

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Usaha Kecil Menengah

1. Pengertian UKM

Usaha merupakan bentuk tindakan dari seseorang yang kreatif dalam membangun suatu produk dari yang semula belum ada. Usaha merupakan bentuk pemanfaatan pada potensi dan peluang yang ada dengan sumber daya yang mendukung. Usaha juga memerlukan sebuah keberanian untuk menerima resiko dan hambatan yang diperhitungkan.¹ Melalui pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwasannya Usaha Kecil Menengah merupakan suatu bentuk usaha pemanfaatan sumber daya dengan memanfaatkan peluang yang ada dalam skala kecil dan menengah.

UKM atau Usaha Kecil Menengah merupakan suatu usaha yang didirikan dan dikelola oleh individu dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 dan belum termasuk asset berupa tanah dan bangunan.² Adapun menurut jumlah pekerjanya, Badan Pusat Statistik mendefinisikan UKM sebagai usaha yang mempunyai pekerja antara

¹Tejo Nurseto, “Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh”, *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol. 1, no. 1, 2014, 3.

²Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*, (Jogjakarta: Laksana, 2014), 12.

lima hingga sembilan belas pekerja untuk usaha kecil dan dua puluh sampai sembilan puluh sembilan pekerja untuk usaha menengah.³

Adapun pengertian UKM pada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai berikut:⁴

- a. Usaha mikro merupakan bentuk usaha yang produktif yang dikuasai dan dikelola oleh perorangan yang memiliki kriteria dalam usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha kecil merupakan usaha dalam bidang ekonomi yang produktif dan berdiri sendiri. Dikelola dan dijamin oleh perorangan maupun badan usaha yang bukan anak perusahaan dan bukan cabang dari suatu perusahaan dari usaha menengah atau usaha besar dan memenuhi kriteria usaha kecil dalam undang-undang ini.
- c. Usaha kecil dan menengah ialah usaha dengan kegiatan atau aktifitas yang tidak terlalu besar, memiliki manajemen yang sederhana, modal terbatas dan jangkauan pasar yang masih belum meluas.
- d. Usaha menengah merupakan usaha dalam sektor ekonomi yang produktif yang berdiri sendiri. Usaha menengah dikelola oleh perseorangan dan bukan anak usaha atau cabang usaha dari usaha menengah dan usaha besar dengan jumlah asset dan kekayaan hasil

³ Antara, *Pemerintah Akan Canangkan 2004 Sebagai Tahun kebangkitan UKM*, Kompas tanggal 19 April, Jakarta, 2004, 6.

⁴*Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, (Yogyakarta: Pustaka Mahardika, 2013), 3.

penjualan di setiap tahun sebagaimana yang tertera pada undang-undang ini.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat kita simpulkan bahwa Usaha Kecil Menengah merupakan bentuk usaha perekonomian yang dikelola dan dimiliki oleh perseorangan. UKM memiliki aset yang tidak melebihi Rp. 200.000.000,00. Jumlah pekerja pada UKM tidak melebihi angka 99 pekerja.

Usaha Bougenville yang ada di Desa Dukuh tergolong kedalam Usaha Kecil Menengah dikarenakan aset yang dimiliki oleh setiap usaha tidak melebihi angka Rp. 200.000.000,00. Adapun tenaga atau karyawan yang dimiliki oleh setiap usaha hanya berada diantara 10-20 pekerja. Oleh karena itu, peneliti mengambil istilah UKM dalam judul penelitian ini.

2. Karakteristik UKM

Adapun karakteristik yang dimiliki oleh Usaha Kecil Menengah ialah sebagai berikut:⁵

- a. Bahan baku atau bahan utama dapat diperoleh dengan gampang atau mudah.
- b. Teknologi yang diperlukan dalam pelaksanaan usahanya tergolong sederhana dan mudah di operasikan.

⁵ Arief Rahmana, *Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatang Daya Saing Usaha Kecil Menengah, Seminar Teknologi Informasi (SNATI)*, ISSN: 1907-5022, Yogyakarta, 2019, 24.

- c. Pkerjanya memiliki kemampuan mendasar yang turun temurun dalam masyarakat.
- d. UMKM merekrut pekerja dari masyarakat sekitar yang dapat dikategorikan lumayan besar.
- e. Mempunyai pasar yang lumayan luas. Produk dari UMKM biasanya tersebar di pasar lokal dan memungkinkan untuk dipasarkan di pasar internasional dengan sistem ekspor.
- f. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

3. Permasalahan Usaha Kecil Menengah

Adapun beberapa hambatan dan permasalahan yang dihadapi oleh sebagian besar Usaha Kecil Menengah ialah sebagai berikut:⁶

a. Faktor Internal

1) Terbatasnya sumber daya manusia

Kebanyakan UKM merupakan usaha yang berkembang dan tumbuh dengan proses yang tradisional. Beberapa UKM juga diwariskan dengan cara yang telah turun temurun. Terbatasnya SDM pada UKM merupakan permasalahan pendidikan baik yang diperoleh secara formal maupun non formal. Pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh UKM pun masih terbatas dan sulit berkembang.

⁶Moh. Munir, "Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Penciptaan Lapangan Kerja Baru", *Modernisasi*, Vol. 1, No. 2, Juni 2015, 125-127.

2) Jaringan usaha yang lemah

Usaha Kecil dan Menengah merupakan usaha perseorangan dimana usaha tersebut dikelola hanya oleh beberapa orang. Jaringan atau pasar yang dijangkau juga tidak cukup luas. Kemampuannya dalam melakukan penetrasi pasar juga masih kurang.

b. Faktor Eksternal

1) Iklim usaha yang belum kondusif

Kebijakan dan program pemerintah dalam memelihara Usaha Kecil dan Menengah masih belum efektif. Hal tersebut dapat diketahui melalui adanya kompetisi yang tidak sehat diantara pengusaha kecil dengan pengusaha besar.

2) Terbatas dan kurangnya sarana dan prasarana

Ilmu pengetahuan dan teknologi yang kurang mendapatkan perhatian dari para pelaku UKM sendiri. Kurangnya *update* informasi terkait perkembangan teknologi yang ada membuat pelaku UKM kalah dalam persaingan yang ada. Sarana dan prasarana yang dimiliki pun juga tidak berkembang.

3) Implikasi dari adanya otonomi daerah

UU no. 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah membuat daerah mengurus sendiri segala urusan pemerintahan dan urusan masyarakatnya. Hal ini menimbulkan naiknya pajak dan

munculnya pajak dalam bentuk lain. Apabila pelaku UKM memiliki terlalu banyak tanggungan untuk membayar pajak dan pungutan lain, maka pelaku UKM akan turun semangatnya sehingga usaha mereka tidak akan berkembang bahkan mati.⁷

4) Implikasi dari perdagangan bebas

Perdagangan bebas memberikan keleluasaan bagi produk asing untuk masuk di Indonesia. Produk yang datang dari luar negeri memiliki harga yang lebih murah dengan proses produksi yang efektif dan efisien dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh UKM yang ada di Indonesia. Walaupun kualitas yang dihasilkan oleh UKM lokal lebih baik, tetapi kebutuhan masyarakat akan barang yang murah dan memenuhi fungsi yang diinginkan menjadi pilihan utama bagi masyarakat. Hal ini tentunya akan menambah persaingan pada pelaku UKM.

5) Sifat produk yang memiliki *lifetime* pendek

Kebanyakan produk yang dihasilkan oleh UKM merupakan produk yang memiliki kemampuan bertahan yang pendek. Hal ini membuat konsumen berfikir dan beralih ke produk lain.

6) Akses pasar yang terbatas

⁷ Undang-undang Nomor 2 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah

Akses atau jangkauan pasar yang terbatas membuat produk tidak mampu bersaing di pasar nasional dan pasar internasional.

7) Permodalan UKM

Masalah yang sering dijumpai pada UKM ialah permasalahan modal usaha. Sulitnya persyaratan yang ditetapkan oleh bank maupun lembaga keuangan lain menjadi kendala pada pelaku UKM dalam meminjam modal usaha.

4. Potensi UKM

UKM memiliki beberapa potensi dan kekuatan yang bisa dimanfaatkan dalam perkembangannya. Adapun kekuatan UKM adalah sebagai berikut:⁸

- a. UKM mampu menyediakan lapangan pekerjaan yang besar. Adanya UKM membantu penyerapan tenaga kerja sebanyak 50% dari pekerja yang tersedia.
- b. UKM mampu memunculkan ide-ide usaha yang baru.
- c. Memiliki pasar yang unik dengan pengaturan yang sederhana serta mampu menyesuaikan dengan perubahan pasar.
- d. UKM mampu memanfaatkan adanya sumber daya alam di lingkungan. Adapula UKM yang mampu mengolah limbah dari

⁸Jaidan Jauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 2, No. 1, April 2010, 160-161.

perusahaan-perusahaan besar seperti limbah kayu dari perusahaan mebel. Pelaku UKM mampu memanfaatkan hal seperti itu.

- e. UKM mempunyai potensi yang bisa diinovasi dan dikembangkan.

B. Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM)

Pemberdayaan merupakan upaya untuk membagi kekuasaan pada kelompok yang lemah dan memperbesar pengaruh dari kelompok tersebut pada tatanan masyarakat dan proses pembangunan.⁹ Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) ditujukan guna mengembangkan potensi yang ada pada UKM. Potensi yang dapat dimanfaatkan dengan baik tentunya akan membawa perubahan baik pada UKM tersebut. Adapun beberapa pendekatan yang dapat dilakukan dalam membina dan memberdayakan Usaha Kecil Menengah ialah sebagai berikut:¹⁰

1. Non Policy Approach

Pendekatan ini dilakukan pada industri yang berada pada lower spectrum. Pendekatan ini diterapkan melihat bahwa pengaruh dari pemerintah akan menimbulkan biaya birokrasi yang relatif tinggi.

2. Protection Approach

Pendekatan dengan poin ini diterapkan dengan memberikan larangan bagi industri skala besar dalam produksi beberapa barang

⁹Mardikanto dan Poerwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 29.

¹⁰Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2017), 58.

tertentu, melakukan pengawasan pada persebaran inovasi teknologi dan informasi yang memberikan kejutan bagi industri kecil.

3. *Stimulation Approach*

Pendekatan ini menekankan pada bentuk pemberian modal usaha bagi UKM. Modal tersebut nantinya dapat dimanfaatkan untuk membeli bahan baku dan membeli peralatan untuk proses produksi serta penyelenggaraan pelatihan. Namun, hal yang menjadi kekurangan dalam pendekatan ini adalah ketidakmerataan pada usaha yang tidak terdaftar dalam program.

Faisal mengungkapkan bahwa pemberdayaan yang dapat dilakukan pada UKM ialah sebagai berikut:¹¹

1. Pemberian keleluasaan dalam mengambil langkah dan bertindak.
2. Pemberian kesempatan yang lebih luas untuk mengambil tindakan.
3. Pemberian akses baik akses dalam pengambilan keputusan dan akses dalam permodalan dan pembiayaan lainnya yang diperlukan oleh UKM.
4. Pembangunan karakter agar UKM mampu mandiri dalam mengendalikan usahanya.

Kegiatan-kegiatan pokok yang bisa diterapkan untuk memberdayakan UKM menurut Lippit ialah sebagai berikut:

1. Penyadaran, yakni dengan kegiatan-kegiatan untuk memberikan kesadaran pada pelaku UKM akan keberadaannya dalam pembangunan ekonomi.

¹¹B. Faisal, *Perekonomian Indonesia: Tantangan dan Harapan Bagi Kebangkitan Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2012),.

2. Menunjukkan potensi yang ada yakni sumber daya dan aksesibilitas.
3. Membantu UKM dalam memecahkan permasalahannya melalui kekuatan dan peluang yang dimiliki.
4. Menunjukkan kepada pelaku UKM akan pentingnya inovasi dan perubahan.
5. Pengujian dan demonstrasi dari rencana yang telah disusun.
6. Ujicoba guna mengetahui alternatif yang paling efektif.
7. Publikasi informasi, yakni pemanfaatan teknologi dan informasi yang berkembang di masyarakat.

C. Pendapatan Usaha

1. Pengertian Pendapatan Usaha

Aku Pendapatan ialah hasil yang diperoleh dari proses penjualan produk yang dikelola oleh seseorang melalui proses produksi dengan nilai atau harga yang ada di pasar.¹² Pendapatan merupakan sesuatu yang diperoleh sekelompok orang atas prestasi yang telah dicapainya saat bekerja dalam periode yang telah ditentukan yakni mingguan, harian, tahunan maupun bulanan.¹³

Soekartawi menyatakan bahwa pendapatan ialah jumlah penerimaan baik berupa uang ataupun barang yang diterima oleh seseorang dalam periode tertentu. Penerimaan tersebut merupakan bentuk

¹²Mubyarto, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, (Jakarta: LP3S, 2012), 34.

¹³Miller dan Miners, *Teori Ekonomi Mikro Intermediate*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 47.

balasan atas produk yang telah dijual atau jasa yang telah dilaksanakan.¹⁴ Skousen dan Stice juga menyatakan bahwa pendapatan merupakan proses pembentukan hasil berupa uang dari pendistribusian suatu barang, produksi barang, pelayanan jasa maupun kegiatan yang lain yang membentuk suatu entitas yang berjalan terus menerus.¹⁵

Pendapatan merupakan hasil atau capaian yang diperoleh dari biaya dan upaya yang dilakukan. Seseorang ketika ingin mendapatkan pendapatan maka juga harus mengeluarkan biaya yang harus dibayar sebagai gantinya. Melalui hal tersebut dapat diartikan bahwa biaya dan pendapatan merupakan suatu implikasi. Pendapatan muncul dikarenakan suatu transaksi pada waktu tertentu dan bukan karena suatu proses dalam waktu tertentu.¹⁶

Melalui beberapa pengertian terkait pendapatan yang telah disebutkan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan sesuatu yang diterima oleh seseorang. Sesuatu yang diterima tersebut dapat berupa uang maupun barang. Adapun dalam memperoleh pendapatan seseorang juga harus mengeluarkan biaya. Biaya yang dimaksud dapat berupa uang, barang atau jasa.

¹⁴Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 132.

¹⁵Stice dan Skousen, *Intermediate Accounting*, (Surabaya: Salemba Empat, 2011), 23.

¹⁶Adi Fahrudin, *Pengantar Kesejahteraan Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 87.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha

Pendapatan yang diperoleh seseorang atau suatu usaha terkadang mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha yang diperoleh antara lain:¹⁷

a. Lamanya usaha yang dijalankan

Lamanya usaha seseorang merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pendapatan. Semakin lama usaha seseorang berjalan maka semakin banyak pula pengalaman yang diperoleh. Lamanya usaha juga membuat seseorang terus berinovasi dan berubah menjadi lebih baik. Setiap kesalahan yang pernah dilalui dan setiap kekurangan yang dimiliki tentunya akan dicarikan solusinya. Melalui hal tersebut, seorang pengusaha dapat meningkatkan efisiensi dan mampu meminimalisasi biaya yang diperlukan ketika produksi sehingga pendapatan yang diterima juga semakin besar. Pengusaha yang telah lama menjalankan usahanya tentu akan mengetahui kebutuhan-kebutuhan konsumen sehingga minat konsumen pada usaha tersebut meningkat. Semakin lama suatu usaha juga meningkatkan relasi dari pengusaha sehingga pendapatan yang diperoleh juga meningkat.

¹⁷Dewa Made Aris Artaman, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar”, tesis, Universitas Udayana Denpasar, 2015, 49.

b. Lokasi usaha

Memilih lokasi tempat usaha merupakan bentuk strategi yang diterapkan oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau tentunya akan menarik banyak pelanggan. Pelanggan yang banyak menjadi sumber pendapatan yang banyak juga bagi pengusaha.

c. Jam operasional kerja

Jam operasional kerja juga mempengaruhi pendapatan yang akan diperoleh. Semakin panjang jam operasional kerja maka pelanggan yang diperoleh juga semakin banyak begitu pula sebaliknya.