mampu menjual seluruh produksinya (1.000.000 unit) dengan harga Rp. 91,6 maka dapat dibuat laporan laba rugi sebagai berikut:

JAYA ABADI
Laporan Laba Rugi
Periode Berakhir 31 Desember 2022

Penjualan (1.000.000 x Rp. 91,6)	Rp. 91.600.000
Beban pokok penjualan (HPP)	60.000.000
Laba kotor	31.600.000

Beban penjualan, administrasi dan umum	9.000.000
Laba bersih Rp	Rp. 22.600.000

Dari contoh di atas dapat disimpulkan sebagai berikut, apabila USAHA ANTERO menargetkan produksi dan penjualan Rp. 1.000.000 unit dengan menggunakan aset Rp75.000.000 dan mengharapkan ROI 3095, maka jumlah unit produk tersebut harus dijual dengan harga Rp91,5 perunit (dengan pendekatan beban produksi penuh) atau dengan harga Rp91,6 perunit (dengan pendekatan beban produksi variabel

Contoh 2

Bapak Zainul bermaksud mendirikan warung bakso dengan menginginkan keuntungan 305. Beberapa jenis beban yang akan dikeluarkan diperkirakan sebagai berikut:

No.	Jenis Beban	Jumlah
1	Beban Bahan Baku (daging sapi, tepung, mie dan lain-lain)	Rp 2.000.000
2	Beban Penolong (saus, kecap, krupuk, pangsit, dan lain-lain)	300.000
3	Beban Tetap (upah karyawan, sewa tempat, listrik, dan lain-lain)	175.000
	Total Beban	Rp 2.475.000

Apabila diperkirakan 1 hari terjual 450 mangkok, maka harga jual yang ditetapkan permangkok dapat dihitung sebagai berikut:

Total beban	Rp 2.475.000
Jumlah produksi (mangkok)	450

terjual	
Beban produksi permangkok (Rp2.475.000 : 450)	5.500
Keuntungan yang diinginkan (Rp5.500 x 2546)	1.375
Harga jual	7.000 (dibulatkan)

Pada UMKM perdagangan, beban produksi yang meliputi bahan, upah tenaga kerja dan beban produksi lainnya (tetap dan variabel) diganti dengan nilai pembelian. Nilai pembelian dapat dihitung perunit dan merupakan beban variabel. Sebagai contoh Bapak Roni memiliki toko yang menjual aneka jajanan dan kue pagi. Jajanan dan kue tersebut dibeli dari para pemasok dengan harga rata-rata Rp2.000 perkue. Apabila Bapak Roni menginginkan keuntungan Rp500 perkue maka harus menjual perkue dengan harga Rp2.500. Meskipun demikian harga jual Rp2.500 tersebut hanya menghasilkan keuntungan kotor (laba kotor) karena belum memperhitungkan beban tetap seperti upah karyawan, sewa toko, makan, minum dan lain-lain.

b. Pendekatan Time and Material Pricing

Penetapan harga jual dengan pendekatan time and material pricing sering dipakai pada bidang usaha jasa seperti usaha perbengkelan, percetakan, jasa profesi: akuntansi, dokter, dan usaha jasa lainnya. Pendekatan ini menggunakan dua tarif. Tarif pertama mendasarkan pada waktu tenaga kerja langsung, yaitu tarif perjam tenaga kerja langsung. Tarif ini dihitung dari tiga unsur beban berikut: (1) beban (upah) tenaga kerja langsung termasuk gaji dan tunjangan tambahan lainnya: (2) beban penjualan dan administrasi, (3) laba yang diinginkan. Tarif kedua mendasarkan pada bahan (komponen). Yang termasuk dalam komponen bahan

meliputi harga beli bahan, beban yang dikeluarkan sampai siap dimanfaatkan dan laba yang diinginkan.

Contoh, sebuah bengkel sepeda motor membayar tenaga kerja langsung sebesar Rp10.000 perjam ditambah tunjangan Rp1.000 perjam. Usaha bengkel tersebut mengeluarkan beberapa beban bulanan sebagai berikut:

Gaji pengawas	Rp. 850.000
Bahan persediaan	350.000
Penyusutan aktiva tetap	1.000.000
Macam-macam beban administrasi dan penjualan	1.500.000
Jumlah	Rp. 3.700.000

Rata-rata tenaga kerja langsung bekerja selama 2.000 jam setiap bulan dengan laba yang diinginkan Rp1.000 perjam. Biaya pemasangan komponen motor (spare-part) diperkirakan 25% dari harga faktur komponen tersebut, sedangkan laba yang diinginkan 20%. Apabila ada seorang pelanggan menghabiskan waktu jasa reparasi 2 jam dan membutuhkan komponen (spare-part) yang harga belinya Rp30.000, maka tarif perjam, tarif bahan dan harga yang dibebankan kepada pelanggan adalah sebagai berikut:

Tarif perjam dihitung sebagai berikut:

Total upah perjam	Rp. 11.000
Beban-beban lain perjam (Rp. 3.700.000 : 2.000)	1.850
Laba yang diinginkan	1.000
Tarif perjam	Rp. 13.850

Tarif bahan dihitung sebagai berikut:

Bahan (komponen) yang digunakan	Rp. 30.000
Beban lain berkaitan dengan komponen (255 x 30.000)	7.500
Laba yang diinginkan (204 x 30.000)	6.000
Tarif bahan	Rp. 43.500

Harga jual yang dibebankan kepada pelanggan adalah sebagaiberikut:

Jumlah jam kerja (2 x Rp. 13.850)	Rp. 27.700
Jumlah beban bahan	<u>43.500 +</u>
Harga jual	Rp. 71.200

BAB 10

ANALISIS *BREAK EVENT POINT*

A. Pengertian Analisis BEP

Analisis BEP (*Break Event Point*) terkadang diartikan dengan istilah analisis pulang pokok, analisis even, atau beban-volume-laba. Analisis BEP merupakan suatu cara analisis dengan mempelajari hubungan antara beban variabel, laba dan volume kegiatan (produksi/ penjualan). Dengan demikian, dalam analisis ini, paling tidak, ada tiga unsur yang harus dipertimbangkan,

1. Beban
2. Volumen Kegiatan
3. Laba

Berkaitan dengan beban, analisis BEP mengharuskan beban dibagi menjadi dua yaitu:

1. beban variabel

Beban variabel adalah beban yang dipengaruhi oleh volume penjualan atau dipengaruhi oleh produksi. Contoh bahan baku, bayar telepon dan air.

2. beban tetap.

Beban tetap adalah beban yang tidak dipengaruhi oleh volume penjualan atau tidak dipengaruhi oleh produksi. Contoh sewa kios, sewa peratan dan pajak bangunan.

Dengan mengetahui beban tetap dan beban variabel, pelaku UMKM dapat mengetahui dan memperkirakan jumlah produksi atau jumlah penjualan yang akan menghasilkan jumlah keuntungan tertentu. Mereka dapat menentukan tingkat produksi dan penjualan yang akan dihasilkan nilai BEP atau menghasilkan keuntungan yang hanya dapat menutup beban tetapnya. Dengan analisis BEP, pelaku UMKM akan mengetahui dan memperkirakan beban dan tingkat penjualan sehingga dapat menghindari kerugian.

Secara umum dengan analisis BEP, pelaku UMKM dapat mengetahui hal-hal sebagai berikut

1. Margin kontribusi atas unit atau kuantitas produk yang akan dijual
2. Jumlah unit minima yang harus terjual agar tercapai kondisi Impas, yaitu beban yang dikeluarkan sama dengan penjualan yang dihasilkan.
3. Harga jual produk yang dapat menutup total beban, baik beban tetap ataupun beban variabel.

Contoh: untuk membuat mebel, PUTRA 3 mempekerjakan 6 orang tukang untuk membuat rangka dan 3 orang untuk bagian finishing. Setiap 1 stel rangka mebel dibutuhkan bahan baku kayu senilai Rp. 200.000, upah tukang Rp. 100.000 dan biaya produksi lainnya Rp50.000. Beban tetap bulanan yang dihitung antara lain beban listrik dan beban telepon Rp350.000 dan penyusutan peralatan Rp150.000. Setiap 1 stel rangka mebel dijual dengan harga Rp400.000. Perhitungan tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

Harga jual perstel (rangka) mebel	Rp. 400.000
Beban variabel (perstel):	
Bahan baku kayu	200.000
Upah tenaga kerja	100.000
Beban produksi lainnya	50.000 +
Jumlah beban variabel	350.000
Beban tetap:	
Beban listrik, telepon dan lain-lain	350.000
Beban penyusutan peralatan	150.000
Jumlah beban tetap	Rp. 500.000

B. Penentuan Margin Kontribusi

Margin kontribusi merupakan selisih antara hasil penjualan dan total biaya variabel. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

$$\boxed{\text{Harga Jual}} - \boxed{\text{Beban Variabel}} = \boxed{\text{Margin Kontribusi}}$$

Margin kontribusi yang bernilai positif berarti hasil penjualannya mampu menutup beban variabel dan sebagian beban tetapnya. Apabila margin kontribusi melebihi beban tetap maka kelebihanannya merupakan laba.

Apabila dikaitkan dengan unit barang yang terjual, pengusaha UMKM dapat menghitung margin kontribusi per unit, yaitu total rupiah margin kontribusi dibagi dengan total unitnya. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut ini.

$$\boxed{\text{Harga Jual Per Unit}} - \boxed{\text{Beban Variabel Per Unit}} = \boxed{\text{Margin Kontribusi Perunit}}$$

Gambar Margin Kontribusi per Unit

Misalnya apabila diketahui margin kontribusi per unit adalah Rp150, maka dapat diartikan bahwa setiap unit barang yang terjual memberi kontribusi Rp150 untuk menutup beban tetap. Dengan mengetahui margin kontribusi per unit, pengusaha UMKM dapat mengetahui dengan cepat berapa unit barang yang harus terjual agar seluruh beban tadi tertutupi.

Contoh, berdasarkan kasus UMKM FURNITUR di atas, apabila pada bulan Maret tahun berjalan produk mampu terjual 20 stel, maka margin kontribusi dapat dihitung sebagai berikut:

	Total	Per Unit (Stel)
Penjualan	Rp. 8.000.000	Rp. 400.000
Beban Variabel	7.000.000	350.000
Margin Kontribusi	<u>Rp. 1.000.000</u>	<u>Rp. 50.000</u>
Beban tetap	500.000	
Laba bersih	<u>Rp. 500.000</u>	

Hasil perhitungan di atas menjelaskan bahwa:

1. Total margin kontribusi berjumlah Rp1.000.000, sedangkan beban tetap sebesar Rp500.000 sehingga laba bersihnya sebesar Rp500.000.
2. Margin kontribusi per unit sebesar Rp50.000. dapat diartikan bahwa setiap unit barang yang terjual memberi kontribusi Rp50.000 untuk menutup beban tetapnya.

C. Penetapan Titik (Nilai) Impas

Mantaat lain analisis impas adalah dapat menentukan jumlah unit dan penjualan minimal agar tercapai kondisi impas, yaitu kondisi dimana suatu usaha tidak mengalami keuntungan atau kerugian. Nilai yang menghasilkan kondisi impas baik dalam bentuk kuantitas ataupun jumlah rupiah dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Impas (dalam Unit)} = \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$$

$$\text{Nilai Impas (dalam Rp)} = \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Rasio}}$$

Margin kontribusi rasio merupakan perbandingan antara margin kontribusi dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan bahwa terdapat

persentase (?) rupiah dari Rp1 penjualan yang dapat digunakan untuk menutup beban tetap dan laba.

Berdasarkan contoh PUTRA 3 di atas nilai impas dalam unit dan dalam rupiah dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Nilai Impas (dalam Unit)} &= \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp. 500.000}}{\text{Rp. 50.000}} \\ &= 10 \text{ Unit}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai Impas (dalam Rp)} &= \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Rasio}} \\ &= \frac{\text{Rp. 500.000}}{\text{Rp. 1.000.000 / Rp. 8.000.000}} \\ &= \frac{\text{Rp. 500.000}}{12.5\%} \\ &= \text{Rp. 4.000.000}\end{aligned}$$

Hasil tersebut menjelaskan bahwa PUTRA 3 minimal harus menjual produknya (rangka) sebesar Rp4.000.000 atau 10 unit sebulan agar mengalami kondisi impas (tidak untung dan tidak rugi)

D. Penetapan Penjualan dengan Laba Tertentu

Analisis impas juga dapat digunakan untuk merencanakan laba. Apabila pengusaha UMKM sudah menghitung dan merencanakan laba yang diinginkan, maka pengusaha tersebut dapat merencanakan tingkat penjualan yang dapat menghasilkan laba tersebut dengan rumus:

$$\text{Nilai Impas (dalam Rp)} = \frac{\text{Beban Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

Berdasarkan kasus PUTRA 3 di atas, apabila perusahaan menargetkan laba Rp. 500.000, maka jumlah unit (rangka) yang seharusnya terjual adalah:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Impas (dalam Rp)} &= \frac{\text{Beban Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp. 500.000} + \text{Rp. 500.000}}{\text{Rp. 50.000}} \\ &= 20 \text{ Unit} \end{aligned}$$

Dengan harga perunit Rp. 400.000 (lihat contoh PUTRA 3) maka UMKM tersebut harus menjual 20 unit atau sebesar Rp8.000.000, yaitu Rp 400.000 x 20 unit agar menghasilkan laba Rp500.000.

Apabila UMKM FURNITUR tetap menargetkan laba Rp500.000, tetapi dengan menaikkan harga jual dari Rp400.000 perunit menjadi Rp450.000 perunit, maka UMKM tersebut harus menjual produknya sebanyak 10 unit dengan keterangan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Impas (dalam Rp)} &= \frac{\text{Beban Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp. 500.000} + \text{Rp. 500.000}}{\text{Rp. 1000.000}} \\ &= 10 \text{ Unit} \end{aligned}$$

Atau harus menjual sebesar Rp4.500.000, yaitu harga jual (Rp. 450.000) x 10 Unit). Margin kontribusi perunit sebesar Rp100.000 dapat dicari dengan cara sebagai berikut:

Keterangan	Per Unit (Stel)
Penjualan	Rp. 450.000
Beban Variabel	<u>350.000</u>
Margin Kontribusi	Rp. 100.000

BAB 11

ANALISIS PERMODALAN USAHA

A. Sumber Permodalan

Salah satu persoalan mendasar yang dihadapi UMKM adalah permodalan. Pengusaha UMKM sering dihadapkan pada permasalahan bagaimana cara mendapatkan dana usaha. Suatu usaha yang dibangun UMKM tidak akan berkembang secara cepat tanpa didukung oleh jumlah modal yang cukup. Modal dapat diibaratkan sebagai jantung dalam tubuh manusia, yang dengannya organ tubuh dapat digerakan sehingga tubuh dapat beroperasi secara normal. Modal dalam hal ini diartikan sebagai dana yang digunakan pengusaha UMKM untuk kegiatan operasi usaha baik dalam bentuk kas ataupun di luar kas. UMKM dapat memperoleh modal dari beberapa sumber, antara lain:

1. Dana milik pribadi.

Calon pengusaha UMKM dapat membuka usaha pertama kali dengan dana (uang tunai) yang dimilikinya. Dana tersebut dapat berasal dari dana tabungan atau dana dari hasil penjualan barang (aktiva) yang dimiliki. Dana tabungan dapat berasal dari sisa dana pengeluaran rutin yang disimpan selama beberapa tahun atau dari dana yang diterima secara dadakan seperti dana pensiunan atau dana PHK. Dana tabungan tersebut meskipun jumlahnya terbatas tapi dapat digunakan untuk membuka usaha. Tentunya harus mempertimbangkan jenis usaha yang dapat dicukupi dengan dana tabungan tersebut. Kadang-kadang ada usaha yang dianggap pelakunya sebagai usaha sampingan. Dalam artian, orang tersebut masih aktif bekerja pada

perusahaan, kemudian membuka usaha lain selain dari pekerjaan utamanya. Bagi calon pengusaha UMKM yang menjadikan usahanya sebagai kegiatan utama, mereka harus serius dan efisien atas setiap kegiatan yang didanai dengan modal tersebut.

Calon pengusaha UMKM juga dapat membuka usaha dengan modal yang berasal dari hasil penjualan aset yang dimiliki. Di beberapa daerah kadang-kadang orang membuka industri rumah tangga dengan menjual tanah (sawah) yang dimiliki.

Pada prinsipnya usaha yang dijalankan dengan modal yang berasal dari dana pribadi adalah terbatas. Oleh karena itu perlu mencari tambahan modal dengan menggunakan alternatif sumber pendanaan yang lain seperti usaha bersama, pinjaman dan lain-lain. Hal lain juga yang perlu diperhatikan adalah apabila dalam 1 periode, usaha UMKM menghasilkan keuntungan, maka keuntungan tersebut tidak dikonsumsi semuanya. Ada sebagian keuntungan yang ditahan dan ditambahkan pada modal awalnya. Keuntungan yang ditahan ini nantinya digunakan untuk menambah produksi pada periode berikutnya.

2. Pegadaian

Calon pengusaha UMKM dapat memperoleh dana untuk usaha dengan menggadaikan barang (harta) yang dimiliki. Menggadaikan barang adalah kegiatan mendapatkan dana kas dengan cara menyerahkan barang yang digadaikan statusnya tergantung pada kesepakatan, dapat menjadi milik pegadaian atau dapat tetap ditebus pemiliknya selama pemilik mampu membayar jasa dan pokok dananya.

Pegadaian formal mempunyai kegiatan usaha dengan produk dan jenis layanan beragam. Beberapa produk layanan yang diberikan kepada UMKM antara lain krasida dan kreasi.

a. Krasida

Krasida merupakan kredit (pinjaman) angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem gadai. Beberapa keunggulan produk pegadaian ini antara lain:

- 1) Prosedur pengajuan sangat mudah, yaitu calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan emas atau mobil.
- 2) Pinjaman mulai dari Rp.1.000.000,- hingga Rp.250.000.000
- 3) Pinjaman bisa mencapai 95% dari nilai taksiran agunan.
- 4) Sewa Modal relatif murah dengan angsuran tetap per bulan.
- 5) Jangka waktu pinjaman fleksibel. Dengan pilihan jangka waktu 6, 12, 24, 36 bulan.
- 6) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal.

Untuk mendapatkan produk pegadaian Krasida, calon nasabah diharuskan melengkapi beberapa persyaratan antara lain:

- 1) Fotocopy KTP dan kartu keluarga
- 2) Menyerahkan dokumen yang sah
- 3) Menyerahkan Barang Jaminan berupa perhiasan emas atau kendaraan bermotor

- 4) Untuk agunan berupa kendaraan bermotor, dilengkapi dengan dokumen kepemilikan (BPKB)

b. Kreasi

Kreasi adalah kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem Fidusia. Sistem Fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. Kreasi memiliki keunggulan di antaranya:

- 1) Prosedur pengajuan kredit sangat cepat dan mudah. Agunan cukup BPKB kendaraan bermotor
- 2) Pinjaman mulai dari Rp.1,000,000 hingga Rp.200,000,000
- 3) Proses kredit hanya butuh 3 hari, dan dana dapat segera cair
- 4) Sewa Modal (bunga pinjaman) relatif murah dengan angsuran tetap per bulan
- 5) Jangka waktu pinjaman fleksibel. Dengan pilihan jangka waktu 12,18,24,36 bulan
- 6) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal

Untuk mendapatkan produk pegadaian Kreasi, calon nasabah diharuskan melengkapi beberapa persyaratan antara lain:

- 1) Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 (satu) tahun
- 2) Fotocopy KTP, Kartu Keluarga, dan Surat Nikah (jika sudah menikah)

- 3) Menyerahkan dokumen yang sah
- 4) Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, fotocopy STNK dan Faktur Pembelian)

Pada tahun 2008, pegadaian formal membuka program pegadaian baru yang dikenal dengan istilah “Pegadaian Syariah”. Program Pegadaian Syariah lebih tentram dan lebih selamat dibandingkan dengan program pegadaian konvensional. Hal ini karena program Pegadaian Syariah terhindar dari transaksi yang ribawi. Sebagaimana halnya pegadaian konvensional, pegadaian syariah juga memiliki produk dan jenis layanan beragam. Diantaranya adalah produk layanan yang diberikan kepada UMKM, yaitu ARRUM dan Rahn Tasjily Tanah.

c. ARRUM

Melalui pembiayaan ARRUM (Ar Rahn Untuk Usaha Mikro) para pengusaha kecil akan mendapatkan modal usaha dengan jaminan kendaraan. Produk ini memiliki keunggulan antara lain:

- 1) Layanan tersedia di outlet Pegadaian Syariah di Seluruh Indonesia.
- 2) Prosedur pengajuan Marhun Bih (pinjaman) mudah.
- 3) Agunan cukup BPKB kendaraan bermotor
- 4) Proses Marhun Bih (pinjaman) hanya butuh 3 hari
- 5) Mu'nah per bulan (biaya pemeliharaan jaminan) hanya 0,79 dari nilai jaminan
- 6) Pilihan jangka waktu pinjaman dari 12, 18, 24, 36 bulan.
- 7) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.

Persyaratan untuk mendapatkan produk ARRUM antara lain:

- 1) Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 (satu) tahun
- 2) Fotocopy KTP dan kartu keluarga
- 3) Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, fotocopi).

d. Rahn Tasjily Tanah

Rahn Tasjily Tanah adalah fitur produk Pegadaian Syariah Rahn yang jaminannya berupa bukti kepemilikan tanah atau sertifikat tanah ditujukan kepada Petani dan Pengusaha Mikro. Tanah tersebut adalah tanah produktif yang di atasnya adalah tanah pertanian atau kandang ternak permanen yang memberikan hasil yang dapat diperjualbelikan. Produk Rahn Tasjily Tanah memiliki keunggulan antara lain: tersedia di outlet Pegadaian Syariah, untuk petani dan pengusaha mikro, Pinjaman (marhun bih) mulai dari Rp juta s.d. Rp 200 juta, angsuran dengan skema yang fleksibel dan berdasarkan prinsip syariah.

Untuk mendapatkan produk layanan ini, calon debitur harus menyerahkan sejumlah dokumen antara lain foto KTP dan identitas lainnya, sertifikat tanah dengan status hak milik, IMB jika di atasnya terdapat bangunan, dan fotocopi pembayaran PBB terakhir.

3. Pinjaman tanpa agunan (non formal)

Mendanai UMKM dapat juga dilakukan dengan pinjaman yang diperoleh tanpa jaminan (agunan). Pinjaman tanpa agunan diperoleh melalui beberapa sumber, antara lain saudara, teman,

lembaga non formal di sekitar rumah, kartu kredit, kredit tanpa agunan di bank, koperasi dan lembaga keuangan formal lainnya.

Apabila calon pengusaha UMKM mau meminjam dana dari keluarga, maka pengusaha tersebut harus mempertimbangkan banyak hal. Calon pengusaha tersebut harus datang ke rumah saudaranya pada waktu yang tepat dan memahami kondisinya. Pengusaha tersebut harus datang dengan baik-baik dan mengungkapkan maksud dan alasannya secara jelas. Calon pengusaha tersebut nantinya harus mengembalikan dana yang dipinjaminya sesuai dengan janjinya dan memberikan uang tambahan sebagai rasa terima kasih. Apabila dalam waktu yang telah dijanjikan, calon pengusaha tersebut tidak dapat melunasi pinjamannya, dia harus datang, meminta maaf dan mengutarakan alasannya kepada saudara tersebut.

Hal-hal tersebut juga perlu dipertimbangkan apabila calon pengusaha UMKM mau meminjam dana kepada temannya. Adapun hal lain yang perlu dipertimbangkan adalah memelihara kepercayaan yang diberikan teman tersebut. Apabila seorang teman merasa dihianati, misalnya pada tanggal yang telah dijanjikan, calon pengusaha UMKM tidak melunasi dan tidak memberikan konfirmasi, maka teman tersebut biasanya tidak percaya lagi. Akibatnya adalah teman tersebut tidak mau lagi memberi pinjaman di kemudian hari.

Kadang-kadang tetangga juga menawari pinjaman kepada orang yang membutuhkan dana. Tetangga tersebut biasanya ketika menawari pinjaman akan mengenakan bunga yang cukup tinggi. Lebih-lebih kalau dalam pelunasan angsurannya mengalami